

Yahoo! cae en las redes de Google.



Yahoo! ha anunciado un acuerdo con Google en búsquedas y publicidad poco después de renovar su alianza con Microsoft que rebajó el alcance de la misma. Una alianza entre ambas y AOL para recortar mercado a

Google que simplemente **no ha cumplido su objetivo**.

Un acuerdo cuestionado hace dos años por la misma jefa de Yahoo!, Marissa Mayer, cuando indicó que Yahoo! no se había beneficiado económicamente del acuerdo con Microsoft y al tiempo había visto que su **cuota de mercado disminuía** y su motor de búsqueda caía al quinto puesto.

Se veía venir. La pasada primavera Yahoo! y Microsoft modificaban su alianza poniendo fin a la exclusividad de uso de servicios con Microsoft, firmando términos de colaboración mucho más flexibles. Para ambos.

Bajo el nuevo acuerdo con Google, éste proporcionará resultados y anuncios basados en la búsqueda de un número indeterminado de consultas realizadas en el motor de Yahoo!, tanto en el escritorio como en plataformas móviles y en algunas regiones. Se citan países Estados Unidos (EEUU), Canadá, Hong Kong, Taiwán, Singapur, Tailandia, Vietnam, Filipinas, Indonesia, Malasia, India, Oriente Medio, África, México, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Venezuela, Perú, Australia y Nueva Zelanda.

Google pagará a Yahoo un porcentaje de los ingresos brutos procedentes de los anuncios mientras que Yahoo! pagará los honorarios de Google para las solicitudes de los resultados de

búsqueda de imágenes o web de resultados de búsqueda algorítmica.

Yahoo! ha explicado que Google complementará los servicios de Microsoft utilizados así como las propias tecnologías de búsqueda de Yahoo. El acuerdo es válido hasta el 31 de diciembre de 2018 y es una nueva vuelta de tuerca al mercado de las búsquedas y publicidad on-line. Nueva no, la que ya había. **Google es imparable** en este terreno y todo apunta a que seguirá aumentando cuota de mercado.

Fuente: muycomputer.