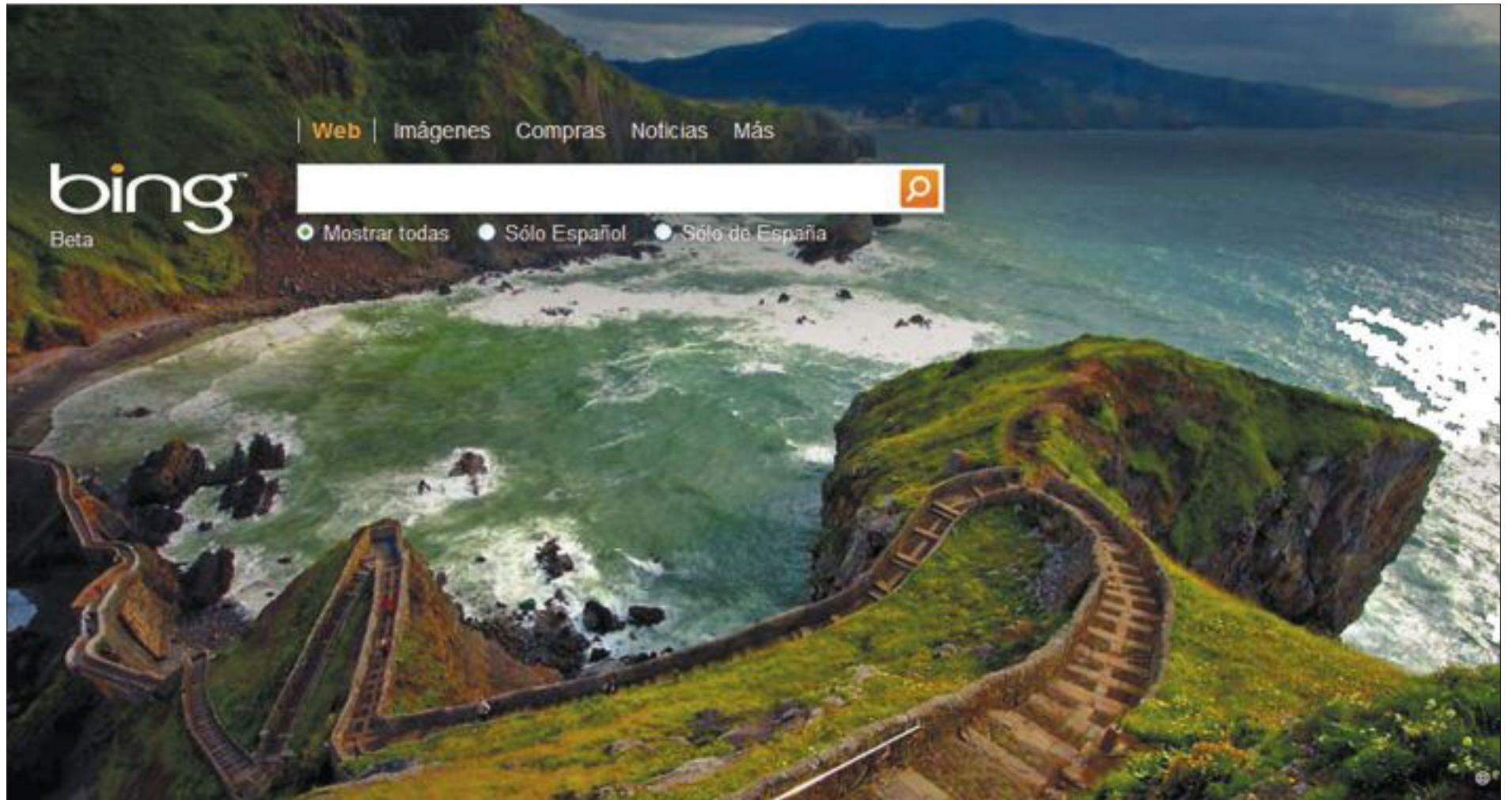


EL ESTADO DE MICROSOFT



El buscador Bing con una fotografía de San Juan de Gaztelugatxe, en Vizcaya, de Iñaki Lizarraga.

