



Tirada: **79.836**  
Difusión: **51.293**  
(O.J.D)  
Audiencia: **179.526**  
(E.G.M)  
Ref: **2784688**

# Expansión

**Economico** **Diaria**  
**Economía**  
**2ª Edición** **23/10/2009**

Superficie: **309,00 cm<sup>2</sup>**  
Ocupación: **27.32%**  
Valor: **3.388,55**  
Página: **20**



1 / 1



OPINIÓN

Enrique Dans

## Bienvenido, 'Windows 7'

Llegó el momento. Finalmente, Microsoft pone en el mercado un sistema operativo que obtiene los parabienes de los analistas y satisface a los que lo prueban. De por sí, poner en el mercado un sistema operativo que funciona no debería ser una gran noticia. Pero viniendo de la empresa que puso en el mercado Windows Vista, calificado como uno de los peores productos tecnológicos de todos los tiempos <<http://crave.cnet.co.uk/gadgets/0,39029552,49293700-10,00.htm>>, de una empresa que durante años se dedicó a engordar injustificadamente sus productos para obligar a los consumidores a cambiar de ordenador cuando realmente no lo necesitaban, la noticia tiene su importancia.

Durante muchos años, Microsoft ha aplicado una estrategia impecable: sus clientes no eran los usuarios, sino los fabricantes de ordenadores. Lo más importante de Windows no era lo que los usuarios podían hacer con él, sino el que sus requerimientos obligasen a cambiar de máquina. Inevitablemente, cada nueva versión de Windows conllevaba un ordenador nuevo, en plazos habitualmente mucho más cortos que la razonable durabilidad de un aparato electrónico. La industria del hardware debe mucho, muchísimo a Microsoft: durante años, el mercado del hardware se dinamizaba con cada nueva versión de Windows. De hecho, uno de los principales fabricantes de hardware del mundo, Acer, expresaba hace tiempo su decepción con el papel de Vista a la hora de dinamizar el mercado en boca de su presidente, Gianfranco Lanzi <<http://www.enriquedans.com/2007/07/toda-la-industria-esta-desilusionada-con-windows-vista.html>>: "Toda la industria está desilusionada con Windows Vista. Nunca antes una nueva versión de Windows había hecho tan poco para estimular la venta de PCs. Realmente, no creo que nadie haya comprado un nuevo PC específicamente por Vista". Así, no es extraño que Microsoft haya plegado velas, colocado a Vista en el capítulo de fracasos embarazosos, y lo haya jubilado tras menos de tres años en el mercado.

Desde hace varias versiones, Windows no era un producto que los consumidores fuesen a una tienda a adquirir, sino algo que "venía puesto" con un ordenador nuevo. Los llamados OEM (Original Equipment Manufacturers <<http://es.wikipedia.org/wiki/OEM>>) son la parte más importante de la estrategia de Microsoft: intentar que quien vaya a una tienda a adquirir un ordenador, salga con un Windows bajo el brazo, y preferentemente también con un Office. El caso de Windows 7 es diferente: obligada por la dinámica del mercado, Microsoft se ha liberado de la necesidad de crear un producto grande y pesado que obligase al cambio de ordenador: Windows 7 es un programa eficiente, arranca rápidamente, y requiere menos máquina que Vista. Es como un Vista, pero bien hecho. Pero al hacerlo bien, abre la puerta a que muchos usuarios renuncien a la compra de máquina, y opten por hacerse con una licencia del nuevo sistema para instalar sobre su máquina anterior, algo que podría volver a hacer que cundiese el descontento entre los fabricantes de hardware.

Pero más allá de la opinión sobre el nuevo sistema operativo, resulta curioso analizar el tipo de empresa en el que se ha convertido Microsoft: en un artículo largo, frío y cruel publicado hace pocos días <[http://www.nytimes.com/2009/10/18/business/18msft.html?\\_r=3&pagewanted=1](http://www.nytimes.com/2009/10/18/business/18msft.html?_r=3&pagewanted=1)>, *The New York Times* hablaba de Microsoft como de una compañía que provocaba indiferencia. Lenta y aburrida. No queremos sus productos, simplemente nos vienen dados. Los usuarios de Apple acuden en tropel a comprar su sistema operativo cada vez que éste se actualiza, mostrando algo parecido al fanatismo. Sus desarrollos marcan tendencia. Los usuarios de Microsoft miran las actualizaciones y novedades con gesto de pereza, de fatiga. Microsoft es "la opción segura", la de "a ningún director de sistemas lo han echado por comprar Microsoft", pero ha perdido la imagen de líder, de vanguardia, y el mercado se lo reprocha: en cinco años, las acciones de Microsoft muestran un comportamiento plano, una caída global del 5%. En el mismo periodo, Google ha subido más de un 200%, y Apple casi un 800%.

Bienvenido sea Windows 7: Microsoft necesitaba un sistema operativo decente. Enhorabuena a los que lo usen: yo no lo haré. A mí Microsoft me perdió hace tiempo <<http://www.enriquedans.com/2008/07/mi-vida-sin-microsoft.html>>, cuando descubrí que mi calidad de vida mejoraba notablemente cuando me mantenía alejado de sus productos. Y aunque en tecnología no se puede decir "de este agua no beberé", dudo mucho que me vuelva a recuperar.

Profesor del IE Business School.