

## Caso Google, mucho más que un buscador

*Demetrio Molinero  
Alfonso Fuentes  
Adrián González*

### *Años de la Universidad*

En la primavera de 1995, Sergey Brin (23 años entonces) y Larry Page (24), cofundadores de Google, se conocen cuando preparaban su Doctorado en Informática en la Universidad de Stanford.

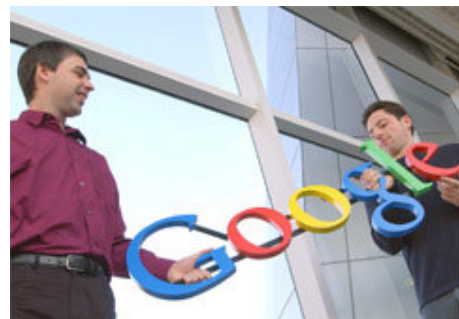


En otoño de 1995, Larry y Sergey, comienzan a trabajar en el "Digital Library Project" de la Universidad de Stanford y es así como surge el famoso, aunque tan secreto como la fórmula de la Coca Cola, algoritmo para la búsqueda de datos que más tarde se convertirá en el corazón que hará funcionar a Google (al que llamaron "PageRank", juego de palabras en inglés entre su función y el apellido del creador)

En enero de 1996, desarrollan un buscador llamado "BackRub" siendo los primeros usuarios del mismo los propios alumnos y profesores de Stanford. El nombre hace referencia al modo de funcionamiento del mismo, que es la base del funcionamiento actual de Google. Analiza los "back links" que son los enlaces dentro de una página que apuntan a otra. Según el número de enlaces externos apuntan a una misma página Web Google la considerará más o menos importante y cuanto más importante la considere más arriba nos aparecerá en la lista de resultados cuando hagamos una búsqueda.

### *Nacimiento de Google*

En 1997 "Backrub" se transforma en "Google" y registran el dominio "google.com". Ya por el nombre podemos deducir que desde el principio se trató de un proyecto ambicioso pues "Google" viene del número "googol" que es utilizado en las teorías de números grandes, es el nombre que se da a la cifra '10 elevado a 100'



(un uno seguido de 100 ceros). Por estas fechas ya tienen indexadas 24 millones de páginas. Mucho antes de llegar a este momento, ya habían tenido problemas de capacidad en sus discos duros que superaron con astutas soluciones como la construcción de ingenios basados en Lego.

A través de la "Office of Technology Licensing" (OTL) de la Universidad de Stanford, ofrecen su tecnología a diferentes compañías de Internet pero no les convence ninguna de las ofertas recibidas bien por considerarlas económicamente bajas o bien porque pensaban que no la iban a desarrollar correctamente y por ello se deciden a crear su propia empresa en enero de 1998. Es entonces cuando el dormitorio de Larry Page se convierte en el nuevo hogar de Google, llevando todos los equipos informáticos junto a su cama. La habitación de Sergey Brin, situada al lado de la de Larry, se convierte en la oficina financiera. A pesar de la "fiebre de los puntos com" de aquellos días no consiguen encontrar un inversor que financie Google por lo que tienen que recurrir a las otras dos "efes": familia y amigos. En el verano de ese mismo año conocen a Andy Bechtolsheim (cofundador de Sun Microsystems y vicepresidente de Cisco Systems) quien les firma un cheque por 100.000\$ "Básicamente los chicos necesitaban máquinas y servidores para probar su nuevo concepto, y para pagar a los abogados que les ayudasen en los temas legales", aseguró más tarde Bechtolsheim. "Y yo quería asegurarme ser parte de la compañía". Aún no existía "Google Inc." como tal y pasan un par de semanas entre que reciben el cheque, buscan un local y fundan la compañía para poder cobrarlo. En septiembre también invierten en Google el profesor de la Universidad de Stanford David R. Cheriton y Ram Shriram, un ex-directivo de Netscape con lo que reúnen unos cuantos miles de dólares más y pueden instalar varias líneas telefónicas, una conexión ADSL y una plaza de aparcamiento para su primer empleado: Craig Silverstein (actualmente, Director de Tecnología de Google). Tienen ya indexadas 25 millones de páginas y Google recibe una media de diez mil consultas por día. La revista "PC Magazine" lo incluye dentro de su lista "Top 100 Web Sites" de 1998.

La compañía crece muy deprisa. En febrero de 1999 la plantilla es ya de 8 personas y el buscador responde a una media de 500.000 consultas por día. Se trasladan a unas nuevas oficinas en Palo Alto, y firma su primer contrato comercial con RedHat que les empieza a suministrar el Sistema Operativo Linux de los servidores de Google.



