

YAHOO!

EL FIN DE UNA ERA DEL APOGEO AL DECLIVE

El gigante de las telecomunicaciones estadounidense **Verizon** ha comprado la tecnológica Yahoo por 4.480 millones de dólares tras meses de incertidumbre sobre el acuerdo. Se acaban más de dos décadas como compañía independiente desde que se incorporó en 1995 como un directorio de la World Wide Web. Tras cosechar más fracasos que éxitos en los últimos años, llega el fin de una de las pioneras.

POR CRISTINA RODRÍGUEZ | CORRESPONSAL EN NUEVA YORK



Yahoo nació en 1994. Fue creada por los ingenieros Jerry Yang y David Filo, graduados en la Universidad de Stanford, con el objetivo de proporcionar a los usuarios el poder navegar a través de Internet. Unos meses más tarde, ya en 1995, fue creado el dominio yahoo.com.

Yahoo fue casi sinónimo de Internet durante gran parte de los años noventa, con un valor de mercado que alcanzó los 125.000 millones de dólares en el boom de las “punto.com”, en 2000.

Fue la empresa pionera de la búsqueda online y comenzó a vender anuncios. Originalmente, ofrecía un directorio de sitios web para guiar a los usuarios a través del nuevo mundo de la red.

El 12 de abril de 1996 salió a bolsa, en el índice Nasdaq de Nueva York, vendiendo 2,6 millones de acciones a 13 dólares cada una. Su capitalización de mercado fue de 3.000 millones de dólares en enero de 1998 y en el año 2000 alcanzaba los 125.000 millones de dólares. En ese año Yahoo, ya se había con-



vertido en un modelo para la burbuja de las “punto.com”. Pero dicha burbuja se desplomó un año después, en 2001.

Aún así, la empresa seguía al alza a finales de 2002, y su límite de mercado continuó aumentando, alcanzando los 61.000 millones de dólares a principios de 2006. Yahoo casi dobló el tamaño de su plantilla. En concreto, durante su ascenso, la firma fue una máquina de contratación, con más de 14.000 empleados en 2007.

Yahoo empezó a hacer contratos es-

tratégicos con empresas de telecomunicaciones a nivel mundial con el objeto de incrementar su liderazgo en el área de búsqueda de páginas web (su principal reclamo).

Pero parte del liderazgo de Yahoo en ser el lugar donde encontrar cualquier cosa en Internet, comunicarse con cualquier persona a través de su correo, e incluso para comprar lo que fuera, fue usurpado por Google, al menos en lo que respecta a ser el motor de búsqueda más popular. En 2007, Google había roto la marca del 50% en la cuota de todas las búsquedas en Estados Unidos, según el medio ComScore, mientras que Yahoo se quedaba con el 27%. A partir de ahí no hizo más que decaer.

La crisis financiera de 2008 le afectó y los ingresos comenzaron a caer. En 2009, Yahoo anunció que en el primer trimestre sus ingresos netos cayeron 78% con respecto al mismo periodo de 2008, hasta los 117,6 millones de dólares, debido al profundo declive en su negocio de publicidad. El resultado fue el despido de 700 trabajadores. Y en 2012, la compañía despedía a casi 2.000 empleados, alrededor del 14% de sus



equipo global, para reducir costes.

Aunque los negocios principales de correo electrónico, noticias y búsqueda continuaron en el liderazgo, Yahoo estaba tratando de encontrar nuevas formas de generar ingresos y mantener a sus trabajadores en un intento desesperado por seguir a flote. Pero Google y Facebook se estaban comiendo su parte del pastel, dominando el mercado de publicidad digital a nivel mundial.

En 2014, Yahoo se cayó por primera vez de la lista de las mejores empresas que realiza la prestigiosa revista Fortune 500.

Los problemas se iban acumulando lo que llevó a Yahoo a salir a subasta en

2016. Después de ponerse a la venta en febrero del año pasado, recibió varias ofertas. El gigante de las telecomunicaciones estadounidense Verizon se interesó por una parte: el núcleo del negocio que incluye la parte publicitaria, las páginas web, las aplicaciones móviles y los correos electrónicos.

Las negociaciones entre ambas compañías han tardado casi un año en cerrarse desde que la adquisición por parte de Verizon se anunciara por primera vez. La compra fue puesta en duda después de que Yahoo revelara dos violaciones masivas de seguridad de al menos medio billón de datos que afectaron

a más de mil millones de usuarios, y de las noticias que decían que Yahoo tenía conocimiento sobre la brecha pero que la ocultó durante dos años.

