Google Inc.

Es propietario de la marca Google, el cual es el principal motor de búsqueda de contenido en Internet. Lider global en tecnología enfocada en la forma en que las personas realizan búsquedas en la web para obtener información.

Historia

Larry Page y Sergey Brin se conocieron en 1995, cuando tenían 24 y 23 años respectivamente, en un acto organizado por la Universidad de Stanford. Ambos tenían un objetivo en común: conseguir información relevante a partir de una importante cantidad de datos. En enero de 1996 iniciaron su colaboración en un buscador llamado BackRub. Larry empezó a trabajar en la forma de conseguir un entorno para los servidores que funcionara con PCs de gama baja y que no necesitará de potentes máquinas para funcionar. Un año después, la tecnología utilizada por BackRub para analizar los links empezaba a ser conocida en todo el campus, obteniendo una gran reputación. Era la base sobre la que se construiría Google.

El nombre proviene de un juego de palabras con el término "googol", acuñado por Milton Sirotta, sobrino del matemático norteamericano Edward Kasner, para referirse al número representado por un 1 seguido de 100 ceros. El uso del término refleja la misión de la compañía de organizar la inmensa cantidad de información disponible en la web y en el mundo.

Durante los primeros meses de 1998, Larry y Sergey continuaron trabajando para perfeccionar la tecnología de búsqueda que habían desarrollado. Utilizaron sus dormitorios como centro de datos y oficinas. Con esta infraestructura iniciaron la búsqueda de inversionistas que les ayudaran a financiar su novedosa tecnología, superior a todas las existentes hasta la fecha. A pesar de la fiebre de las "puntocom" en ese momento, Larry y Sergey tenían poco interés en montar una empresa propia cuyo negocio fuera el motor de búsqueda que habían desarrollado.

Entre estos posibles inversores, se encontraba David Filo, amigo de ambos y uno de los fundadores de Yahoo!. Filo les animó a que ellos mismos desarrollaran el proyecto, creando una empresa basada en el buscador cuando estuviera completamente desarrollado. Aunque el potencial que tenía era enorme, se encontraron con la negativa de muchos portales, que consideraban el hecho de tener un buen buscador como algo secundario en sus objetivos. Así pues, tomaron la decisión de poner en marcha el proyecto y buscar capital para abandonar las habitaciones y acabar de pagar todo el material que habían comprado para los servidores. Hicieron un plan de empresa y fueron en busca de inversores. Su primera visita fue al amigo de un miembro de la facultad.

Andy Bechtolsheim, uno de los fundadores de Sun Microsystems, enseguida vio que Google tenía un potencial enorme. Sólo pudieron mostrarle una pequeña demo pero fue suficiente para que inmediatamente les diera un cheque por valor de 100.000 $, a nombre de Google Inc. Pero surgió un pequeño problema: no existía aún una empresa llamada Google Inc., por lo tanto no podían cobrar ni ingresar el cheque. Un par de semanas más tarde decidieron buscar nuevos inversores entre familiares, amigos y conocidos para poner en marcha la compañía. El 7 de septiembre de 1998, Google Inc. ya disponía de oficinas propias en Menlo Park, California, todo un lujo comparado con la situación en la que habían estado hasta entonces. Google.com, todavía en fase beta, tenía unas 10,000 búsquedas cada día. La prensa empezaba a hablar del nuevo buscador y de su excelente funcionamiento. En 1999 consiguieron 25 millones de dólares de dos importantes inversores: Sequoia Capital y Kleiner Perkins Caufield & Buyers. Las modestas oficinas ya eran pequeñas para todos los directivos y trabajadores de

Google, así que se trasladaron a Googleplex, la actual sede central de Google en Mountain View, California. Nuevos e importantes clientes iban llegando, como por ejemplo AOL/Netscape que escogió a Google como su servicio de buscador, haciendo que superase los 3 millones de búsquedas al día. Lo que empezó siendo un proyecto universitario ya era una gran empresa con un crecimiento impresionante. El 21 de septiembre de 1999 desapareció definitivamente de Google.com la etiqueta que lo identificaba como una versión beta.

