

Tirada: 47.519	CincoDías	Superficie: 735,00 cm²	
Difusión: 31.337		Ocupación: 65.21%	
(O.J.D)	Economico	Diaria	
Audiencia: 109.679	Economía		
Ref: 4733990	2ª Edición	09/04/2013	1 / 1
		Valor: 6.890,09	
		Página: 8	

Google también quiere ser el rey de la mensajería instantánea

El buscador negocia la compra de la popular WhatsApp por unos 770 millones, según Digital Trends

MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Los tambores de compra de WhatsApp vuelven a sonar. En diciembre pasado era Facebook quien negociaba la adquisición de la popular aplicación de mensajería instantánea, ahora es Google quien intenta hacerse con la popular aplicación. Al menos así lo asegura *Digital Trends*, que cita fuentes internas y que detalla que ambas compañías llevan cinco semanas de negociación. Un portavoz de Google España no quiso ayer ni confirmar ni desmentir la noticia. "No disponemos de información y no comentamos rumores", se limitó a decir.

Se llegue o no a materializar la operación, la noticia ha desatado todo tipo de valoraciones porque WhatsApp se ha convertido en un estándar de facto de la mensajería instantánea móvil. Y porque este tipo de aplicaciones no para de ganar protagonismo.

De hecho, más allá de WhatsApp —de la que se dice tiene 265 millones de usuarios— hay otras aplicaciones con crecimientos enormes. La canadiense Kik ha acumulado 40 millones de usuarios desde su lanzamiento en 2010, y las asiáticas WeChat, Line y KakaoTalk tienen 400 millones de usuarios, 120 millones y 80 millones, respectivamente, según Reuters. En España, Spotbros alcanzó el pasado noviembre los 500.000 usuarios. Y habrá que ver qué logran Telefónica, Vodafone y Orange con su reciente aplicación de mensajería instantánea Joyn. Con estos números en la

mano, y teniendo en cuenta que estos servicios han creado una nueva manera de comunicación que ha "terminado" casi con los SMS y su ingente negocio para las *telecos*, ¿tiene lógica la compra de WhatsApp por Google?

Según el analista Jaime García Cantero, si tiene sentido para ambos: "Google ganaría presencia en el entorno móvil y WhatsApp vendería su compañía sin pasar por la prueba de como aguantará a su creciente competencia y como monetizará su servicio (ahora que ha empezado a cobrar su versión para Android y no ha gustado a los usuarios)". Con todo, García Cantero cree que WhatsApp no parece el tipo de compra que Google está haciendo últimamente. "Desde Youtube no ha hecho adquisiciones grandes sino compañías más de nicho con tecnologías punteras".

Por su parte, Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresas, no ve demasiado sentido a la operación. "Ante una adquisición de este tipo, cabría plantearse qué es exactamente lo que Google estaría adquiriendo: por tamaño de red, no parece muy razonable, porque hablamos de Google, que no solo tiene una amplísima red de usuarios en productos similares, sino que además domina la plataforma. Por tecnología, estaríamos hablando de adquirir a una empresa que claramente ha priorizado el crecimiento frente a la sostenibilidad, aquejada por problemas de seguridad rayanos en lo directamente irresponsable y con muchas cuestiones por resolver en cuanto a escalabilidad de sus sistemas. Y la tercera



Opciones más baratas y acceso al 'santo grial'

La adquisición de WhatsApp por Google permitiría que el buscador tuviera un servicio de mensajería instantánea nativo para móviles que hoy no tiene. Precisamente, el rumor ha saltado poco después de que se especulara que Google prepara el lanzamiento de su propio servicio de mensajería instantánea bajo el nombre de Google Babble. Con todo, Jaime García Cantero asegura que "por tecnología hay otras opciones a WhatsApp que

Google podría comprar más baratas y con tecnología más completa; eso sí, menos probada y extendida".

El analista también hace otra observación a tener en cuenta: "Si se produjera la operación Google-WhatsApp, el buscador tendría acceso al *santo grial* de los datos personales: el número de teléfono móvil y eso también puede ser interesante para cualquier posible comprador más aún para Google o Facebook.

opción, la incorporación de talento, no justificaría en modo alguno una operación de esta magnitud". Según *Digital Trends*, Google pagaría 770 millones de euros por WhatsApp.

Con todo, Dans también siembra dudas al respecto. "Google ya ha demostrado recientemente tanto su capacidad para sorprendernos, como la que tiene para tomar decisiones aparentemente absurdas", critica, refiriéndose al cierre de Google Reader.

Las redes sociales y los servicios de mensajería instantánea se amenazan mutuamente

Tenga o no lugar la compra, lo que parece claro es que las redes sociales y las empresas de mensajería instantánea se marcan cada vez más de cerca. Sienten una amenaza recíproca. Y es que, según explica Dans, actualmente existe una batalla importante por la perdurabilidad de la comunicación. "En un extremo están las redes sociales, que representan la comunicación que permanece, a la que podemos volver en cualquier momento, que pasa a formar parte de nuestra historia personal o colectiva, y que está sometida a problemas relacionados con la privacidad y con el escrutinio permanente por parte de terceros. En el otro está la mensajería instantánea, que no se percibe como permanente, sino como efímera. Y todo indica que los usuarios más jóvenes se sienten cada vez más atraídos por ese modelo de comunicación *sin ataduras*, y están desplazando una gran parte del uso de redes sociales hacia modelos de este tipo".

En este punto, recuerda que la idea de Facebook Home, recientemente lanzado por Facebook para móviles Android, pretende, en parte, dotar de protagonismo al chat de la red social al situarlo en la propia pantalla de inicio, lo que podría llevar a un desplazamiento de las apps de mensajería instantánea en beneficio de su chat, "pero por el momento parece difícil imaginar una adopción masiva de Facebook Home", subraya el profesor del Instituto de Empresa.