Verizon finalmente accedió a seguir adelante con la operación después de negociar un descuento de 350 millones de dólares en el precio de compra y de exigir a Yahoo dividir el coste de cualquier responsabilidad legal resultante del hackeo.

La compañía de Internet que luchó durante más de una década para encontrar una estrategia ganadora ha sido vendida por una pequeña fracción de lo que valía en el año 2000. →

¿EN QUÉ SE CONVIERTE YAHOO?

El que un día fue un icono de Internet, Yahoo, se combinará con AOL, otro antiguo pionero de la web que fue comprado por Verizon en 2015. Juntos se convertirán en una nueva de la multinacional de las telecomunicaciones que se llamará Oath y que contará con alrededor de 1.300 millones de usuarios mensuales. La estrategia de Verizon con Oath será “colocar el mismo contenido, ya sean artículos, vídeos o anuncios, en múltiples ubicaciones para llegar al público más amplio posible”, según palabras de Marni Walden, vicepresidenta ejecutiva de Verizon que supervisa sus negocios de medios globales. Y el objetivo de esta nueva empresa de medios digitales será competir en el mercado de la publicidad con sus grandes rivales, los gigantes Facebook y Google.

Fuera del acuerdo con Verizon, quedan las participaciones de Yahoo en el grupo chino de comercio electrónico Alibaba Group (un 15%, alrededor de

DE LA COMBINACIÓN DE YAHOO Y AOL SALDRÁ OATH, QUE CONTARÁ CON 1.300 MILLONES DE USUARIOS AL MES

35.000 millones de dólares) y el 35,5% de participación en Yahoo Japón (unos 9.500 millones de dólares), que pasarán a llamarse Altaba. Alibaba será el principal holding de Altaba, una nueva compañía que en la Comisión de Valores de los Estados Unidos ha sido calificada como una “empresa de inversión de administración no diversificada y de capital cerrado”. Altaba estará dirigida por Thomas McInerney, el directivo de Yahoo que llevó a cabo el proceso de venta de Verizon.

MÁS DE 2.000 DESPIDOS

Verizon espera recortar hasta 2.100 empleos de la actual plantilla. Estos despidos representan alrededor del 15 por 100 de la fuerza de trabajo de Yahoo y AOL, la unidad de Verizon con la que se combinará.

Yahoo, que tenía 8.600 empleados a tiempo completo a 31 de marzo de 2017, ya había sufrido anteriormente muchas rondas de recortes. Durante los cinco años que Marissa Mayer estuvo al frente de la compañía, la plantilla se redujo en un 46 por 100. AOL, por su parte, también ha experimentado repetidos despidos, siendo el más reciente el de noviembre de 2016, cuando recortó 500 empleos.

Una subida del 10 por 100 en el precio de las acciones de Yahoo durante el pasado mes de junio mejoró el valor de su compensación de acciones acumulada, algo que aliviará un poco a algunos de los empleados que pierden sus puestos de trabajo.

LAS SEMILLAS DE YAHOO

Yahoo será recordada en Silicon Valley por sus contribuciones pioneras a la industria de la tecnología. “El impacto de Yahoo en el ‘Valle’ sobrevivirá por mucho tiempo a su propia historia”, según el director general de Silicon Valley Leadership Group, Carl Guardino, quien añade que “durante muchos años, su cultura creativa y sus líderes individuales dejaron una huella indeleble en la zona”.

“Lo que le ha pasado a Yahoo es un profundo recordatorio de que hay un ciclo de vida para las personas y las empresas”, sentenciaba Guardino.

Los “ex Yahoos”, como les gusta llamarse a sí mismos, han fundado o dirigido una larga lista de negocios digitales, incluyendo a Slack, WhatsApp o LinkedIn. Siguen en Silicon Valley creando al estilo que lo hicieron una vez en Yahoo.



JEFF WEINER

El ahora director ejecutivo de

LinkedIn trabajó durante más de siete años en Yahoo, desde 2001. Llegó a ser vicepresidente ejecutivo en la división de network de la compañía y dirigió un equipo de más de 3.000 empleados, gestionando productos que alcanzaban a más de 500 millones de consumidores. En 2014, Weiner fue situado por los empleados de LinkedIn entre los 10 principales CEOs en empresas de tecnología de Estados Unidos.



JAN KOUM

El consejero delegado y co-fundador

de WhatsApp Inc. en 2009, es un ucraniano-americano contratado en 1997 en Yahoo como ingeniero de infraestructuras y fue el director del equipo de operaciones la plataforma. Curiosamente, intentó trabajar para Facebook, pero fue rechazado. En 2014, ingresó en la lista Forbes de los 400 americanos más ricos en la posición 62, con una fortuna estimada en los 7.500 millones de dólares.