Cronología

Año	Acontecimiento
1995	Larry Page y Sergey Brin se conocen en la Universidad de Stanford. (Larry tiene 22 años y ha finalizado sus estudios en la Universidad de Michigan. Se plantea estudiar en Stanford, y Sergey, de 21 años, es el encargado de enseñarle el campus). Según algunas versiones, en ese primer encuentro no coincidieron prácticamente en nada.
1996	Larry y Sergey participan en un programa de posgrado en Informática en Stanford y empiezan a colaborar en el desarrollo de un motor de búsqueda llamado BackRub.
	BackRub se utiliza en los servidores de Stanford durante más de un año, pero finalmente la Universidad deja de emplear este motor porque requiere demasiado ancho de banda.
1997	Larry y Sergey se dan cuenta de que el motor de búsqueda BackRub necesita un nuevo nombre. Tras una sesión de lluvia de ideas, se deciden por Google, haciendo un juego de palabras con el término matemático "gúgol", cuya pronunciación en inglés es similar a la de "Google" y que se refiere al número uno seguido de 100 ceros. La elección del término se basa en su objetivo de organizar una cantidad aparentemente infinita de información en la Web.
1998	Andy Bechtolsheim, cofundador de Sun Microsystems, extiende un cheque por valor de 100.000 dólares para una entidad que aún no existe: una empresa llamada Google Inc.
	Google fija su lugar de trabajo en el garaje de Susan Wojcicki, en el n.º 232 de Santa Margarita, en Menlo Park (California).
	Google inicia los trámites de constitución de la sociedad en California el 4 de septiembre. Poco después, Larry y Sergey abren una cuenta bancaria a nombre de la empresa recién fundada y depositan en esa cuenta el cheque de Andy Bechtolsheim.
	Larry y Sergey contratan a su primer empleado: Craig Silverstein, un compañero del programa de posgrado en Informática de Stanford.
1999	Google se instala en la primera oficina de Mountain View (California), en el 2400 de E. Bayshore. La ciudad de Mountain View se encuentra a escasos kilómetros de la Universidad de Stanford y limita al norte con las ciudades más antiguas de Silicon Valley: Sunnyvale, Santa Clara y San José.
2000	Google lanza las primeras versiones de su buscador en diez idiomas: alemán, danés, español, finés, francés, italiano, neerlandés, noruego, portugués y sueco.
	Se lanza la barra Google, un complemento del navegador que permite realizar búsquedas sin necesidad de acceder a la página principal de Google.
2001	Google lanza la búsqueda de imágenes, que permite acceder a 250 millones de imágenes.
	La empresa abre la primera oficina internacional en Tokio.
2003	Los miembros de la American Dialect Society, dedicada al estudio del inglés norteamericano, eligen el verbo "to google" ("realizar búsquedas web a través de Google") como la palabra más útil del año 2002.
	Google lanza Google Print (que posteriormente pasa a ser Google Libros), un servicio que indexa pequeños fragmentos de libros para que aparezcan en los resultados de búsqueda.

Cuestiones Internas

Ubicación

Hemos recorrido un largo camino desde los tiempos de la residencia de estudiantes y el garaje. Nos mudamos a las oficinas centrales de Mountain View, California (más conocidas como Googleplex) en 2004. Hoy en día, Google tiene más de 70 oficinas en más de 40 países de todo el mundo.

