



Microsoft critica a Telefónica por su propuesta de cobrar a Google

EL FUTURO REPARTO DEL MERCADO ONLINE/ La ejecutiva de la compañía Rosa García teme que la imposición de un gravamen extra a las firmas de Internet por el uso de su red acabe por perjudicar a los usuarios.

E. Arrieta. Madrid

La mayor compañía de software del mundo, Microsoft, también ha querido dejar clara su postura acerca de la propuesta del presidente de Telefónica, César Alierta, de cobrar a las empresas de Internet por hacer uso de las redes con un fin lucrativo.

Ayer, la vicepresidenta del grupo de Windows para Europa Occidental y ex presidenta de Microsoft España, Rosa García, aseguró que una medida de esta índole "no beneficiaría ni a las propias compañías de telefonía". Más aún, considera que sólo serviría para que el mercado de redes se monopolizara. Sobre lo que no se postula García es acerca del oligopolio existente en el sector publicitario online. En Internet, son relativamente escasos los negocios que hayan generado ingresos por el cobro de acceso a contenidos (es el caso de algunos medios de comunicación) o por la venta de bienes y servicios (por ejemplo, las páginas web de las líneas aéreas).

En la actualidad, buena parte de los ingresos procede de la publicidad en este medio. Se calcula que los anuncios web moverán este año 65.000 millones de dólares (47.600 millones de euros) en el mundo, de los que Google acapararía en torno al 90% (ver EXPANSIÓN del 25 de febrero). Precisamente, esta situación ha llevado a la Comisión Europea a iniciar una investigación sobre la actividad y el modelo de negocio de Google.

Las declaraciones de Rosa García se producen sólo dos días después de que el director de Operaciones de Microsoft, Kevin Turner, tendiera una mano a las *telecos*, asegurando, en una entrevista con *El Mundo*, que "colaborarán con éstas para conseguir abaratar el coste del ADSL".

Riesgos

Alierta considera que las firmas proveedoras de las conexiones a Internet deberían tener derecho a una parte de este jugoso pastel. En este sentido, la ejecutiva de Microsoft exige "claridad" a la multinacional española para definir si son los proveedores o los consumidores de servicios los que deben pagar. "Hay un mundo más allá de un cable por el que pasa información; lo importante es saber lo que los clientes quieren", sentenció García ayer, en una sesión

LA PROTESTA

César Alierta considera injusto que Google acapare el 90% del mercado online mundial, un negocio que opera a través de las *redes* de las 'telecos'. La idea de fondo es que los gigantes web cofinancien el despliegue de estas redes.



Rosa García es vicepresidenta de la división 'Western Europe' de Microsoft. / Efe

de la escuela de negocios Esade, en Barcelona.

García advierte también del riesgo de que compañías como Telefónica acaben ofreciendo "un cable que no lleva a ninguna parte", puesto que lo más previsible es que otros competidores sigan ofertando contenidos sin pago por el uso de la red.

Microsoft lleva un tiempo queriendo acelerar el rendimiento de sus negocios online, que prevé que en dos años supongan el 25% de sus ingresos. "Ahora, todos los consumidores son digitales", reconoce García. El grupo con sede en Redmond (Washington, EEUU) depende aún en un 60% de las ventas de Windows y de las aplicaciones que rodean el sistema (fundamentalmente, Office).

La fiebre del 'tablet' arrastra también a la firma de 'Windows'

E. A. Madrid

En la feria de la electrónica CES, que se celebra cada enero en Las Vegas (EEUU), se mostró el primer *tablet PC* (u ordenador tableta) que incorporará el sistema Windows 7, fabricado por Hewlett-Packard (HP). Ahora, la página web Engadget ha publicado imágenes de un nuevo producto, desarrollado por la propia Microsoft y que previsiblemente saldrá a la venta este año bajo el nombre de Courier. Su diseño se asemeja más que otras tabletas y lectores de libros electrónicos (*e-readers*) a un libro convencional: Courier dispone de dos pantallas y

puede sujetarse igual que una novela de bolsillo. Según Engadget, pesa medio kilogramo y cerrada mide algo menos de 13 centímetros de ancho y 18 de alto. Las tabletas no son nuevas: empresas como HP llevan años comercializándolas para segmentos profesionales, como los diseñadores gráficos. Pero la presentación del iPad de Apple, que en EEUU saldrá a la venta en

Una página web ha publicado los detalles del hasta ahora secreto 'Courier' de Microsoft

abril, ha ocasionado una auténtica fiebre por sacar al mercado nuevos modelos, en un formato que nunca ha sido comercialmente significativo —la pantalla se encuentra más expuesta a los golpes, las capacidades de memoria y procesamiento suelen ser algo inferiores, y la lectura de textos largos acaba cansando la vista—. En el caso del Courier, el hecho de disponer de dos pantallas permite plegarlo por la mitad, protegiendo los cristales. Al parecer, incluirá el mismo sistema operativo que el MP3 Zune. La ambición del Courier será convertirse en el más duro competidor para el iPad.

La operadora, dispuesta a aliarse con grupos rivales de cable en México

Telefónica podría aliarse en México con otros grupos rivales como los grupos cableros Megacable y Televisa y las operadoras fijas Axtel y Alestra para competir en el concurso que privatizará el uso de parte de la red de fibra óptica de la empresa nacional de electricidad CFE. Esta red permitiría a los ganadores reducir la dependencia que tienen de las redes de su gran rival el grupo Telmex, controlado por el magnate Carlos Slim. Según aseguró ayer el presidente de Telefónica en México, Francisco Gil Díaz, "en la fibra óptica puede haber un consorcio. Es posible que vayamos con todas". La licitación de la CFE, cuyos resultados se darían a conocer en junio, busca ampliar la competencia en la oferta de servicios del país centroamericano.