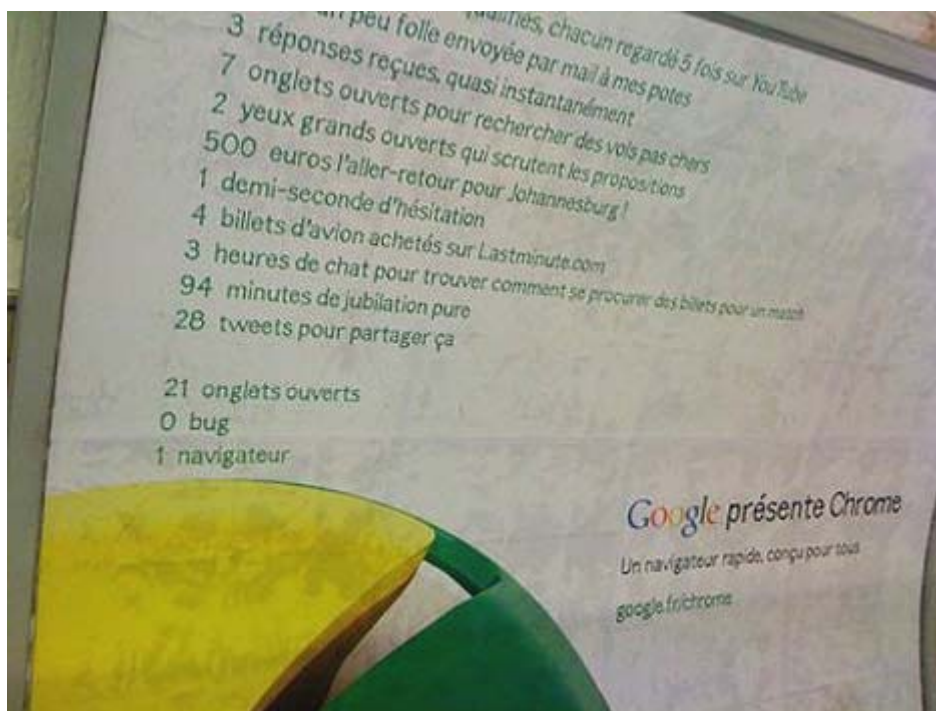


Google promociona Chrome ante la guerra de navegadores en Europa

Reuters



Anuncio en el Metro de París. | Siteduzero.com

Google ha dado el inusual paso de utilizar anuncios en el 'mundo real' para promocionar su navegador Chrome en Europa, antes de la aplicación de un cambio de regulación que facilitará que los usuarios cambien de navegador.

Alejándose de su dependencia habitual del marketing boca a boca, Google ha lanzado una campaña en periódicos, vallas publicitarias y carteles en las estaciones de metro de Londres, París y Amsterdam.

La campaña llega cuando la Unión Europea prepara la aplicación del llamado 'voto de navegador', que permitirá a los usuarios seleccionar el programa que utilizan para navegar por Internet cuando utilizan su ordenador por primera vez.

También es una muestra de la creciente disposición de Google para colaborar con medios tradicionales -en este caso a través de la agencia publicitaria Omnicom, que gestiona la campaña-, muchos de los cuales consideran que Google se beneficia a sus expensas.

El presidente ejecutivo de Google, Eric Schmidt, dijo recientemente que la empresa quiere ayudar a los editores a sobrevivir a la transición a la Red.

"Hace dos años, creo que había una forma de Google. La tomabas o la dejabas", comentó Chris Hayward, responsable de cotización en Reino Unido en la compradora de medios ZenithOptimedia. "Mi opinión personal es que ahora se están volviendo mucho más sensibles a nivel comercial", añadió.

El 'voto de navegador' fue propuesto por Microsoft dentro de un acuerdo para resolver una disputa antimonopolio en la UE iniciada por Google y el fabricante de navegadores Opera.

"Los consumidores piensan que la 'e' que ven su escritorio (por el icono del programa Internet Explorer de Microsoft) es sinónimo de Internet. Esa es una posición que es muy buena para Microsoft y difícil para Google", señaló el analista Ross Sandler de RBC.

Al promocionar su navegador, Google intenta cambiar la percepción del consumidor y presentar un desafío real al dominio de Microsoft en ordenadores de escritorio. "Creemos que los navegadores son muy importantes, de hecho quizá la parte más importante de tu ordenador", indicó un portavoz del gigante de Internet.

Una estadística de NetMarketShare señala que Chrome suponía en enero aún el 5,2% del mercado mundial de navegadores, por detrás del 62,2% de Internet Explorer y el 24,4% del navegador de código abierto Mozilla Firefox.

La nueva norma europea, que entrará en vigor a mediados de marzo, contempla que los usuarios europeos de Microsoft Windows, que funciona en nueve de cada 10 ordenadores personales del mundo, recibirán una posibilidad explícita de elegir entre 12 navegadores.

Sin embargo, algunos analistas dudan de que cause un cambio significativo en el comportamiento de los consumidores. "Al final, no importa si Chrome viene preinstalado en un ordenador o no", comentó Laura Martin, una analista de Soleil Media Metrics que sigue a Google. "Los consumidores son caprichosos y cambian de navegador con facilidad", comentó.

Fonte: El Mundo, Madrid, 2 feb. 2010, Tecnología, online.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais