



CincoRed

**PUGNA GOOGLE-
MICROSOFT POR
EL LIDERAZGO
TECNOLÓGICO**

PÁGINAS 8 Y 9





Google frente a Microsoft, el duelo del año

Este ejercicio, ambas empresas se juegan mucho en la carrera por imponer las pautas en el sector tecnológico

M. JIMÉNEZ / S. MILLÁN Madrid

El año 2007 ha empezado con una renovación de la disputa entre Microsoft y Google por hacerse con el liderazgo en la iniciativa del sector. Si el buscador va a convertirse ya en la web más visitada gracias a la incorporación definitiva de Youtube, la empresa de Bill Gates va a contraatacar con el lanzamiento de Windows Vista para el público general el próximo día 30, en el que va a ser uno de los movimientos estratégicos de la firma en los últimos cinco años.

Ambos grupos van a volver a chocar en varios negocios, incluido el de software empresarial, donde Google no ha dejado de presentar nuevas aplicaciones en los últimos meses. Microsoft, además de Vista, podría acelerar nuevos planes en el ámbito del software libre, tras su acuerdo con Novell, para hacer frente a la presencia de Oracle. En el liderazgo mundial de empresas por volumen de facturación, Hewlett-Packard, sacudida todavía por el escándalo de las escuchas, aspira a mantener el puesto por delante de IBM.

Además, este ejercicio deber ser el de la consolidación definitiva de la web 2.0. Aunque, eso sí, muchos de los proyec-

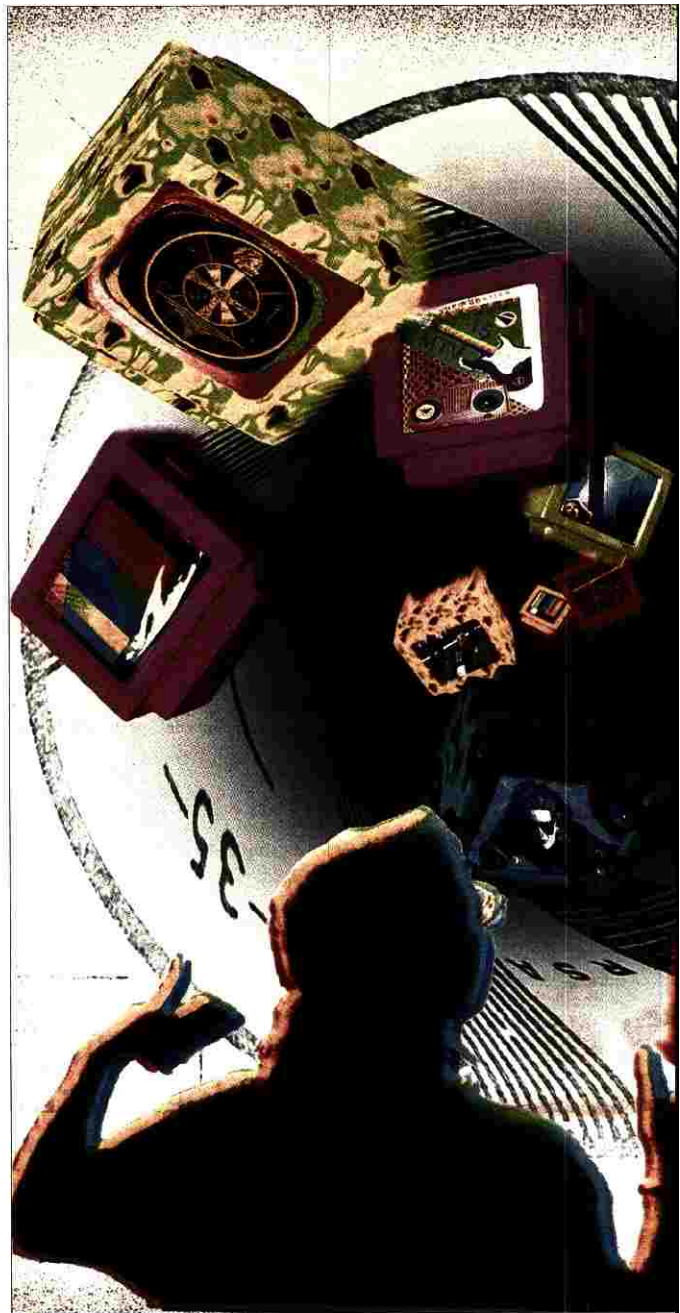


Muchas empresas de la web 2.0 deberán empezar a obtener rentabilidad en 2007 si quieren demostrar que son viables

