

Microsoft hace frente a Apple, Google, Amazon y Facebook con la compra de LinkedIn

Con la adquisición de LinkedIn, la compañía de software fortalece su posición en el universo online y hace frente a los gigantes de Internet.

Con la adquisición de LinkedIn por 26.200 millones de dólares, Microsoft se hace fuerte en la batalla de Internet. La compañía suma a su imperio una red social profesional con 433 millones de usuarios, convirtiéndose así en un primer espada en un negocio crucial -las redes sociales- donde su presencia era anecdótica.

Microsoft se rearma para afrontar la guerra tecnológica, que se juega en el campo de pugna de Internet y la movilidad. Precisamente, ha sido la era de Internet la que ha aupado a los gigantes tecnológicos a la cima bursátil. Así, entre las diez mayores empresas tecnológicas por capitalización, cinco (Apple, Google, Microsoft, Amazon y Facebook) son tecnológicas. Juntas suman un valor bursátil de 2,1 billones de dólares.

REDES SOCIALES

Las redes sociales, con Facebook a la cabeza, son uno de los pilares del momento dulce que vive en la actualidad el sector tecnológico. Las acciones de la compañía fundada por Mark Zuckerberg, que cuenta con 1.650 millones de usuarios activos en el mundo, se han revalorizado un 39% en los últimos doce meses.

Facebook se ha convertido en el líder social por antonomasia al poseer las redes más utilizadas del mundo: Facebook, WhatsApp e Instagram. La compañía también está abordando el negocio de redes sociales para empresas con Facebook at Work, una herramienta competidora de LinkedIn.

Con la compra de LinkedIn, Microsoft dificulta a Facebook sus ambiciones en el mundo de la empresa, el terreno natural de la compañía dirigida por Satya Nadella.

LA BATALLA EN LA NUBE

Olvidadas sus ambiciones como fabricante de dispositivos móviles, Microsoft se ve ahora las caras con dos compañías del mundo de Internet en el negocio de la informática en la nube, punta de lanza de la reconversión que vive la histórica compañía tecnológica desde su condición de proveedor de software para PC.

Microsoft, con una capitalización de 397.394 millones de dólares, compite con Amazon -a través de su unidad de negocio Amazon Web Services- y con Google en uno de los negocios tecnológicos de más rápido crecimiento, la provisión online de infraestructura tecnológica a empresas en un modelo de pago por uso.

Su plataforma de infraestructura informática cloud para empresas (Azure) es uno de los pilares de la nueva Microsoft. La compañía prevé que este negocio alcance un volumen de negocio de 20.000 millones de dólares en 2020.

Amazon y Microsoft van un paso por delante en esta batalla de la infraestructura informática en la nube para empresas, donde también compiten actores como Google.

El gigante de las búsquedas no desglosa las magnitudes de Google for Work, donde integra su negocio para empresas. Google se ha centrado en la ofimática en la nube (Google Apps, competencia de Microsoft Office), pero quiere fortalecerse con una propuesta de cloud más ambiciosa. De hecho, en los últimos meses se ha hecho con grandes contratos como el de Apple.

Urs Hölzle, ejecutivo de Google, afirmó recientemente que en 2020 la compañía podría llegar a obtener más ingresos como proveedor de tecnología en la nube que por la venta de publicidad. Esto representaría una gran transformación del negocio de Google, que genera casi el 90% de sus ingresos a través de la comercialización de anuncios.

Fuente: <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2016/06/14/575f078ee2704ec2068b45b9.html>