

# Microsoft responde: “Google todavía no ha demostrado ser serio en el mundo empresarial”

Las declaraciones (y las intenciones) de Google acerca del mundo empresarial parecen no afectar a Microsoft.



**Google “todavía no ha demostrado ser verdaderamente serio” en lo que respecta a aplicaciones corporativas**, ha declarado la responsable de la división de negocios de Microsoft, Julia White, a [The New York Times](#). **“Vistos desde fuera, son una empresa de publicidad”**.

Las palabras de White parecen restar importancia a las de Amit Singh, jefe de la unidad Enterprise de Google, que hace unos días [aseguraba](#) que su objetivo “es llegar al 90% de los usuarios que no necesitan tener las características más avanzadas de Office”.

Si bien es cierto que los de Mountain View están reforzando esta parte de su cartera de productos con herramientas tipo Google Apps y Google Drive para rivalizar directamente con Microsoft, varias voces se han dejado oír aportando números que señalan lo contrario.

Según [Business Insider](#), por ejemplo, **sólo el 4% de los ingresos de Google en el año fiscal 2011 provino de sus servicios empresariales**, mientras que un 96% dependía de los anuncios. Mientras, Office es una de las mayores fuentes de ingresos para Microsoft, que en junio del año pasado lanzaba su versión cloud Office 365.

En este sentido, Julia White ha dicho que Office 365 está “en la línea de convertirse en nuestro negocio con mayor ritmo de crecimiento”. Y, **para que Google se posicione como un competidor serio, tiene que “ofrecer una experiencia empresarial de calidad” en áreas como “la privacidad, el manejo de datos y la seguridad”**, considera la directiva.