### *Expansión de la empresa*

La compañía lleva a cabo diversas acciones encaminadas su expansión y diversificación:

Constantemente mejoran sus servicios y su tecnología para poder gestionar más información y de forma más rápida y precisa [desarrollo de productos] (en enero de 2001 Google solicita la patente de su método de búsqueda que le será otorgada en febrero de 2003); abren oficinas por todo el mundo y ofrecen una versión personalizada del buscador para un gran número de países [desarrollo de mercados], cada vez ofrecen más servicios dentro del propio buscador (guías telefónicas, callejeros, noticias, etc.) [Diversificación concéntrica]; crean nuevos portales independientes de Google con servicios totalmente distintos (Orkut, Dodgeball, Blogger, etc.) [diversificación conglomerada]; ofrecen aplicaciones de software: Picasa, Google Desktop,... incluso no es descabellado pensar que un futuro no muy lejano ofrezcan su propio sistema operativo [diversificación conglomerada]; llegan a acuerdos comerciales con otras empresas del sector (en el 2000 se convierte en el motor de búsqueda de Yahoo! (*Jeff Mallett*, CEO de Yahoo!, comentó: "seleccionamos a Google porque comparte nuestro fuerte foco en el consumidor") [integración vertical hacia atrás: hace de motor de búsqueda de un buscador], desde el 28 de agosto de 2006 es el único proveedor de publicidad de eBay fuera de Estados Unidos [desarrollo de mercados] o la reciente compra de Youtube el 9 de octubre de 2006 [diversificación conglomerada], etc.

### *Google, una empresa consolidada*

En 2002 es ya el buscador más importante del planeta, rastrea 2.469.940.685 páginas para cada búsqueda (cifra que no ha parado de crecer hasta la fecha). Es el indiscutible número uno, alcanzando en ese mismo año una cuota del 55,1% del mercado de buscadores, según los datos de OneStat.com. Interbrand nombra al buscador marca del año 2002, por delante de gigantes como Coca-Cola y Starbucks.

El 20 de agosto de 2004 Google sale a Bolsa en una Oferta Pública de Acciones por valor de 2700 millones de dólares (32 millones de acciones con un valor nominal de 85 \$, actualmente cotizan a más 450 \$) siendo hoy día uno de los valores más fuertes del Nasdaq.



En la actualidad, Google tiene una plantilla de más de 8000 trabajadores repartidos por todo el mundo y el volumen de su negocio es tal que en el tercer cuarto de 2006 ha tenido unos ingresos de 2,69 billones de dólares. Con un capital social de 22822,5 millones de dólares (dividido en 268,5 millones de acciones). No hay duda pues de que si clasificamos Google por su tamaño se trata de una empresa grande que proporciona servicios de comunicación e información. Tiene sus oficinas centrales en Mountain View (San Francisco) pero también tienen oficinas en muchos países, fuera de Estados Unidos. Google está disponible en más de 100 idiomas o dialectos y ofrece una versión personalizada de su motor de búsqueda para 68 países.

Oficinas google:



La sede central está marcada en rojo.

Fuente: google.com

Según lo define la propia compañía el objetivo de Google consiste en: "organizar información proveniente de todo el mundo y hacerla

accesible y útil de forma universal". Se trata pues de una empresa dedicada al sector terciario ofreciendo servicios de información y comunicación.

Lo que comenzó siendo un simple buscador de páginas Web se ha convertido en un gigante que ofrece todo tipo de servicios a los internautas. Aquí dejamos una lista de todos esos servicios, a día de hoy:

**TODOS LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE GOOGLE**

:: BUSCADORES: [Buscador Web](#) - [Buscador de imágenes](#) - [Buscador de blogs](#) - [Google News](#) - [Google Video](#) - [Buscador de libros](#) - [Google Local](#) - [Google Groups](#) - [Google Scholar](#) - [Google Answers](#) - [Buscador de catálogos](#) - [Google Maps](#) - [Froogle](#) - [Google Base](#) - [Directorio Google](#) - [Google Finance](#) - [Google para móviles](#)

:: APLICACIONES: [Picasa](#) - [Google Toolbar](#) - [Google Desktop](#) - [Google Earth](#) - [Google Deskbar](#) - [Google Talk](#)

:: PUBLICIDAD: [AdWords](#) - [AdSense](#)

:: UTILIDADES: [Gmail](#) - [Google Calendar](#) - [Traductor](#) - [Google Reader](#) - [Google Alerts](#) - [Orkut](#) - [Dodgeball](#) - [Web Accelerator](#) - [Página de inicio personalizada](#) - [Búsquedas personalizadas](#)