tos empresariales en este ámbito deberán de empezar a obtener rentabilidad si, de verdad, quieren demostrar que son viables para no perder la confianza de los inversores. De hecho, en las últimas semanas ya hay quien se ha atrevido a hablar de una nueva burbuja tecnológica, aunque de menor tamaño que la de los años 2000 y 2001. En este sentido, la propia Google deberá demostrar que los 1.650 millones de dólares destinados en Youtube son una buena inversión.

IPTV y Wifi

Mientras, las operadoras de telecomunicaciones van a enfrentarse durante este ejercicio a la amenaza de las firmas especializadas en Wifi, que buscan robar ingresos tanto en el ámbito de la telefonía fija como en la móvil, en esta última si continúa la generalización de los puntos de conexión (*hot spots*). Otro de los negocios que las operadoras están impulsando y que en 2007 debería consolidarse es el de la televisión por ADSL (IPTV). Por ahora, la rentabilidad no está del todo clara, si bien su combinación con los servicios de telefonía de voz y acceso a internet en el llamado triple play ha ayudado a las compañías a frenar la amenaza de las firmas de voz sobre internet como Skype y Vonage.



El Instituto de Empresa presenta lo que viene

El nuevo año se presenta ca-liente de ideas y de negocios que explorar. Tres profesores del Instituto de Empresas — Enrique Dans, Fernando Aparicio y Alberto Knapp— han seleccionado para **Cinco Días** las principales tendencias vinculadas a internet y a las nuevas tecnologías que se impondrán durante 2007. Hablan de que tener un canal de televisión en internet será algo trivial, de que la web 2.0 seguirá avanzando y explotando los datos de los usuarios de forma inno-

vadora, y que los mundos virtuales, como Second Life, seguirán creciendo. Están convencidos de que Google seguirá revolucionando múltiples sectores y apuntan que Apple experimentará un importante avance en su cuota de mercado, reforzada por la posibilidad de correr aplicaciones Windows con plena integración y por la salida de OS X Leopard. Además, subrayan un impulso tremendo de la publicidad en red por las posibilidades de personalización que brinda.



TELEVISIÓN Y VÍDEO A TRAVÉS DE INTERNET

La tecnología de IPTV está madura. Terra lo ha empezado a ofrecer en su web, Google compra Youtube... El 2007 será el año de las televisiones telemáticas, de anunciantes, de contenidos creado por usuarios. Y tendremos campañas como la de Pepsi en EE UU, que pide videos de los usuarios sobre temas de su campaña. Tener un canal de TV en una web ya es barato. El

narrowcasting (versus *broadcasting*) será común en 2007, aunque habrá que ver cómo se rentabiliza. El desarrollo de The Venice Project, la iniciativa de los fundadores de Skype, promete ser muy disruptiva.

EL AÑO DE LA IDENTIDAD ÚNICA

Es el año de la identidad: la recogida y agregación de rastros digitales dispersos bajo una identidad única. Flickr, Last.fm, Bloglines, Delicious... el usuario deja múltiples huellas en los servicios que usa. Agregar esas huellas y construir valor mediante el cruce de datos es el siguiente salto, porque la web 2.0 consiste en explotar los datos de formas innovadoras y sorprendentes.

¿QUIÉN ERES EN LOS MUNDOS VIRTUALES?

La fiebre ha empezado, y continuará. Second Life y otras plataformas virtuales experimentarán un crecimiento sostenido, sustentado por el desarrollo de sistemas económicos y la entrada progresiva de empresas que ofrezcan servicios en este tipo de metamundos (IBM, Reuters o la Cadena SER ya lo hacen). Son entornos de socialización y aparentemente de negocio.

PARTICIPACIÓN Y MEDIO TRADICIONAL

La red seguirá su transición hacia ser un lugar de participación, de conversación, y esa tendencia alcanzará a los medios de comunicación convencionales.

