



LA VANGUARDIA pdf ¡Suscríbete!

LA VANGUARDIA.es

Viernes 12 de septiembre 2008

Noticias

Opinión

Temas

Clasificados

Servicios suscripción personal

Darse de alta

Internet

Buscar



5 min

Despieces

[Google: un caso de éxito del ".com"](#)

Infográficos

[Información gráfica](#)

Reflexión

Noticias

[¿Pierde peso Barcelona?](#)
QUIM MONZÓ - 28/05/2003["O estado do mundo"](#)
MÁRIUS SERRA - 27/05/2003[¿Votará la señora María?](#) [E]
MÁRIUS SERRA - 22/05/2003[La coalición anglo-norteamericana](#) [E]
MÁRIUS SERRA - 20/05/2003[Salto cuántico](#) [E]
JORDI CANALS - 19/05/2003

Internet vuelve a la carga

La red lanza nuevos modelos de negocio buscando sinergias con la industria tradicional

Los que lo habían dado por muerto se equivocaron. Tras la etapa de euforia y la de la depresión, los analistas invitan a reconsiderar positivamente el sector de Internet. La red quiere demostrar que ha aprendido la lección y lanza nuevas estrategias para lograr lo que hasta ahora no ha tenido: rentabilidad.

Las futuras ganancias de Internet se repartirán entre operadores, autores de contenidos y portales

Piergiorgio M. Sandri - 31/03/2002

Erase una vez la burbuja de Internet. Creció hasta alcanzar niveles insostenibles y llegó un momento en que todo estalló. Del universo de compañías que poblaban la red, al final quedaron pocas. Y fue entonces cuando el negocio empezó a funcionar.

Los analistas creen que los proveedores de acceso europeos se colocarán pronto en números negros

El cuento de las nuevas tecnologías es un poco así. Después de una larga etapa en la que todo lo que era ".com" suscitaba miedo a cualquiera, un soplo de aire fresco parece haber entrado en los mercados.

Las acciones de los tradicionales proveedores de acceso a Internet (ISP) europeos (Terra, T-online, Tiscali, Wanadoo) aún valen, en conjunto, un cuarto de lo que cotizaban en la primavera de 2000. Pero, aseguran los expertos, podría haber llegado la hora de reconsiderar el sector. La sensación es que estamos en una etapa decisiva y que la recuperación tiene que ser "ahora o nunca más". "Ya no se pueden admitir pérdidas", dijo un analista.

Por primera vez los números negros ya no parecen tan lejanos. Los analistas de Morgan Stanley creen que los principales ISP europeos incrementarán su facturación este año un 30%. En particular, Tiscali y Wanadoo deberían alcanzar un beneficio bruto positivo. El banco de inversión Goldman Sachs también está convencido de que "los líderes europeos de Internet serán rentables con ingresos más estables".

Esta repentina "resurrección" de Internet es imputable a distintos factores. La anunciada recuperación económica, por un lado, ha devuelto a las empresas más confianza y ahora las compañías tienen nuevamente deseos de invertir. La consultora Forrester hace poco ha revisado al alza las previsiones de crecimiento para este año de los gastos en las nuevas tecnologías, hasta un 3,9% en contra del 2,2% de hace cuatro meses. En 2003 estiman incluso que se llegará a un ritmo de dos dígitos. "Los mejores días para la tecnología están aún por delante", proclaman entusiastas desde Forrester.

Pero lo que más ha impulsado los cambios en Internet ha sido sobre todo un cambio de mentalidad. "Se hace un uso, cada vez más evidente, de los portales como plataformas de marketing", explican desde Goldman Sachs. Así páginas como Terra o Yahoo! habrían logrado su consagración definitiva entre los usuarios al convertirse en un vehículo fundamental para el acceso a la información. "Los portales generalistas serán en el futuro la puerta de entrada para los buenos contenidos", explica el director general de Geoplaneta.com, Iñigo Babot.

Está comprobado que algunos temas son más "taquilleros" que otros: las finanzas, el ocio y el turismo gozan del favor de los navegantes. "Lo que está ocurriendo es que muchos portales, que antes ofrecían muchos contenidos pero de manera superficial, están llegando a pactos con los proveedores de contenidos de calidad", indica Babot.

Este mecanismo involucra a distintos actores del sistema económico (véase figura), desde las empresas tradicionales a las operadoras telefónicas. Así, los más conocidos proveedores de acceso a Internet rentabilizan su elevado volumen de tráfico al ofrecer contenidos más atractivos, los móviles de tercera generación dan un nuevo soporte "virtual" más cercano al usuario mientras que las firmas adoptan las nuevas tecnologías para incrementar su productividad. En definitiva, a diferencia del pasado, Internet no está solo en la red, sino en todas partes.

"El negocio de Internet tiene poco futuro en el plan individual, yo creo más en la multicanalidad", subraya Santiago Benedé, gestor del portal [www.estubroker.com](#). El objetivo final de este nuevo sistema es conseguir que el camino para que el usuario acceda a los servicios sea más sencillo. "Si se facilitan las cosas, seguro que el negocio de Internet tendrá éxito", asegura Babot.

Este modelo, no obstante, trae consigo varias incógnitas. Según este sistema, las ganancias se redistribuyen entre todos, pero el porcentaje es aún desconocido. Los operadores del sector explican que "las telefónicas

entre por algún sitio y permita al sistema funcionar. Algo que no es tan evidente. En efecto, gran parte de estos ingresos deberían proceder, (el caso más reciente es el de los medios de comunicación) de sistemas de pagos. Una tarea, sin duda difícil. "Hasta ahora, la percepción que tiene la gente es que la red tiene poco valor con lo que no quiere pagar por ello", reconoce Benedé. Pero no hay vuelta atrás. "O terminamos todos pagando, o se acabará el servicio", advierte Babot.

Por otra parte, los portales generalistas deberán ser capaces de diversificar sus fuentes de financiación, entre publicidad, ventas de contenidos y comercio electrónico. "Nadie puede sobrevivir sin todas ellas", afirma el profesor de Esade Enric Colet. De momento, una cosa parece bastante clara. Basta con echar un vistazo a la página Netsizer.com, para ver como el número de navegantes en la red no cesa de aumentar. ¿Suficiente para volver a comprar las acciones ".com"? "Aún sería cauto, pero los peores momentos han pasado", sostiene Benedé. El cuento de Internet continúa.

LA VANGUARDIA, el diario más vendido en Catalunya - Control OJD
Copyright La Vanguardia Ediciones S.L. y Iniciativas Digital Media S.L.
All Rights Reserved - Aviso Legal - Contacte con nosotros