

Google e Yahoo! juntos na publicidade

Acordo prevê receita anual de até US\$ 800 milhões e ameaça ambições da Microsoft

NOVA YORK e SÃO FRANCISCO.

A Yahoo! desistiu das negociações com a Microsoft e decidiu firmar um acordo com a concorrente Google. As duas empresas de internet firmaram uma parceria inédita para explorar publicidade em sistemas de busca, com a expectativa de faturamento de até US\$ 800 milhões por ano. O acordo não prevê exclusividade. A Yahoo! poderá publicar anúncios fornecidos pela Google ao lado de seus próprios resultados de busca. A Yahoo! ainda vai decidir onde os anúncios da Google poderão ser publicados e quais termos de busca poderão ser utilizados.

O acordo, anunciado no encerramento do mercado americano, tem duração inicial de quatro anos, com opções de renovação para um período de até dez anos. Nos primeiros 12 meses de vigência da parceria, a Yahoo! espera que seu faturamento aumente entre US\$ 250 milhões a US\$ 450 milhões. As ações da Yahoo! caíram 10%. As da Google subiram 1,42% e as da Microsoft tiveram alta de 4,13%.

A Yahoo! acredita que a aliança permitirá a melhora de sua situação e ajudará em sua defesa contra a campanha iniciada por um de seus acionistas, o multimilionário Cari Icahn, que tenta substituir a diretoria e vendê-la à Microsoft. O destino do Conselho de Administração da empresa será decidido em reunião de acionistas a ser realizada até 1º de agosto.

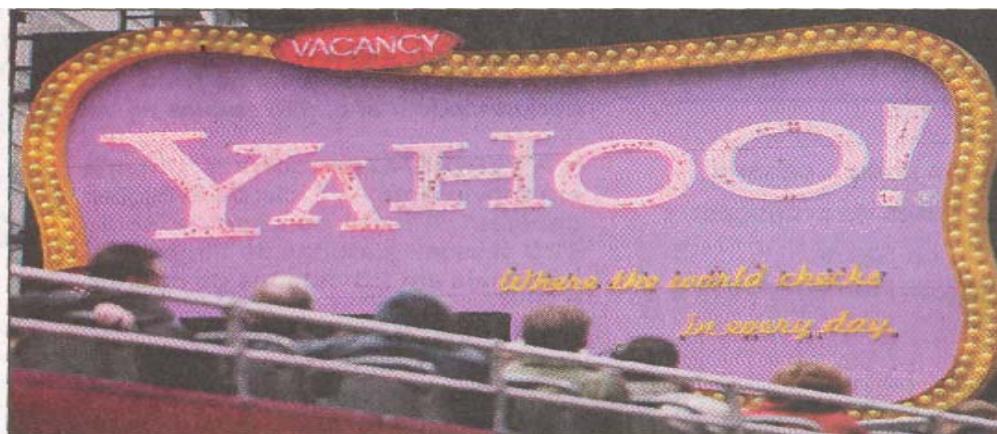
— Acredito que (o acordo) põe a Yahoo! em um caminho mais rápido para a criação de valor — disse o diretor-executivo Jerry Yang, em teleconferência com investidores, logo após o anúncio.

Ele enfatizou que o pacto não elimina uma potencial fusão, incluindo um acordo com a Microsoft. Mas disse que, no momento, a companhia está focada em seu próprio negócio.

Mais cedo, a Yahoo! afirmara que suas negociações com a Microsoft fracassaram, em grande parte, porque a gigante da informática, em sua segunda tentativa de acordo com a Yahoo!, queria comprar apenas seus serviços de busca. A Microsoft chegou a apresentar uma proposta de US\$ 47,5 bilhões para adquirir o controle da empresa, mas a Yahoo! rejeitou a oferta.

— Este acordo dá à Yahoo! a oportunidade de direcionar os anúncios mais importantes para cada usuário, enquanto oferece os anunciantes e aos editores uma melhor tecnologia publicitária para ajudá-los a ter sucesso em seus negócios — declarou o presidente-executivo do Google, Eric Schmidt. — Este acordo preservará um espaço de anúncios on-line competitivo e dinâmico.

Para o analista Martin Pyykkonen, a Yahoo! será uma espécie de revendedora da Google, "sempre que isso fizer sentido" para a empresa, e levará algum tempo para saber quão efetivo o acordo será para a companhia.



Jose Luis Roca/AFP

O ACORDO vai permitir que anúncios do site da Google (foto menor) sejam publicados nos da Yahoo!, mas não prevê anúncios conjuntos ao ar livre, como o da Times Square



Fonte: O Globo, Rio de Janeiro, 13 jun. 2008. Economia, p.29.

A utilização deste artigo é exclusiva.

acionais.