Éstos tienen claro que el modelo tradicional está muerto e intentarán incorporar al usuario en sus contenidos, mediante votos, foros, *posts*, visitas... sin perder su personalidad de marca o posicionamiento.

TARIFA PLANA MÓVIL Y WIFIPHONES

Helio en EE UU y tres empresas en Europa han lanzado agresivas campañas de promoción de planes móviles con tarifa plana





FORRESTER

Europa crecerá más, pero EE UU seguirá como líder en las TIC

El gasto en tecnologías de la información y comunicación (TIC) en Europa crecerá un 3,7% en 2007, ligeramente por debajo del 3,8% logrado en 2006. Por el contrario, el gasto en TIC en EE UU será este año del 2,9% frente al

2,7% del ejercicio recién terminado. Aunque, en términos globales, el país norteamericano todavía superará con amplitud al Viejo Continente. Andrew Bartels, analista de Forrester Research, señaló en un informe re-



ciente que el gasto en TIC en EE UU alcanzará los 578.000 millones de euros por los 465.000 millones de los países europeos.

Entre las naciones destacadas figura España, que, según estos analistas, verá

como el gasto tecnológico global aumentará un 6,7%, por delante del 4,5% de Reino Unido, el 3,8% de Francia y el 3,5% de Italia.

El software crecerá en 2007 en Europa un 6,7%, por encima del 5,6% alcanzado

en 2006. La expansión de este segmento vendrá motivada por la llegada de Windows Vista así como por el lanzamiento de los nuevos productos lanzados por grandes corporaciones como SAP y Oracle.

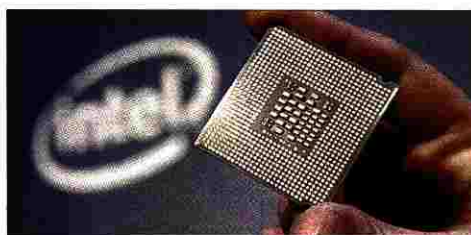
De esta manera, el software superará a otras áreas como los servicios de TI y el *outsourcing*, que crecerá en el Viejo Continente durante 2007 un 3,7%; los equipos de telecomunicaciones, que alcanzará una expansión del 2,4%; y el hardware informático (incluye ordenadores y periféricos), cuyas ventas aumentarán un 2,2%.

GARTNER

Advertencia sobre posibles ajustes en algunos sectores clave

La industria de los chips parece envuelta en un clima de ciertas dudas. Klaus Rinnen, vicepresidente de Gartner en el área de semiconductores, prevé que los ingresos de este negocio caigan en torno a un 0,7% en 2007 hasta 42.070

millones de dólares. Este experto señala que durante el año se producirá una suave ralentización de la demanda de productos electrónicos por la incertidumbre macroeconómica, que se verá combinada con el actual ex-



ceso de inventarios de semiconductores motivado por el exceso de capacidad de producción de 2006, si bien descarta que haya "un colapso en la demanda".

Además, los expertos de Gartner pronostican que en

2007 habrá un aumento de los ataques contra empresas a través de internet. Según ellos, un 75% de las compañías sufrirá algún tipo de infección en sus sistemas informáticos.

Al mismo tiempo, los gran-

des grupos empresariales en el segmento de las tecnologías de la información (TI) sufrirán la presión de la competencia. De cara a 2009, las diez principales firmas de *outsourcing* en las TI tendrán una cuota de mercado global del 40% frente al 43,5% de la actualidad.

Con respecto a los nuevos negocios, estos expertos creen que los blogs y los usuarios de redes sociales alcanzarán un momento cumbre en el primer semestre de 2007. Gartner señala que hay ya más de 200 millones de *bloggers*, a los que se añadirían otros 100 millones en este semestre.

IDC

Ocurrirá la 'hyperdisruption' en la tecnología mundial

Frank Gens, analista de IDC, señala que 2007 va a ser el año de la *hyperdisruption* en las tecnologías de la información (TI), un fenómeno por el que habrá una mayor convergencia por parte de todos los segmentos del sector: las em-

presas pequeñas ganarán tamaño; las firmas de software entrarán con mayor fuerza en el área de servicios, mientras estas últimas, por el contrario, se reforzarán en las aplicaciones; las empresas de consumo se acercarán al mundo



de las compañías, mientras las firmas del vector empresarial acelerarán la expansión en el segmento residencial. En definitiva, un *todos contra todos*, con un mayor peligro para las firmas tecnológicas más tradicionales.

