

Firefox podría desaparecer si pierde su acuerdo con Google, advierte Mozilla

[Firefox](#), uno de los navegadores históricos, siempre ha presumido de independencia frente a los gigantes tecnológicos. **Pero esa independencia, al menos en lo económico, podría estar en entredicho.** [Mozilla](#), la organización responsable del desarrollo del navegador, ha testificado ante un tribunal de Estados Unidos que su continuidad podría estar en riesgo si se aplican todas las medidas propuestas en el juicio antimonopolio contra [Google](#).

El Departamento de Justicia estadounidense (DOJ) **quiere prohibir que Google pague por ser el motor de búsqueda predeterminado en navegadores de terceros como Firefox**, en un intento por debilitar su posición dominante en el mercado de las búsquedas online. Esta es solo una de varias medidas contempladas por el tribunal, que ya ha determinado que Google mantiene un monopolio ilegal en este ámbito. Irónicamente, una de las víctimas colaterales de esta decisión podría ser uno de los pocos navegadores que intentan directamente con [Chrome](#).

Durante su intervención, el director financiero de Mozilla, Eric Muhlheim, reconoció que **el 90 % de los ingresos de la organización proceden de Firefox**. De ese total, **un 85 % proviene directamente del acuerdo con Google**, que paga para ser el buscador por defecto en el navegador. Si esta fuente de ingresos desapareciera de forma repentina, Mozilla se vería obligada a acometer “recortes significativos” que afectarían al desarrollo de producto y a las actividades de su fundación sin ánimo de lucro.

Mozilla ya ha experimentado en el pasado con alternativas. Entre 2014 y 2017, estableció Yahoo! como buscador predeterminado en Firefox, con un resultado tan negativo que muchos usuarios abandonaron el navegador por completo. Más recientemente, entre 2021 y 2022, llevó a cabo un experimento interno para probar Bing como motor por defecto. Los resultados mostraron una caída en los ingresos generados, lo que refuerza la idea de que **el acuerdo con Google es difícilmente sustituible**.



El DOJ confía en que sus medidas acaben fomentando el crecimiento de motores de búsqueda alternativos que puedan

competir por acuerdos como el de Firefox. Pero desde Mozilla advierten que ese es un escenario a largo plazo. Mientras tanto, tendrían que afrontar un cambio drástico de estrategia y **unos recortes que pondrían en riesgo su sostenibilidad**.

La vía publicitaria, que sí ha funcionado para navegadores como Opera, tampoco parece una solución inmediata. **Mozilla mantiene un fuerte compromiso con la privacidad del usuario**, lo que limita su capacidad para monetizar mediante publicidad conductual o basada en datos. Aunque admite que sería deseable reducir su dependencia de un único socio comercial, escalar otras vías de ingresos no es tarea sencilla.

La paradoja es evidente: Mozilla lleva años defendiendo una web abierta y diversa, **pero depende casi por completo del buscador más dominante del mundo**. Si pierde ese apoyo, el ecosistema de navegadores podría perder también una de sus voces más singulares. ¿Puede una organización sin ánimo de lucro sobrevivir en un mercado moldeado por intereses multimillonarios? Esa es una pregunta que, más allá del juicio a Google, merece una reflexión mucho más amplia.

MUY COMPUTER