

## Los analistas destacan la fusión de 'hardware' y 'software'

Los fabricantes de ordenadores, socios tradicionales de Microsoft no opinan sobre el anuncio  
Algunos analistas consideran que es un cambio radical de modelo de producto

LAIA REVENTÓS | Barcelona | 19 JUN 2012 - 17:28 CET

8

Archivado en: Microsoft HP Acer Asus Movilidad Tabletas Apple Tecnología Empresas Consumo Economía Ciencia



La tableta de Microsoft, Surface. / DAVID MCNEW (REUTERS)

Sin comentarios. Esta es la respuesta de los principales fabricantes de ordenadores a la última novedad: [Microsoft fabricará su propia tableta, Surface](#). Por primera vez en su historia la multinacional del *software* fabricará un aparato que compite directamente con sus socios habituales (HP, Dell, Toshiba, Acer...), que incorporan de serie el sistema operativo Windows en sus equipos. También adopta una estrategia Apple, porque todo es suyo tanto el *hardware* como el *software*. La empresa de Redmond (Washington, Estados Unidos) atesora [un caso de éxito y otro de sonoro fracaso en la fabricación de aparatos propios en otros sectores](#): la consola de

83  
240  
35

os Xbox y el reproductor musical Zune, que no llegó a molestar al iPod de Apple.

Office en una tableta con teclado físico. "La idea no es mala, aunque no sea la vez que Microsoft la lleva a cabo", recuerda el analista tecnológico Jaime García antes de la llegada del iPad "tenía versiones táctiles de Windows para aparatos que

Enviar un teclado físico pero también se podían utilizar con los dedos". El tema, añade, es Imprimir compete en un mercado muy copado por Apple y con las tabletas Android creciendo a buen ritmo. "La implantación en las empresas del iPad está siendo espectacular, disipando todas las dudas sobre si las corporaciones aceptarían entrar en un entorno cerrado como el de Apple".

"Steve Ballmer repitió siempre el mismo mensaje en la presentación: la integración entre *hardware* y *software* es clave para facilitar una mejor experiencia a los usuarios. El hardware que ha diseñado trata de captar el interés por un aparato que combina la experiencia del PC y de la tableta, aunque está claramente enfocada a los profesionales", opina Francisco Jerónimo de IDC Research en [The Guardian](#).

¿Qué pasa con los aliados tradicionales de Microsoft? El principal fabricante mundial de ordenadores, HP, no se va a posicionar de momento sobre este asunto, según sus portavoces en España. Lo mismo que Acer, Asus... "Es probable que estén enfadados, porque no les hará ninguna gracia", considera García Cantero. La estrategia errática de HP en el mercado de las tabletas, donde apostó por su propio aparato TouchPad con sistema operativo Palm, duró poco en las tiendas. "Pero HP necesita estar en el mercado de las tabletas", dice, [sobre todo porque el mercado del PC va a la baja](#). "Se ha hablado mucho de que estaba a punto de sacar

un HP con Windows 8, pero quizás ahora no apostará a una sola carta". En opinión de Michael Gartenberg, de Gartner, Microsoft considera que ya no puede confiar en otros para que trasladen su visión de Windows 8 en el mercado de la movilidad".

Microsoft dijo ayer que no estará solo. En la última feria Computex, celebrada recientemente en Taiwán, [se presentaron los primeros híbridos \(tableta y portátil\) equipados con Windows 8](#), el sistema que también llevará la tableta Surface. El de Asus se llama Transformer Book y los de Asus, Iconia W700 y W510. Los fabricantes taiwaneses no fueron los únicos en mostrar novedades y prototipos que se convertirán en productos comerciales a lo largo del año. El japonés Toshiba enseñó un nuevo ultraligero convertible en tableta con W8, desarrollado con Intel; una tableta Windows con puerto para teclado; y un portátil con pantalla táctil que se desmonta, ambos diseñados en colaboración con Texas Instruments.

Este producto marca un giro radical en la estrategia de producto de Microsoft. "Combina el modelo de hardware de xBox con el de software de ecosistemas para Windows. Y le permite competir con Apple con sus mismas armas: la integración", concluye [Sarah Rotman de Forrester Research](#).