

escrito por Alexéi Tellerías; Listín Diario



Santo Domingo.- La batalla de los buscadores no se ha detenido, simplemente se toma un descanso y se traslada a otras áreas. Desde el año pasado, los seguidores de la tecnología y conocedores de Internet en general han estado atentos a lo que algunos han llamado “la novela de Yahoo y Microsoft”.

Primero vino la intención de compra por parte de la gigante de Redmond, luego la quiebra del -hasta ahora- segundo buscador más importante de la red y luego el restablecimiento de las conversaciones entre ambas empresas con fines de llegar a un acuerdo... y el lanzamiento de Bing, el nuevo motor de búsqueda de Microsoft, que plantea acometer directamente contra Google, en la nueva guerra por el control de la red 2.0.

Pues bien. La noticia de esta semana es que, tras meses de duras negociaciones, Microsoft y Yahoo han anunciado este miércoles un acuerdo por diez años para unir sus sistemas de búsqueda y publicidad con el fin de presentar una mayor competencia a Google.

Según informaron las compañías, el nuevo motor de búsqueda de Microsoft Bing podrá utilizar el sistema de Yahoo, mientras ésta última se encargará de la parte comercial utilizando tecnología de Microsoft.

Microsoft pagará una comisión inicial a Yahoo y el punto principal del acuerdo, que se irá implementando en distintas fases, es que ambas compañías compartirán ingresos.

Está previsto que el acuerdo se cierre a principios de 2010 y que se mantenga efectivo durante diez años.

Con esta nueva operación, Yahoo, que no pasa por uno de sus mejores momentos, aspira a recobrar parte del dinero perdido durante 2008 cuando rechazó vender la compañía a Microsoft por 47,500 millones de dólares.

La empresa calcula que su volumen de negocio anual puede aumentar en 500 millones de dólares y ahorrar unos 200 en costes.

Por su parte, Microsoft quiere aproximarse al sector de las búsquedas en Internet, por su aporte en la venta de anuncios.

(+)

WINDOWS MOBILE: UNA TIENDA PARA TODOS

Del lado de Microsoft, su CEO Steve Ballmer aseguró que el acuerdo “proporcionará a su motor de búsqueda Bing la escala necesaria para competir de manera más eficaz, atraer a más usuarios y anunciantes”.

“Vamos a crear una mayor innovación en las búsquedas, mejorar el valor para los anunciantes y una elección real para los consumidores en un mercado actualmente dominado por una sola empresa”, agregó.