BRIAN ACTON

Es el otro co-fundador de la aplica-

ción de mensajería móvil WhatsApp que también trabajó en Yahoo. En 1998 fue contratado por Yahoo como ingeniero de infraestructura, donde estuvo trabajando durante nueve años. Acton invirtió en el boom de las puntocom y perdió millones en la burbuja del 2000. Tanto Koum como Acton vendieron WhatsApp a Facebook en febrero de 2014 por 19.000 millones de dólares.



IAN ROGERS

Trabajó durante casi cinco años

dirigiendo el servicio de música de Yahoo hasta 2008. En 2013, se unió a la empresa de música en streaming Beats Music y al fabricante de auriculares Beats Electronics, adquiridos por Apple en 2014. Como director senior de Apple Music, Rogers encabezó la incursión de la compañía en servicios de música en streaming. Luego lo dejó para unirse a LVMH, la firma francesa de productos de lujo.

MARISSA MAYER: INDEMNIZACIÓN MILLONARIA

La que ha sido la última directora ejecutiva de Yahoo, Marissa Mayer, renunció a la compañía tras el cierre del acuerdo con Verizon. Muchos apuntan a ella como causante del fin de Yahoo. Mayer no se va con las manos vacías a pesar de las pérdidas cosechadas en su mandato y recibirá una indemnización por despido de 23 millones de dólares, según un comunicado de la compañía.

Según se publicó justo antes de la venta, Mayer renunciaba a la compensación de capital adicional que habría recibido en 2017 como "sanción" por el fracaso de su equipo en gestionar la violación de los sistemas de la empresa en 2014 que llevó al robo de datos de millones de usuarios. Por tanto dicha retribución no incluirá su sueldo y bonificaciones en los últimos cinco años, ni el valor de otras acciones que Mayer ya haya vendido. La mayor parte del pago se basa en el aumento del 208% en el precio de las acciones de Yahoo desde que ella tomó las riendas de la compañía en 2012, gracias a que se disparó el valor de sus inversiones asiáticas (sobre todo debido al buen hacer del gigante chino del comercio electrónico, Alibaba).

En sus 5 años al timón de Yahoo, Mayer ha ganado 246 millones de dólares, un promedio de 1 millón por semana, basado en el precio final de las acciones de la compañía.

Mayer decía, al anunciar su salida de la tecnológica, que se mostraba "llena



**“ TRABAJAR CON USTEDES
HA SIDO UN PRIVILEGIO ”
ESCRIBÍA EN UN EMAIL A SUS
EMPLEADOS**

de nostalgia, gratitud y optimismo” por su tiempo en la empresa. “Trabajar con ustedes ha sido un privilegio”, escribía en un email a sus empleados. Por su parte, Verizon ha deseado lo mejor a Mayer en sus futuros esfuerzos.

Mayer se convirtió en CEO de Yahoo en 2012. Venía de haber trabajado en Google donde se incorporó en 1999, convirtiéndose en la primera mujer de su equipo de ingenieros. Su contratación en Yahoo esperaba ser un revulsivo pero Mayer

heredaba un desastre que no logró levantar.

En su última etapa, gastó miles de millones de dólares en adquisiciones de decenas de startups y otras empresas ya reconocidas como Flurry o Tumblr para llegar a un grupo demográfico más joven. Además, lanzó revistas de noticias digitales e hizo contrataciones de renombre como la de Katie Couric para Yahoo News. Aún así, Mayer no fue capaz de mejorar el desempeño de la empresa y no pudo detener la caída de Yahoo.

Para muchos analistas, como Brian Wieser, de Pivotal Research, “una de las razones de ese fracaso fue el equipo ejecutivo que ella trajo, y cómo los condujo”. “No hubo un grado apropiado de consciencia en torno a las perspectivas de la competencia y perdieron posiciones de fuerza y una y otra vez”, en opinión de Wieser.

Otros altos ejecutivos de Yahoo que también han sido despedidos obtendrán grandes paquetes de indemnización, incluyendo hasta dos años de paga y la adquisición acelerada de toda la compensación por sus acciones. Dos ejemplos son Lisa Utzschneider, directora de ingresos de Yahoo, que recibirá unos 22 millones de dólares, y Ken Goldman, director financiero, que obtendrá unos 12 millones de dólares, según han informado las webs de noticias tecnológicas Re-code y TechCrunch. Otros empleados de un perfil más bajo en Yahoo también recibirán buenas indemnizaciones.