

Mercado de la información

Yahoo compra Inktomi

YAHOO ANUNCIÓ a finales del pasado mes de diciembre la compra de la empresa especializada en software de búsquedas Inktomi, tan solo unos días después de que ésta vendiera parte de sus activos a Verity.

La competencia empresarial por el predominio en el mercado de los buscadores de internet vive en estos momentos un nuevo episodio con la adquisición de Inktomi por Yahoo. El pasado 23 de diciembre, Yahoo anunció que había llegado a un acuerdo de compra de Inktomi por 235 millones de dólares y que preveía cerrar la operación a lo largo del primer trimestre del 2003. La demora en la resolución de la adquisición se debe al proceso de su aprobación por las autoridades norteamericanas y los accionistas de Inktomi.

«Hasta la compra de Inktomi, Yahoo no contaba con tecnología propia de motor de búsqueda»

El presidente de Yahoo, Terry Semel, ha afirmado al respecto en un comunicado que “la adquisición del software de búsqueda de Inktomi añade control y flexibilidad al negocio de Yahoo en las búsquedas en la Red, al incrementar nuestra capacidad para crear nuevas y más innovadoras ofertas de búsqueda a nuestros clientes”.

Si el objetivo claro de Yahoo a través de éstas y otras manifestaciones públicas es relanzar sus capacidades de búsqueda en internet, la sensación que produce para el observador del sector del mercado de la información es que se está

asistiendo a una tremenda pugna entre Yahoo y Google por mantenerse en la primera línea de las búsquedas en la Red.

En el camino de esta batalla, la desaparición como empresa independiente de Inktomi nos muestra una vez más la vertiginosa evolución del sector. Por otra parte, el precio que Yahoo ha pagado es un ejemplo de que las compras y fusiones de empresas *puntocom* se siguen produciendo y, en casos como el que nos ocupa, con unas tarifas que recuerdan la época de la burbuja tecnológica.

¿Por qué le interesa a Yahoo la compra de Inktomi?

Yahoo que, como es bien sabido, nació como directorio confeccionado según la indización humana y ha ido creciendo como portal sumando nuevos servicios, no contaba con tecnología propia de motor de búsqueda hasta la compra de Inktomi. A pesar de ello, ha venido ofreciendo también este servicio a sus usuarios como complemento a su directorio a través de acuerdos sucesivos con AltaVista, Inktomi y últimamente con Google.

Precisamente, cuando Yahoo anunció su decisión de cambiar de proveedor de su servicio de búsquedas de Inktomi a Google en mayo de 2000, provocó un terremoto en Inktomi. Por otra parte, la relación entre Yahoo y Google, si se piensa un poco es, cuanto menos, singular: socios en el contexto específico de su colaboración en la web de Yahoo, rivales en el contexto global del mercado de internet.

Pues bien, a partir de la adquisición de Inktomi, la situación de



Terry Semel, presidente de Yahoo

Yahoo da un giro al contar ahora con tecnología propia de búsquedas. La manera como hará uso de ésta en el futuro es, en el momento de redactar estas líneas, una incógnita. El escenario queda abierto a varias opciones: la más contundente, que Yahoo rompa su acuerdo con Google y prescindiera de su motor de búsqueda; la más moderada, que mantenga la relación con Google complementando la tecnología de su proveedor actual con la propia de Inktomi. Y más incógnitas: Inktomi en la actualidad proporciona tecnología a rivales directos de Yahoo como MSN, ¿lo seguirá haciendo?

Un poco de historia de Inktomi

Aunque su nombre no sea tan conocido como el de los grandes portales o los buscadores más populares de la Red, Inktomi no es una empresa menor. Nacida en 1996 y con sede en la ciudad californiana de Foster City, fue una de las empresas pioneras en el sector

de los buscadores y llegó a ser uno de los principales motores de búsqueda en los primeros tiempos de la Web. En 1998 culminó con su entrada en bolsa un período de expansión y protagonismo, para pasar a continuación a un segundo plano en estos últimos años que han estado marcados a nivel más general por el cataclismo bursátil de las nuevas tecnologías y a nivel más sectorial por el incontestable éxito de *Google*. Aun así, se ha mantenido como una de las principales empresas proveedoras de tecnología para motores de búsqueda, manteniendo acuerdos con firmas tan conocidas como *MSN*, *Amazon*, *eBay*, *Lycos*, *WalMart* o la propia *Yahoo*.

Como se ha dicho antes, *Yahoo* asestó un duro golpe a *Inktomi* en mayo de 2000 cuando anunció que cambiaba de proveedor de motor de búsqueda de *Inktomi* a *Google*.

Ese día, las acciones de *Inktomi* cayeron un 18% en el mercado bursátil *Nasdaq* (*National Association of Securities Dealers Automated Quotations*). Seguramente este hecho marcaría el inicio de un cierto declive de la empresa en un ámbito progresivamente dominado por *Google*.

«La adquisición del software de búsqueda de *Inktomi* añade control y flexibilidad a nuestro negocio de búsquedas en la Red» (Terry Semel)

En 2002, la crisis de *Inktomi* ha sido perceptible. Después de despedir en agosto al 20% de su plantilla y tan sólo unos días antes del anuncio de compra por *Yahoo*, la firma ya había vendido a *Verity* por 25 millones de dólares su área de

negocio orientada a clientes corporativos: la línea de productos conocida como *Inktomi Enterprise Search*, que la empresa compradora ha rebautizado ahora como *Verity Ultraseek* retomando la denominación anterior (*Ultraseek* es el nombre del motor de búsqueda empresarial desarrollado originalmente por la empresa *Infoseek Corporation* que fue vendido primero a *Go Disney* y después a *Inktomi*).

Y así llegamos al anuncio de su adquisición por parte de *Yahoo*. Si la operación no se rompe a última hora *Yahoo* será más fuerte en su posicionamiento estratégico, mientras que la historia de *Inktomi* como empresa independiente habrá, aparentemente, acabado. ¿Punto final?

Jordi Grau Moracho y Javier Guallar Delgado

jordi@grau.com

jguallard@uoc.edu