

Microsoft se lanza a la reconquista del mercado móvil

La feroz competencia obliga a la tecnológica a lanzar una reorganización de sus divisiones y de la cúpula directiva. Ballmer persigue "una única estrategia para crear una familia de dispositivos y servicios".

Estela S. Mazo. Nueva York

Las nuevas reglas del negocio tecnológico llevan tiempo obligando a Microsoft a mover fichas dentro de la compañía, con cambios de ejecutivos y lanzamientos de productos con los que combatir a la feroz competencia.

Pero, para Steve Ballmer, presidente ejecutivo de la firma de Redmond, eso sólo eran parches. La revolución del mercado es de tal magnitud que ha llegado el momento de renovar incluso el tablero de juego para abandonar su histórico objetivo de "llover un ordenador a todas las personas" y mirar hacia la era del "todo conectado".

Con este espíritu, Ballmer presentó ayer la primera reestructuración de la tecnológica en cuatro años. El nombre de su estrategia lo dice todo: "One Microsoft". Persigue el funcionamiento de la firma como una única compañía en vez de en una colección de departamentos a veces rivales.

Cuatro divisiones

Para ello, se organizará por funciones y se disolverán las ocho divisiones existentes para crear cuatro nuevas en torno a áreas más amplias: sistemas



Steve Ballmer, presidente de Microsoft.

Bloomberg News

Los cambios

La reestructuración conlleva un cambio de ejecutivos en la cúpula de Microsoft:

TERRY MYERSON

El antiguo jefe de ingeniería de Windows Phone será director de la división de Sistemas Operativos.

JULIE LARSON-GREEN

Pasa de Windows y Surface a la dirección del negocio de Dispositivos y Estudios.

QI LU

El hasta ahora director de la división de Servicios de Internet pilotará Aplicaciones y Servicios.

SATYA NADELLA

Será la nueva jefa de Nube y Empresas, por lo que dirigirá el negocio de gestión de datos. Hasta ahora, estaba al frente del negocio de servidores y herramientas.

TONY BATES

El expresidente de la división de Skype estará a cargo de la estrategia de negocio, lo que incluye posibles fusiones y adquisiciones.

operativos, dispositivos y estudios, aplicaciones y servicios en la nube. Todos ellos perseguirán el objetivo común de crear "una familia de dispositivos y servicios para particulares y empresas".

"Consolidaremos nuestras tecnologías de manera coherente en torno a estos grupos conjuntando algunas cosas que han estado diversificadas dentro de nuestra estructura organizativa", dijo Ballmer.

El directivo pretende así acabar con las críticas que acusan a la firma de no tener una estrategia móvil coherente y de llegar tarde al lanzamiento de teléfonos inteligentes o tabletas ante la feroz competencia de Google o Apple, que en el pasado hicieron cambios organizativos similares. Ahora, Ballmer confía en hacer la compañía más ágil, mientras integra "a través de una pantalla" todos sus negocios, empezando por Windows 8 y Office 365.

De momento, el mercado confía en Microsoft. Sus acciones subían ayer un 2% tras el anuncio de la reorganización, que se completará a finales de año.

Expansion.com
Vea el videoanálisis sobre esta información

POR 21.600 MILLONES DE DÓLARES

SoftBank cierra la compra de Sprint

E.S. Mazo. Nueva York

Tras recibir todas las bendiciones de los reguladores, el grupo japonés de telecomunicaciones, SoftBank, cerró ayer al fin la adquisición de Sprint Nextel, el cuarto operador móvil de Estados Unidos por 21.600 millones de dólares (16.560 millones de euros). Se pone así punto y final a la batalla que libraban la empresa nipona y Dish desde abril por el control de Sprint.

Con esta operación, SoftBank, pilotada por el multimillonario Masayoshi Sonse, firma la mayor adquisición extranjera en la historia de una

firma japonesa. Al tiempo, se convierte en uno de los mayores grupos de telecomunicaciones del mundo, con 90 millones de suscriptores.

Además, SoftBank aspira a seguir ampliando su tamaño, pues según el rotativo *Nikkei*, tiene entre manos un plan de inversión para Sprint de 16.000 millones de dólares que se aplicaría en dos años. Según los analistas, la operadora estadounidense necesita una reorganización después de años de pérdidas de clientes que han herido su cuenta de resultados en favor de AT&T y T-Mobile.

Expansión. Madrid
Las ventas mundiales de ordenadores personales (PC) cayeron un 10,9% en el segundo trimestre del año, hasta 76 millones de unidades, según la consultora Gartner. Se trata de la quinta caída trimestral consecutiva del negocio de PC, debido a la pujanza de dispositivos más baratos y multifuncionales, como las tabletas y los teléfonos inteligentes (*smartphones*). Dentro de un mercado en retroceso, la compañía china Lenovo ha arrebatado el liderazgo mundial en PC a la estadounidense HP entre abril y

junio. Las ventas de Lenovo cayeron un 0,6% en este periodo, lo que representa una cuota de mercado del 16,7%, frente al 14,9% que tenía en el segundo trimestre de 2012. La empresa asiática lleva una tendencia creciente en los úl-

timos meses que los analistas esperan que se mantenga a corto plazo.

En cambio, las ventas de PC de HP bajaron un 4,8%, lo que supone una cuota de mercado del 16,3%.

Dell

La tercera posición del ranking la ocupa Dell, con una cuota del 11,8%, tras haber vendido un 3,9% menos.

El mes pasado, la consultora Gartner estimó que las ventas mundiales de PC bajarán un 10,6% este ejercicio, mientras que las de tabletas crecerán el 67,9%.

LAS VENTAS CAEN UN 10,9% ENTRE ABRIL Y JUNIO, SEGÚN GARTNER

Lenovo arrebata a HP el liderazgo mundial en PC



OPINIÓN
Enrique Dans

Educación absurdia

España tiene un serio problema con la educación. Gastando más dinero y con menos alumnos por clase que muchos países de su entorno, nuestro país ha conseguido unos ratios de fracaso escolar y un desempleo juvenil que superan todos los récords.

¿Qué elementos fallan en el sistema educativo español? De manera inmediata, y salvo excepciones, podemos señalar a la falta de responsabilidad. Muchísimos profesores carecen de responsabilidad sobre el producto educativo: la evaluación de la calidad de la enseñanza es prácticamente inexistente, no se usa, no es obligatoria o no se tiene en cuenta en absoluto. Un sistema que ofrece estabilidad en el empleo al profesor independientemente de la calidad y resultado de su docencia es inherentemente perverso. Los temarios y metodologías tienden a la obsolescencia, porque la ausencia de evaluación y competitividad elimina los incentivos. En un escenario de cambio tecnológico, el contraste se vuelve insopportable.

Pero además, las propias estructuras administrativas dan lugar a una enorme inefficiencia: hace poco vi cómo a un alumno de Ingeniería le negaban la posibilidad de hacer prácticas en una empresa, "porque no tenía completados la mitad de los créditos". A otro, en Publicidad, le tramitaron su solicitud, pero le previnieron de que si hacía prácticas en su primer curso, "no le contaría como créditos". En un mercado de trabajo disfuncional y con un porcentaje disparatado de paro juvenil, desincentivar el trabajo en prácticas a los alumnos de cualquier nivel es de tal irresponsabilidad, que merecería un despido sumarísimo.

La universidad española, salvo honrosas excepciones, no prepara a los alumnos para trabajar. Lo que hace es generar en ellos una actitud tan funcional como la que tienen la mayoría de sus profesores y trabajadores. Un desastre que no se cambia maquillando los planes de estudio. Es preciso modificar mucho, mucho más.