

Guerra de negocios a la Google

Francis Pisani

En seis semanas Google dió dos incomparables muestras de su arte de la guerra y de los negocios en los albores del siglo XXI. Haciendo gala de inteligencia y de poder blando ganó dos batallas mayores para confirmarse como la marca mundial número uno (por delante de General Electrics, Microsoft y Coca-Cola). La primera muestra se refiere a la manera en que logró su objetivo en la subasta del espectro de ondas de 700Mhz muy atractiva para las comunicaciones de banda ancha. Su aparente derrota (no consiguió el famoso Bloque C) resulta ser una verdadera victoria en tanto que no tiene que encargarse de instalar y manejar la infraestructura, pero muy oportunamente consiguió que el vencedor (Verizon) tenga que comprometerse a dejar abierto el espacio. El mecanismo impuesto por la FCC (Federal Communications Commission) permitía al ganador usar la frecuencia de manera propietaria (como lo hacen las empresas de telefonía celular en EEUU) siempre y cuando pagara menos de 4,6 miles de millones de dólares. Por encima de este precio tenía que comprometerse a dejarlo abierto.

"Al poner sobre la mesa sus 4,6 miles de millones de dólares de buen principio, Google fue capaz de dictar las nuevas reglas del juego. Unas reglas en las que ahora Verizon se ve atrapada. Lo unico que le importa a Google son unas redes wifi de banda ancha que no puedan oponerse a las aplicaciones móviles de Google o los teléfonos Android, sea quien sea la operadora", explica TechCrunch. Al final Google puso 4,71 miles de millones de dólares sobre la mesa y Verizon tuvo que subir hasta 4,74 mil millones.

Tres congresistas del partido republicano han tomado posición pública acusando la empresa del motor de búsqueda más utilizado de "haberle hecho trampas" al sistema. El asunto es bastante más complicado.

El economista en jefe de Google es Hal Varian, autor de un libro sobre Information Rules y de tres artículos sobre la teoría de juegos. La teoría es bastante complicada pero "es un tipo de juego en el cual hace falta anticipar las jugadas mucho antes de los hechos", nos explicó el profesor François Bar de la University of Southern California. En la subasta de la FCC uno tenía derecho, en cada turno, a poner más dinero o abstenerse, pero solo un número limitado de veces. El arte consistió, por tanto, en llegar a la suma de 4,6 mil millones de dólares con el mayor margen de maniobra posible. Hacía falta entender en qué estado se encontrarían los adversarios para que siguieran apostando con un riesgo mínimo de que se retiraran.

Su segunda gran jugada, frente a Microsoft, pertenece a un registro distinto en la medida en que la confrontación no era directa. Pero no cabe duda para Miguel Helft que "Microsoft y Yahoo han sido empujados hacia un matrimonio multibillonario seguido de una repentina ruptura por el mismo jugador. Google, en su extraño doble papel de ser su celestina y luego el que malbarató la alianza en interés propio", escribió en el New York Times.

El éxito de Google fue lo que llevó Steve Ballmer a querer adquirir Yahoo. La maniobra que impidió (por ahora) la adquisición fue un acuerdo de cooperación según el cual Google permite a Yahoo utilizar su tecnología de monetarización de publicidad. Este acuerdo podría traer a Yahoo mil millones más al año en ingresos (y contribuir al enriquecimiento de Google). Tales argumentos llevaron a Yang a pedir un precio más alto y Ballmer a decir que la adquisición no era "deseable".

La novedad reside en entender que la guerra no se hace (o no se debería hacer) hoy como se hacía antes. Lo cual pone Google a su vez en una situación delicada. Está alegando hoy que

Verizon no respeta las reglas y aparece así como poco amable. La situación es aun más delicada frente a Yahoo. Si se confirma el acuerdo Google corre el riesgo de verse acusado de prácticas monopolísticas. Probadas o no, sería malo para su imagen. Y si no lo concreta, mucha gente verá el experimento con Yahoo como una pura maniobra y a Google como un jugador sucio. El Soft power tiene sus reglas también. Qué bueno.

Disponível em: <<http://www.elpais.com>> Acesso em: 16/5/2008.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.