



INTERNET

Los ciberdioses se pelean en el Olimpo

Los planes de Microsoft y Google para hacerse fuertes en internet, inevitablemente les llevará al enfrentamiento

Bill Gates, fundador de Microsoft y personaje del año para la revista Time (junto con su esposa Melinda Gates y el cantante Bono, de U2), por la generosidad de sus obras de caridad, está irremediablemente condenado a enfrentarse al dúo Sergey Brin y Larry Page, ejecutivos del año para el diario Financial Times, por haber convertido a Google en uno de los éxitos de internet en Bolsa. Esta firma comenzó a cotizar hace año y medio por 85 dólares por acción y ahora vale más de 440 dólares (y su precio sigue subiendo).

Nuevo sistema

Gates ha anunciado recientemente el lanzamiento de una nueva versión de su sistema operativo Windows y del programa Office, que estará lista este año: Windows Live y Office Live. Este lanzamiento es más importante de lo que a simple vista podría parecer. ¿Por qué?

Por un lado, revolucionará el negocio de Microsoft, que ahora vende su producto mediante licencias; con el Live, 'colgarán' el producto en internet y los clientes podrán descargarlo en sus ordenadores, mediante el pago de un

alquiler. La segunda lectura es que una parte de este producto se financiará con publicidad.

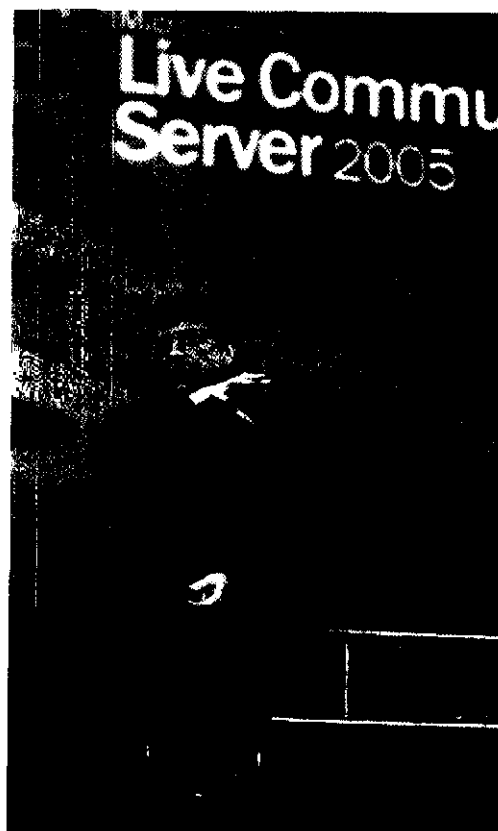
Pero lo importante no es sólo que el sistema Live pueda cambiar su modelo de negocio, sino que puede convertirse en la punta de lanza de Gates contra sus, actualmente, mayores competidores: Brin y Page. Los fundadores de Google se han hecho millonarios porque han desarrollado un producto novedoso (un buscador de palabras en internet) y lo financian fundamentalmente con publicidad.

Pero Brin y Page no se conforman sólo con tener un buen producto, como Google, sino que quieren convertirse en los reyes de internet. Su objetivo de lanzar nuevos servicios de telefonía en la Red y, lo que es peor para Gates, incluso 'colgar'

de la Red programas para procesar textos o realizar cálculos, que competirían directamente con los Office de Microsoft. Si lo hacen, y tienen éxito, Bill Gates tendrá un problema, porque el Office es la principal 'vaca lechera' de los ingresos del grupo.

Por eso, el anuncio del lanzamiento de Live se ha considerado, por parte de algunos especialistas del sector, como una respuesta a Google. El anuncio del

Los fundadores de Google arrebataron a Bill Gates la compra del 5% de American Online



Los ciberplanes de Bill Gates.

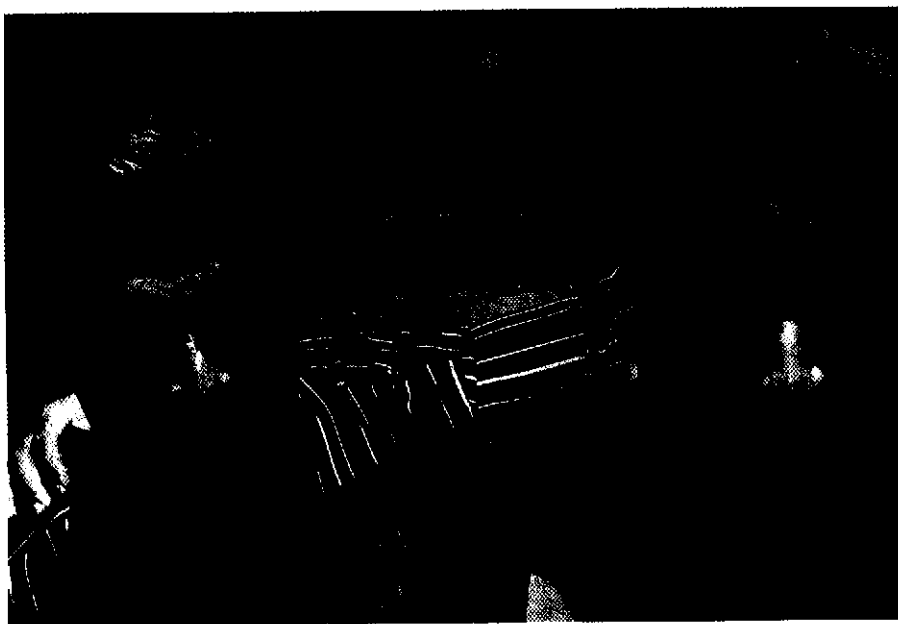
Microsoft lanzará su plataforma 'Live' en 2006 para 'colocar' sus productos en Internet y mantener su posición privilegiada.

lanzamiento, además, se ha producido poco después de que Google echara por tierra los esfuerzos de Microsoft y Yahoo! por comprar el 5% de American Online (filial de Time Warner) por una cantidad aproximada de mil millones de dólares.