Odisea en Internet

Microsoft lucha por hacer sombra a Google en Internet ● Yahoo! empleará el sistema de búsquedas publicitarias del gigante 'online' ● Bing, Office Web Apps, Azure, Live Mesh y Windows Live son sus apuestas en la Red para frenar a la competencia

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

En pleno hervidero *online*, Microsoft vuelve a ser fiel a sí mismo. Nada de *microblogging*, redes sociales o palabrería 2.0. El sistema operativo Windows 7 aterriza antes de tiempo para dar larga vida al modelo de licencias y convencernos de que el *software*, embutido en CD y cajas de cartón con pegatinas, aún es sexy.

Los programas Windows y Office siguen siendo las máquinas de amasar dinero de Microsoft. Suponen casi el 60% de los ingresos totales de Microsoft. Sin embargo, una palabra preocupa profundamente en Redmond: Internet.

Ni siquiera Bill Gates ha podido transformar un dinosaurio del PC en un moderno líder de la Red. Google se ha adelantado. En apenas 10 años, el buscador ha pasado de operar en un garaje a facturar 14.600 millones de euros.

Microsoft es consciente. Su futuro no depende tanto de Windows 7 como de lo rápida y acertada que sea su estrategia en Internet y de cómo la combine con su negocio tradicional. Su director general, Steve Ballmer, lo admitió recientemente. "Tenemos que invertir desde cero", dijo en referencia a los servicios *online*.

El debut de Bing

El tercer intento, pero el más serio para conseguir desbancar a Google es con Bing, el sucesor del fracasado Live Search. Tras su lanzamiento en junio, ha servido entre el 8% y el 10% de las búsquedas en Estados Unidos.

Detrás se esconde una promoción de entre 53 y 67 millones de

euros en televisión y otros medios. Una vez que se esfume el síndrome de *juguete nuevo*, habrá que ver si aguanta el tirón. En septiembre comenzó a bajar por primera vez.

"Bing devuelve resultados más relevantes e integra mejor las imágenes y los elementos de búsqueda en tiempo real. Encuentras cosas que se han publicado hace sólo un segundo", explica Fernando Carrión, investigador de Microsoft en España, quien también reconoce que "la percepción de la gente sigue siendo favorable a Google. Éste será el terreno más complejo".

En España, Bing procesa apenas el 1,7% del total de las búsquedas (Google domina más del 95% del mercado). La compañía calcula que el buscador estará optimizado para este país dentro de ocho meses. "Empujados por el acuerdo con Yahoo, llegaremos al 10% de cuota en España a los 12 o 18 meses después del lanzamiento", asegura Carrión.

La alianza con Yahoo escenifica la urgente necesidad de ganar terreno en el negocio de búsquedas y publicidad. Bing será la tecnología utilizada por Yahoo, pero la plataforma publicitaria de Microsoft (AdCenter, el equivalente a AdWords) canalizará los enlaces patrocinados.

De funcionar, el dúo Bing-Yahoo podría hacerse a largo plazo con casi el 30% de las búsquedas en Estados Unidos y el 15% en España.

Office en las nubes

El otro frente abierto es el de las aplicaciones *web* de productividad. La respuesta a Google Docs ha tardado tres años en apare-

cer. Se trata de Office Web Apps, versiones limitadas, gratuitas y *online* de la hoja de cálculo Excel, el procesador de textos Word, y las presentaciones de Powerpoint, entre otros. Estarán disponibles en la primera mitad del año que viene con la llegada de Office 2010. Para muchos es una respuesta insuficiente ante la competencia que viene y demuestra, una vez más, el enorme recelo de Microsoft ante la Red.