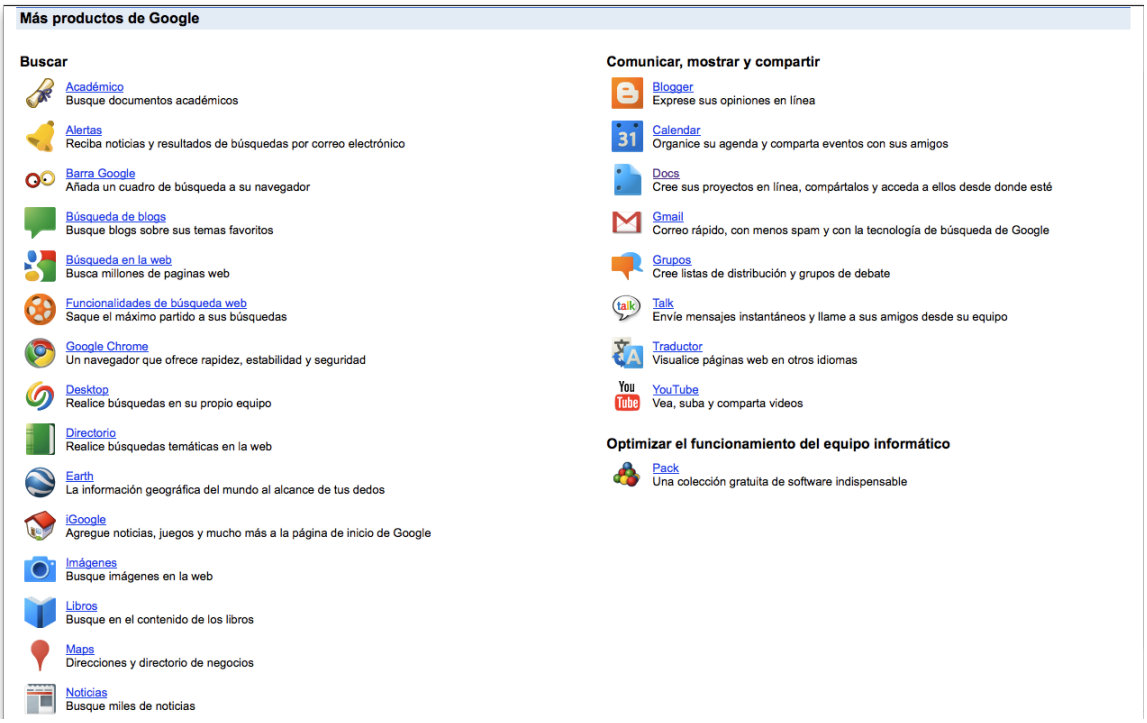
Aunque no hay dos oficinas de Google iguales, las personas que visiten cualquier oficina podrán encontrar algunas características comunes, tales como murales y decoraciones que expresan la personalidad local, Googlers que comparten cubículos, tiendas de campaña gigantes y salas de reuniones, videojuegos, mesas de billar y pianos, cafeterías y "micrococinas" llenas de comida saludable, y las clásicas pizarras para las sesiones improvisadas de lluvias de ideas.

Servicios

Lo que hacemos por nuestros usuarios

Larry Page, cofundador y CEO de Google, describió una vez el "motor de búsqueda perfecto" como algo capaz de "entender exactamente lo que quieres y ofrecerte exactamente lo que necesitas". Desde que pronunció estas palabras, Google se ha desarrollado para ofrecer productos que transcienden la búsqueda; sin embargo, se mantiene el espíritu de aquellas palabras. Nuestro objetivo es que los usuarios encuentren la información que necesitan y consigan hacer todo aquello que necesiten de la forma más sencilla posible gracias a todas nuestras tecnologías (desde la búsqueda a Chrome y Gmail).
Esto significa hacer que la búsqueda sea más inteligente y rápida para que pueda comprender que cuando un usuario introduce la búsqueda [jaguar], quiere obtener resultados referentes al coche y no fotos del animal. Significa mostrar a los usuarios los anuncios o los resultados de búsqueda que le gustan

a sus amigos para que sepan que este contenido puede ser valioso. También significa conseguir que nuestros productos actúen intuitivamente para que los usuarios puedan compartir documentos con sus contactos de Gmail sin necesidad de copiar y pegar el contenido y abrir en su teléfono Android las mismas pestañas que abren en el navegador Chrome de su ordenador. Principalmente, significa conseguir que nuestros productos funcionen mejor para que los usuarios puedan dedicar tiempo a aquello que les gusta como, por ejemplo, disfrutar de la familia, hacer actividades al aire libre, pintar un cuadro o celebrar una fiesta. Seguimos trabajando para poder hacerlo realidad.