Revolución en internet

El hecho de que una empresa como Microsoft, la primera del sector con un valor en Bolsa de casi 241.000 millones de dólares, sea vencida en una compra por la segunda, Google, que vale la mitad (130.000 millones de dólares), significa que algo está cambiando en la informática e internet.

Pero no parece que Gates esté dispuesto a esconderse del lobo. El año pasado contrató a Ray Ozzie, un genio del software que ha inventado, entre otros productos, el Lotus Notes y la primera tecnología 'peer to peer' (también conocida como P2P o programas



Las nuevas ciberestrellas de la Red.

Sergey Brin y Lari Page han convertido a Google en el éxito de internet en Bolsa.

Office Live se dirige a unos 28 millones de pequeños negocios en todo el mundo que tienen menos de diez empleados. A estas empresas, Microsoft les ofrecerá un paquete básico, que permitirá tener algunas cuentas en internet, más un servicio de suscripción, con el que accederán a veinte programas informáticos que estarán disponibles en la Red.

"En aplicaciones corporativas, la idea de Microsoft siempre fue la de entrar por abajo. Frente a los grandes fabricantes de software empresarial, que desembarcan en grandes empresas con costosísimas implantaciones, Microsoft intenta ofrecer piezas simples a un mercado que ya utiliza Office y que se puede plantear una aplicación de, por ejemplo, CRM —sistemas de relación con los clientes— como si fuera un 'Outlook con esteroides'. Con Office Live, claramente enfocado al mid-market, la cosa parece seguir una estrategia similar", explica Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa y experto del sector.

Yahoo! entra en escena

En esta batalla de titanes, Yahoo! no podía quedarse atrás. Desde que salió a Bolsa, esta firma se ha revalorizado más que Microsoft, aunque no tanto como Google. Recientemente, Yahoo! y Microsoft (cuyo portal de internet se llama MSN) firmaron un acuerdo de interoperabilidad, por el que los usuarios de MSN Messenger y Yahoo! podrán interconectarse. La interoperabilidad estará lista a mediados de 2006 y en este acuerdo no se incluye, por ahora, a Google, que quiere lanzar un sistema parecido denominado Talk.

Este acuerdo ha dado lugar a que en el mercado se haya conjeturado sobre una eventual alianza o incluso un intercambio de acciones, aunque en las dos empresas quieren desmentirlo: "No se comentan rumores", señalan. Pero aún sin intercambio accionario, el hecho de que se alíen en un producto contra Google, debería de preocupar a Sergey Brin y Larry Page. □

ÁLVAR HERNÁNDEZ

de intercambio de archivos en internet). Ozzie está desarrollando el Live y entre sus objetivos está colgar algunos servicios (como las llamadas por internet) directamente en la Red. Actualmente, la tecnología no está suficientemente desarrollada como para descargar los programas del Office (tratamiento de textos, hojas de cálculo, etcétera) directamente de internet, pero nada impide que lo pueda hacer en un futuro.

Eso puede significar una revolución en su estrategia. Tradicionalmente, Microsoft ha obtenido sus ingresos de la venta de software de informática, pero cada vez adquiere más importancia su filial MSN, un portal de internet que obtiene ingresos por publicidad gracias a sus más de 400 millones de usuarios. Con el nuevo Live, esta línea de negocio se reforzará. "Es una apuesta por una línea de negocio, como la que tiene MSN con sus ingresos por publicidad. Se potenciará la forma de hacer los negocios", puntualiza Enrique Fernández-Laguilhoat, director de Marketing y Operaciones de Microsoft.

Al apostar más por este tipo de

negocio, los intereses de Microsoft colisionan directamente con los de Google, que cobra por los anuncios online. Y es que es un mercado en expansión. Según las estimaciones de Microsoft, la publicidad en internet puede multiplicarse por diez en diez años, y aumentar desde los 15.000 millones de dólares actuales a 150.000 millones en 2015.

Por otra parte, aunque todavía no se ha decidido, Gates podría intentar utilizar las nuevas herramientas para reforzar su oferta online para las pymes.

La publicidad por internet se multiplicará por diez, hasta 150.000 millones de dólares en 2015

Microsoft ya está en este negocio, con Navision, una filial de ERP ('Enterprise Resource Planning' o software para realizar tareas empresariales, como las nóminas o la gestión de la contabilidad. Navision es más pequeña que los dos líderes del sector, la alemana SAP y la norteamericana Oracle (que recientemente ha comprado People Soft), pero su ventaja reside en que las pymes son las que tienen menos programas de ERP y, por tanto, donde más se puede crecer.

Sin duda, el Live reforzará la posición de Microsoft en este segmento. Según cálculos de la propia Microsoft, el