

BUSCADORES: ¿UN MERCADO MADURO?

Posted on 24/12/2009 by Naider



En este reciente artículo de BusinessWeek, "[In Search, Microsoft may race to the bottom](#)" se analiza los últimos movimientos de [Microsoft](#) en cuanto a su estrategia en el mercado de la búsqueda online y la publicidad on-line. Como bien dice el artículo [Google](#) ha podido estar disfrutando durante un tiempo de un modelo de mercado que no tiene por qué ser único. Existen otros modelos y actores potentes como el propio Microsoft están dispuestos a cambiar las reglas del juego. ¿Y si los buscadores compartieran parte de sus ingresos con los generadores de contenidos? En efecto, se trata del modelo utilizado en la industria del turismo y los GDS (Global Distribution Systems).

Microsoft está dispuesto a perder algo de dinero y pagar a los proveedores de contenidos para que sus contenidos sólo puedan aparecer en su buscador [Bing](#). Un modelo que podría hacer mucho daño a los ingresos de Google.

¿Quién pensó que el mercado de los buscadores web estaba ya maduro? Las reglas del juego aún pueden cambiar y algunos estamos deseando algo de "acción" para el 2010.

There are no comments yet.