Lo que hacemos por las empresas

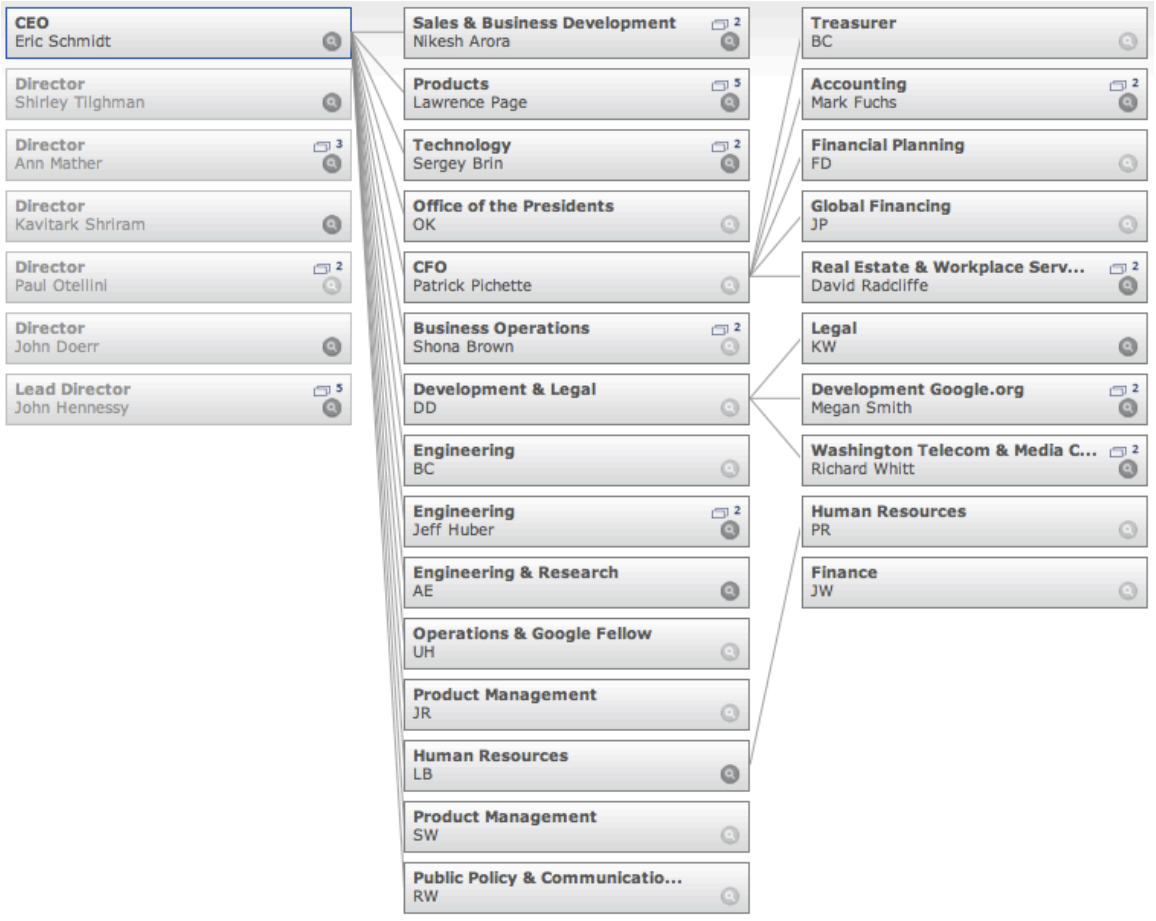
Ofrecemos distintas herramientas para ayudar a las empresas de todo tipo a tener éxito dentro y fuera de la Web. Estos programas son una parte fundamental de nuestra propia empresa y también permiten a emprendedores y editores de todo el mundo desarrollar sus propias empresas. Nuestros programas de publicidad, que engloban desde anuncios de texto sencillos a anuncios en formato rich media, ayudan a las empresas a encontrar clientes y ayudan a los editores a obtener dinero con su contenido. También ofrecemos herramientas de computación en la nube que ayudan a las empresas a ahorrar dinero y a ser más productivas.

Divide sus servicios empresariales básicamente en tres pilares: Comparte, promociona y mide.

Lo que hacemos por la Web

Desarrollamos productos que consideramos que mejorarán la Web y, en consecuencia, la experiencia de los usuarios en la Web. Con productos como Chrome y Android, queremos que los usuarios realicen todas las actividades que quieran online de forma más rápida y sencilla. También estamos comprometidos con la Web abierta, por lo que participamos en varios proyectos para que los desarrolladores contribuyan al ecosistema online y a desarrollar la Web más fácilmente. A pesar de que la Web ha evolucionado enormemente desde la primera vez que Google apareció en escena, hay una cosa que no ha cambiado, nuestra creencia en las posibilidades infinitas de Internet.