Además, IDC prevé un crecimiento de la industria de las TI en todo el mundo del 6,6% en 2007 frente al 6,3% de 2006, gracias a los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China). La consultora apunta a una fuerte expansión in-

ternacional de los grupos chinos de software. Estos expertos creen también que se producirá una invasión del fenómeno de la web 2.0 sobre el mundo empresarial. Firms como Google, Yahoo, eBay y Amazon lanzarán nuevos servicios destinados a pymes (el gasto de las pymes en TI aumentará un 8,5% en 2007). Algunas de ellas podrían buscar también alianzas con grandes empresas de software.

Y tienen claro que Salesforce, una de las firmas de comercialización de software a través de internet, será adquirida por alguno de los grandes jugadores del sector.

que incluyen terminales UMTS y acceso directo a servicios de moda como Myspace, Youtube o Flickr. Puede ser una oportunidad para que los servicios de datos penetren por fin en España de forma significativa. Por otro lado, un número importante de fabricantes de móviles presentarán modelos con conectividad Wifi y redes basadas en esta tecnología irán presentando áreas de cobertura más continuas en algunas zonas, facilitando el uso de terminales tanto para navegación como para voz sobre IP.

SOFTWARE COMO SERVICIO Y ABIERTO

Los planteamientos de aplicaciones basadas en la red se irán implantando de

forma más generalizada, a nivel individual (agendas, correos electrónicos, ofimática...) y a nivel corporativo (aplicaciones de gestión *on-demand*). También en la empresa las arquitecturas



abiertas crecerán de manera consistente, consolidando una tendencia cada vez más pujante. Las recientes decisiones de Microsoft y Oracle de dar soporte a Suse Novell y a Red Hat respectivamente influirán en dicho crecimiento.

MÁS PENETRACIÓN DE LA TDT

La televisión digital terrestre (TDT) aumentará progresivamente su penetración, y crecerá también de manera asociada al mercado de dispositivos de grabación digital, dando lugar a un segmento social que empezará a ver la televisión de otra manera, más basada en la asincronía. Para la llamada *generación clic*, que ha crecido con internet y está más acostumbrada a la interfaz del ordenador y de la web, esta transición será perfectamente natural.

WEB 2.0 Y EL DESAFÍO DE LA EMPRESA

A los tradicionales modelos ASP, que se extenderán a

todo tipo de servicios (plataformas de marketing online bajo petición, de servicios de firma electrónica, *podcasts*...), se añadirán servicios dirigidos a la empresa, gran desafío de la web 2.0 tras la conquista del usuario final. Como punta de lanza, Google extenderá su oferta de servicios a la gran empresa compitiendo con IBM, Oracle, SAP y Microsoft.

GOOGLE CONTINUARÁ REVOLUCIONANDO

Google continuará revolucionando el *modus operandi* de otros muchos sectores. La televisión está en el punto de mira. El modelo actual de pago por uso se reinventará por Google (como está haciendo en EE UU con los par-

tidos de la NBA) haciendo que cualquier productora de televisión se plantee cambiar de canal de distribución, acudiendo directamente a su distribución vía Google, facilitando la resurrección del modelo publicitario (ahora mismo en el filo por la aparición de demasiados canales merced a la TDT) al distribuir sus contenidos por medio de la puerta monopolística en internet en que se ha convertido Google.



DNI DIGITAL Y DRM EN DATOS CORPORATIVOS

La progresiva incorporación del DNI digital será un hecho en 2007 y sentará las bases para que la criptografía resuelva temas corporativos de carácter crítico como que los administradores de sistemas no tengan acceso a la información confidencial de la compañía o para evitar fugas de datos sensibles con destino a la competencia. En ambos casos, se usarán los sistemas de cifrado y empezaremos a oír hablar de la aplicación de los sistemas de derechos digitales (DRM, actualmente más conocidos como mecanismos de protección de la industria audiovisual) en la información corporativa.