

tecnología

apple vs microsoft

Una manzana contra la ventana

El gigante del software volvió a arremeter contra Mac para encender el debate sobre qué tipo de ordenador es mejor

POR DAVID GÓMEZ*

Esta vez la empezó Steve Ballmer, el CEO de Microsoft, quien siempre da la nota yéndose de boca o haciendo alguna acción desenfundada, por no decir payasada. Su tiro más reciente, y que estuvo fríamente calculado, fue hace un mes. "Los que compran Mac pagan US\$ 500 de más por el logo de Apple", disparó el ejecutivo al que apodan el gorila.

Contrariamente a otras veces, la frase fue muy bien acogida en general y como era de esperar desató una seguidilla de episodios: una campaña con videos virales para dejar bien firme la afirmación de Ballmer, una legión de macacos -o apple lovers- atacando desde la blogósfera, leña al fuego de Hewlett Packard (HP) y más recientemente la respuesta de la empresa de Steve Jobs. Pero, sobretodo, quedó servida la cuestión de nunca acabar: ¿cuál es mejor, Mac o PC?

EPISODIO I: STEVE JOBS. Unas semanas antes del episodio Ballmer, el propio Jobs, al ser consultado sobre la posible y rumorada netbook de Apple (portátiles de bajo costo), respondió: "No sabemos fabricar un equipo de US\$ 500 que no sea una basura". Y es que si algo caracteriza a las computadoras de Mac es su performace, usabilidad y potencia.



Los protagonistas de Laptop Hunters

Competencia

Los ordenadores que Microsoft enfrentó en su última campaña de publicidad on line



	MACBOOK PRO	HP PAVILLON
Pantalla	17" (1920x1200 px)	17" (1440x900 px)
Sistema operativo	Mac OS X Leopard	Win Vista Home
Procesador	Intel Core 2 duo	AMD Turion X2 Dual Core
Memoria	2 gb DDR 3	2 gb DDR2
Tarjeta inalámbrica	802.11 G/N	802.11 G
Tarjeta de red	10/100/1000 Mbit	10/100 Mbit
Batería	Hasta 8 horas	Hasta 2,5 horas
Peso	2,9 kg	3,65 kg
Altura	2,54 cm	4,92 cm
Precio (en EEUU)	US\$ 2.799	US\$ 699

las Mac lograron aumentar su cuota de mercado en los últimos 12 meses.

EPISODIO II: EL GORILA. Quizás a sabiendas de todo esto, Ballmer, al ser consultado sobre la empresa de la manzana durante la conferencia de McGraw-Hill Companies 2009 Media Summit, respondió: "Aunque Apple ha crecido un punto en los últimos meses, creo que la marea ha cambiado. En la actual situación económica, ¿tiene sentido pagar US\$ 500 extra por un ordenador con el mismo hardware, solo porque tiene un logo en la tapa? Esto es un desafío para el consumidor medio".

Inmediatamente, se armó un debate en todas partes. Los foros y las comunidades de macacos reaccionaron con todo y no se olvidaron de hasta la prima segunda política de Ballmer. En Argentina quien reaccionó con todo fue el distribuidor de la marca; toda una autoridad teniendo en cuenta que son los dueños del único Mac Center de Latinoamérica.

EPISODIO III: LAPTOP HUNTERS. Paralelamente, Microsoft colgó una campaña online (titulada *Laptop hunters*), formato reality, en la que le daban a un amante de Mac US\$1.000 para que se comprara una laptop con las características que deseaba: rápida, con teclado cómodo y pantalla de 17 pulgadas. Si lograba encontrarla, podría quedársela. El resultado fue obvio: terminaban comprando una HP, socio estratégico de Microsoft.

Nomás unos años atrás se podía afirmar que Mac era el sistema más confiable, el hardware más robusto, el software más estable, la máquina más linda. Pero esa afirmación, lamentablemente para Apple, ya no es tan cierta. Bueno, sí para los macacos que tienen una fidelidad increíble.

Si bien la experiencia de usar una Mac es inigualable (basta chivear con una MacBook Air), en la actualidad el mercado ofrece PC que otorgan similares características de hardware y estética, y por menos de la mitad de precio. De hecho, hoy se puede instalar Windows XP en una Apple, o Mac OS X en un PC.

EPISODIO IV: LA FACTURA. De todas formas, desde la empresa de la manzana consideran que el precio de sus máquinas está más que justificado. Su portavoz, Bill Evans, respondió a toda la movida de Microsoft. Por un lado, dejó claro que ambas compañías coinciden en un punto: las Mac son cool. Y luego pasó la factura. De acuerdo a Evans, al precio base de las PC hay que añadir un gasto de US\$ 350 en promedio para equiparla con software, otros US\$ 150 para activar el antivirus y otro tanto por servicios técnicos (en EEUU, BestBuy cobra US\$ 129 solo por diagnosticar el problema). En tanto, recordó que el precio de las Mac incluye todo el software de iLife sin costo extra, el servicio técnico de la Apple Store es gratuito y los ordenadores de la manzana no sufren de virus.

EPISODIO FINAL. Optar por Mac o PC es más una elección de gustos y necesidades. En el mercado se ofrecen equipos de similares características en cuanto a hardware; eso ya no es diferencial.

Lo que sí hay que tener en cuenta es la variable precio y lo que respecta a la garantía y servicio técnico. Por lo menos en Uruguay arreglar una Mac es mucho más caro por la escasez de gente especializada. Y si se trata de piratear software, la manzana no admite ninguna clase de gusanos.

(*) contacto@davidgomez.com.uy

«Los que compran Mac pagan US\$ 500 más caro solo por un logo»

Steve Ballmer
CEO DE MICROSOFT



Sin embargo, los dichos del fundador de Apple y la posible no existencia de ese modelo de computadora van contra la principal tendencia de consumo tecnológico: las ventas de las netbooks están impulsando el mercado mundial de los ordenadores portátiles. Y, paralelamente, EEUU, el principal mercado de Mac, está en crisis. Hoy para un estadounidense promedio adquirir un equipo por US\$ 400 es todo un lujo. Pagar más de US\$ 2.000 pasó a ser una utopía.

De acuerdo a un informe de la consultora NPD Group, las ventas de los ordenadores de Apple cayeron 16% en febrero, respecto al mismo mes del año pasado. La tendencia incluso era a la baja, por lo que los resultados de marzo se esperan sean negativos también. Igual así