:: SERVICIOS PARA WEBMASTERS: [Analytics](#) - [SiteMaps](#)

:: MÁS: [Google Search Appliance](#) - [Tienda Google](#) - [Google Code](#) - [Laboratorio de Google](#)

Además se rumorea que Google se ha planteado desde hace unos años no solamente organizar la información pública mundial, sino también la personal de cada usuario. En principio se pretende que el servicio de búsquedas personal pueda ser utilizado no solamente desde el propio PC, sino incluso desde otros y por esto están teniendo problemas legales con la privacidad de los usuarios porque toda esa información tendría que pasar por sus servidores y por tanto se hace "visible" para Google.

*Estrategia Google*

A menudo, cuando una aplicación tecnológica consigue una enorme popularidad, y de repente a alguien se le ocurre una brillante idea para conseguir ganar dinero con ella se dice que está siguiendo la "estrategia Google", pero nada más lejos de la realidad. Los creadores de Google únicamente se preocupan por que su buscador sea eficaz, es más, se comenta que a Brin y Page no les hace mucha gracia lo de introducir publicidad en los resultados, y que son los responsables financieros de la compañía los que tienen que presionarles para insertar más anuncios y facturar más.

Hagamos pues un estudio pormenorizado de la estrategia seguida por Google:

- A nivel institucional: lo que constituye, según Hofer, "la filosofía corporativa de la empresa, es decir, su misión o razón de ser", se puede resumir en la frase con la que la propia empresa, Google, marca su objetivo: "organizar información proveniente de todo el mundo y hacerla accesible y útil de forma universal" que como podemos observar es una meta bastante ambiciosa no poniéndose ninguna frontera en cuanto a qué información quieren organizar ni dónde ni cómo la van a distribuir.
- A nivel corporativo: como ya se ha visto anteriormente a nivel corporativo, Google está en continuo crecimiento y expansión pero no lo hace de manera descontrolada sino que vigila muy de cerca estas acciones y potencia aquellas que tienen una mejor acogida en el mercado (como es el caso de Gmail) y abandona las menos rentables (como Google Answer).
- A nivel de negocio: Google tiene una unidad estratégica de negocio para la mayoría de sus productos y servicios que es ofrecerlos gratuitamente a sus clientes a cambio de que en estos servicios aparezcan mensajes publicitarios que son la principal fuente de ingresos de Google, hasta al punto de que algunas personas catalogan, malintencionadamente, a Google como una empresa publicitaria (afirmación un tanto gratuita si tenemos en cuenta que la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa y que la publicidad no es nada agresiva).
- A nivel funcional: para Google el motor principal de su empresa son los recursos humanos hasta el punto que el periódico "New York Times" afirme que su arma secreta es: "un ejército de doctorados". Como ya reflejamos en anteriores secciones de este trabajo, Google se preocupa por el bienestar e incentiva a sus trabajadores. Pero también trata que entre sus trabajadores se encuentren los mejores organizando concursos de programación y otros eventos para cazar jóvenes talentos o también hay veces que en la vallas publicitarias de Silicon Valley aparecen misteriosos y complejos acertijos matemáticos que conducen a una determinada página web donde la cadena de acertijos que sólo se pueden resolver con programación avanzada continúa enlazando con otras páginas Web hasta que se llega a una última en la que hay una oferta de trabajo para trabajar en Google.

### *Responsabilidad social*

Google es una empresa comprometida con la sociedad. De este modo sus creadores han creado la Fundación Google. En palabras de sus fundadores Larry Page y Sergey Brin: "Esperamos que esta institución eclipse algún día Google sí mismo en impacto total del mundo ambicioso aplicando la innovación y recursos significativos al más grande de los problemas del mundo". Gracias al talento, tecnología y los recursos de esta empresa, tratan de ayudar en los desafíos más difíciles de este planeta. Esta fundación está trabajando principalmente en las áreas de:

- ✦ Desarrollo global: desarrollan soluciones que favorezca a la eliminación de la pobreza centrándose en el desarrollo económico del sector privado, hacer accesible y mejorando la información y los servicios para los más desfavorecidos en esta sociedad. Google ofrece publicidad gratuita a

asociaciones y organizaciones no lucrativas cuya misión sea la de ayudar a los demás. Hasta la fecha Google ha apoyado más de 2100 organizaciones no lucrativas en 16 países.

