



Sergey Brin y Larry Page, fundadores de Google, en su visita a Madrid. MANUEL CASAMAYÓN

## SERVICIOS Prueba un correo de un gigabyte de capacidad **Google reta a Yahoo y MSN con 'e-mail' gratuito y casi ilimitado**

Una vez alcanzado el liderazgo de las búsquedas en internet y tras hacerlas rentables, Google pone en entredicho el modelo de cobro por servicios adoptado por Yahoo o MSN. Su oferta es *Gmail*, un correo electrónico gratuito capaz de almacenar medio millón de páginas.

CINCO DÍAS / AGENCIAS Madrid

Las grandes compañías de la red llevan meses tratando de convencer a los internautas de la necesidad de pagar a cambio de una oferta de calidad. Ahora, la estadounidense Google amenaza esa teoría con el lanzamiento del servicio de correo electrónico *Gmail*.

Su capacidad, un gigabyte, es la mayor del mercado, lo que equivale a 500.000 páginas de correo electrónico. Sus principales competidores, Yahoo o MSN, ponen al alcance del internauta seis y

dos megabytes, respectivamente, sin cobrar nada a cambio. Un portavoz de la segunda compañía rehusó hacer comentarios "porque aún no se trata de una oferta real".

El problema hasta ahora era que el "peso" de los mensajes, especialmente si incluyen información gráfica o archivos de sonido, provoca que el usuario tenga que limpiar su correo periódicamente y que limite el envío de mensajes con excesiva carga de kilobytes. Esta situación ha movido a numerosos usuarios a contratar mayores prestaciones para su *e-mail*.

### Pruebas en marcha

"El enorme espacio de almacenamiento que ofrece *Gmail*, lo convierte en un servicio mixto entre correo y un disco duro virtual", asegura Enrique Dans, profesor de Instituto de Empresa. "Nadie como Google, poseedor de la mayor granja de ordenadores del mundo, para ofrecer algo así", opina.

"Nuestra intención es que tu correo pueda estar ahí para siempre", explica Wayne Rosing, vicepresidente de ingeniería de Google.

La compañía californiana probó su servicio a través de la dirección *gmail.google.com* a la que han tenido acceso un millar de internautas. La apertura al gran público tendrá lugar en breve, lo que ha

mos que no es una broma", dijo un portavoz de la filial española.

Una de las incógnitas es cómo financiarán los fundadores de Google, Sergey Brin y Larry Page, su órdago al mercado. De momento, descartan recurrir a las ventanas publicitarias (*pop-ups*) o a los tradicionales faldones publicitarios (*banners*). Al parecer, el modelo elegido es el de los anuncios de texto relacionados con el contenido del correo. Según *The New York Times*, Google sostiene que los costes operativos para mantener el almacenamiento de los *e-mail* es inferior a dos dólares por gigabyte.

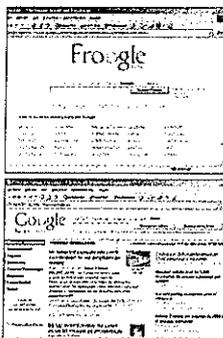
Otra novedad es la posibilidad de recurrir a correos guardados utilizando la fórmula del buscador. De este modo, se recuperaría cualquier mensaje utilizando una palabra clave contenida en él.

"*Gmail* soluciona todas mis necesidades de comunicación. Es rápido, sencillo y tiene toda la capacidad de almacenamiento que necesito", presumió Larry Page.

### Yahoo y MSN tampoco cobran pero sólo ofrecen entre seis y dos megas

sido visto por diversos analistas como una señal de que Google quiere evolucionar desde el concepto de buscador hasta el de proveedor de servicios antes de su esperada salida a Bolsa.

Sin embargo, los más cautos miraron ayer al calendario y se percataron de que se celebraba el día de los inocentes en EE UU. "A pesar de la fecha escogida, confirma-



Páginas web de Froogle y el servicio de noticias de Google.

## Froogle, un buscador de precios

Froogle es el comparador de precios de Google, un nuevo servicio que el buscador acaba de estrenar esta misma semana en Estados Unidos.

Este herramienta, que se encuentra en fase de prueba, quiere ser un instrumento para facilitar las compras en internet, permitiendo comparar ofertas de distintos fabricantes con sólo un clic en el buscador.

El estreno de Froogle se produce una semana des-

pués de que Yahoo comprase el comparador de precios Kelkoo para reforzar su área de comercio electrónico en Europa. En EE UU, Yahoo cuenta con un servicio similar que está teniendo mucho éxito, según declaraciones del portal.

Google, que espera salir a Bolsa este año, está lanzando una serie de servicios para situarse a la altura de los de Yahoo, MSN y AOL. Hasta ahora, se ha limitado a ser simplemente

un buscador pero muy eficaz. Poco a poco, Google está creando nuevos servicios para sofisticar su oferta como el buscador de noticias, que ya está activo en España.

Google está experimentando también con servicios de alertas periódicas y búsquedas personalizadas, según gustos muy específicos del usuario. Estos servicios están en fase de desarrollo y pronto estarán activos en su web americana.