Alternativas como Zoho, Open Office y el propio Google

Docs, con 15 millones de cuentas, se han hecho un hueco, aunque de momento demasiado pequeño. Office es el líder absoluto, con 500 millones de licencias en el mundo. Quizá por eso Microsoft no se ha preocupado en exceso. La versión gratuita de Office será en realidad una piedra en el camino para sus competidores más que un negocio en sí mismo.

Azure es la otra incógnita, el salto a la piscina de Ray Ozzie, responsable de la estrategia de *software* en Redmond. Supone meterse de lleno en la *computación online* (*cloud computing*). Cualquier empresa podrá utilizar servidores y herramientas de desarrollo de Microsoft alojados en la Red, pagando a cambio un precio por uso. Estará disponible a comienzos del año que viene. Una respuesta, nuevamente tardía, a los primeros en moverse en este terreno: Amazon, IBM, Salesforce y Google.

Dentro de Azure, Live Mesh, un sincronizador de archivos entre varios equipos (móvil, PC, televisión...), es una de las piezas abandonadas del rompecabezas. "Es cierto, lleva mucho tiempo en beta y es limitado, pero funciona muy bien y es una línea estratégica", explica Enrique Fernández-Laguilhoat, directivo de Microsoft y experto en *cloud computing*. Productos similares en tierra de nadie son Live Sync y Live SkyDrive, para almacenar archivos *online*.

Sin sistema operativo web

Pero la ausencia más notable de la compañía en el mundo virtual apunta a las redes sociales. De momento, se limita a Windows Live, el paraguas que agrupa en

una misma web a Messenger, Hotmail y servicios para crear grupos de amigos (*groups*) o compartir foto y vídeos (*spaces*).

La paradoja es que, a pesar de contar con el *chat* más popular del mundo, el Messenger, con 330 millones de cuentas, Windows Live no es rentable. En el ejercicio fiscal de 2009, logró unos ingresos de 348 millones de euros, pero pérdidas de 374 millones.

Según Fernández-Laguilhoat, se persigue un concepto de comunidad y no de red social. "Con Messenger, Hotmail y Spaces, somos la mayor comunidad de España, y conectamos con Facebook, Tuenti y otras redes. No creo que estemos fuera".

"No necesitamos un sistema operativo nuevo, ya tenemos uno". Así de claro lo dejó Steve Ballmer el pasado julio. El anuncio de Google de lanzar Chrome OS, un sistema ligero pensado, en principio, para *netbooks*, parece no inquietar. El programa, basado en *software* libre, no estará listo hasta la segunda mitad del 2010. Será gratis para los consumidores; vendrá preinstalado en ordenadores de Asus, Acer, HP o Toshiba, fabricantes con los que ya negocia el buscador, y servirá para trabajar intensivamente en la Red.

Los planes cogieron a contrapié a Microsoft, en pleno empuje de Windows 7. Su versión para *netbooks*, Starter, funciona a la perfección; pero es, a fin de cuentas, la continuación del mismo modelo, un programa ajeno a la *era web*. "La mayoría de la interacción con el PC se produce en Internet; queremos cambiar cómo funcionan los sistemas operativos", dicen en Google.

El Proyecto Gazelle no tirará adelante, de momento

M. A.-M.

Hasta hace poco, Microsoft Research trabajaba en Gazelle, un proyecto similar a Chrome OS, a mitad de camino entre navegador y sistema operativo. La idea no ha cuajado. Según Fernández-Laguilhoat, "Gazelle es simplemente una investigación sobre los sistemas operativos centrados en la *web*, no hay plan de comercializarlo". Veremos qué dice Redmond el próximo año.

Respecto a la trayectoria de Microsoft en Internet, da la sensación de que siempre ha ido por detrás de los acontecimientos, sin ver las tendencias y fiándolo todo a la fortaleza del PC, que cada vez se diluye más.

BING: www.bing.com
 WINDOWS AZURE: www.microsoft.com/azure
 LIVE MESH: www.mesh.com
 ZHOHO: www.zoho.com
 OFFICE ONLINE: office.microsoft.com