- ✦ Salud pública global: permitir gracias al servicio de la información predecir, prevenir y suprimir de la mejor forma posible las enfermedades.
- ✦ Cambio del clima: es un tema muy importante para esta fundación. Pretenden reducir los efectos del cambio climático reduciendo las emisiones de gas que provocan el efecto invernadero, mejorando el rendimiento energético e impulsando las nuevas formas de energía renovable como forma de desarrollo sostenible.








### Conclusiones

A punto de cumplirse los 9 años desde la constitución de Google Inc., se puede resumir en 10 conclusiones la buena marcha de la empresa:

1. **Lo más importante es pensar en el usuario:** a pesar de que muchas empresas afirman que su prioridad son sus clientes, son pocas las que resisten la tentación de hacer pequeños sacrificios para incrementar los ingresos de los accionistas, para Google esta práctica queda totalmente prohibida.
2. **Es mejor especializarse en algo y hacerlo realmente bien:** Google se dedica a exclusivamente facilitar búsquedas de información.
3. **La velocidad es un valor seguro:** probablemente, Google sea la única empresa del mundo cuya meta es que los usuarios abandonen su sitio Web lo más rápidamente posible, están obsesionados con incrementar la eficiencia de su entorno de publicación.
4. **La democracia en la Web funciona:** en lugar de basarse en la opinión de un grupo de editores o únicamente en la frecuencia con la que aparecen ciertos términos, Google confía en la valoración que los millones de personas hacen al enlazar una Web desde la suya propia.
5. **No tiene por qué estar en su despacho para obtener una respuesta:** vivimos en un mundo cada vez más móvil y Google se adapta perfectamente a la movilidad de sus usuarios.

6. **Es posible obtener ingresos actuando de forma ética:** los métodos agresivos con el usuario para la consecución de ingresos son contraproducentes.
7. **Es imposible abarcar toda la información disponible:** pero Google es el buscador que más información abarca y permite el acceso a datos que no son fáciles de encontrar (por ejemplo los contenidos en pdf, archivos de Excel, Word, PowerPoint, etc.).
8. **La necesidad de información supera todas las fronteras:** Google dispone de oficinas en todo el mundo, su misión es facilitar el acceso a la información a todos los usuarios, incluso en los rincones más recónditos del planeta.
9. **Es posible ser profesional sin llevar traje:** su filosofía es que el trabajo debe ser un reto y que los retos deben ser divertidos. Las reuniones, que en otras empresas se alargarían durante horas, con frecuencia son poco más que una conversación en la cola de la cafetería.
10. **No se conforman con unos resultados estupendos:** siempre se superan las expectativas de cada ejercicio económico a pesar de lo cual lejos de adoptar una actitud conformista se está en continua innovación y perseverancia.

## ÍNDICE

 Años de la Universidad .....	1
 Nacimiento de Google.....	1
 Expansión de la empresa.....	3
 Google, una empresa consolidada .....	3
 Estrategia Google.....	5
 Responsabilidad social .....	6
 Conclusiones .....	7

## BIBLIOGRAFÍA

- BOJA: “La mate por un yogur » Tecnología, Internet, Wordpress y mucho más”.  
Disponible en html en: <http://www.lamateporunyogur.net/>
- CASARES, J: “GoogleMania ++ Todo Sobre Google”.



- Disponible en html en: <http://googlemania.ojobuscador.com>
- DIRSON: “Noticias de Google en español - google.dirson.com”.  
Disponible en html en: <http://google.dirson.com/>
- GOOGLE: “Google Investor Relations”.  
Disponible en html en: <http://investor.google.com/>  
“Todo acerca de Google ”.  
Disponible en html en: <http://www.google.es/intl/es/about.html>
- MUNDINTERACTIVOS, S.A.: “elmundo.es”.  
Disponible en html en: <http://www.elmundo.es/>
- ORTIZ, A.: “Error500 | Tecnología + Internet + Conocimiento”.  
Disponible en html en: <http://www.error500.net/>
- PRISACOM S.A.: “elpais.com”.  
Disponible en html en: <http://www.elpais.com/>
- RECOLETOS MEDIOS DIGITALES: “Expansión.com”.  
Disponible en html en: <http://www.expansion.com/>
- TERRA: “Invertia.com - mercados, finanzas, economía, fondos y cotizaciones”.  
Disponible en html en: <http://www.invertia.com/>
- WISE, D. y MALSEED, M.: Google, la Historia. Madrid, La Esfera de los Libros, 2006.
- WALES, J y SANGER, R: “Wikipedia, la enciclopedia libre”.  
Disponible en html en: <http://es.wikipedia.org>