Estructura



Investigación y Desarrollo

Para Google la investigación y desarrollo forman parte de su piedra angular yaq ue fue de esta manera como se creo, se encuentra en una constante evolución mediante la adquisición de empresas de diferentes mercados, entre los que se pueden mencionar hardware como es el caso de Motorola mobility, también tiene investigaciones avanzadas en otros campos como la visión por computadora, posicionamiento global, y software como buscadores, lenguajes de programación, sistemas operativos.

Operaciones y logística

Las operaciones de Google es sin presentes ya que cuenta un una diversidad de centro de datos alrededor del mundo para que los millones de personas que utilizan su servicio lo puedan acceder desde

cualquier parte del mundo, volviéndolo así muy competitivo, respecto a los otros grupos. Sin duda Google se ha caracterizado por el ser el mejor en los negocios en los que se desenvuelve, ya sea la motores web, aplicaciones en la nube, sistemas móviles. Este es un gigante que muchos tratan de imitar, casi se puede decir que esta compañía se esta volviendo como un monopolio, porque se encuentran involucrados en cualquier negocio de TI y otros mercados emergentes.

Administración de los Recursos Humanos

Con respecto a la administración de los recursos humanos, esta siempre ha sido una compañía donde las personas ha querido trabajar por el sin numero de beneficios que obtienen y el prestigio que es trabajar en esta empresa. Google cuenta con alrededor de colaboradores alrededor del mundo.

Tecnologías de Información (IT)

Las tecnologías de información son el ápice de esta compañía, sin las TI simplemente esta compañía no podría existir, Ya que ellos brindan soluciones tecnológicas de punta y necesitan de estas para el control y logística que todo esto conlleva. Es tanto así que internamente se modifican soluciones libres como bases de datos y sistemas operativos para que les permitan desarrollan sus actividades de forma más eficiente.

Misión

"Organizar la información mundial para que resulte universalmente accesible y útil."

Los directores creen que la manera más efectiva de crear la misión es colocar las necesidades de los usuarios de primero. Ellos encontraron que ofreciendo una gran calidad en la experiencia de los usuarios, les permitiría incrementar el trafico y fortalecerse. El perfecto motor de búsqueda podría entender exactamente que desea el usuario y darle exactamente la respuesta que se quiere.

Visión

"Ser el más prestigioso motor de búsqueda y el más importante del mundo, además de ser un servicio gratuito fácil de utilizar que presente resultados relevantes en una fracción de segundo".

Valores

Rapidez, precisión, facilidad de uso, atención al cliente corporativo, en especial los publicistas, editores, etc, continua innovación.

Auditoría Interna

Fortalezas

- Servicios son gratuitos
- Diversidad de servicios
- Millones de usuarios

Debilidades

- Poca inversión en publicidad
- Incapacidad para contratar o retener personas claves

- Dificultades en su alta dirección

Auditoria Externa

Oportunidades

- Demanda continua y creciente por los productos y servicios de internet y en el número de usuarios online
- Permitir que los usuarios consulten los sitios Web en su idioma natal
- Cada vez más personas utilizan dispositivos que no son PC´s para acceder a internet
- Usar sus propios servicios para dar publicidad a nuevos productos
- Tener y mantener una jerarquía lineal horizontal.

Amenazas

- Fraudes que afecta la confianza en uno de sus generadores clave de ingresos.
- Competidores con mayor experiencia (Yahoo Inc y Bing de Microsoft Corp.)
- Incapacidad para controlar puntos de entrada.
- Desarrollo de un software proprio que aumente la seguridad de la empresa.
- Captar la fuga de información y aprovechamiento de talento
- Crear una red social interactiva e innovadora.
- Desarrollar nuevos productos con nuevos servicios.
- Incentivar y motivar al empleado a ser parte importante de la compañía y no solo un empleado más.
- Agregar productos o servicios nuevos pero no relacionados.
- Lanzar al mercado productos finales no prototipos (probados y sin fallas)

Objetivos

El objetivo de Google es organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil. El sitio no tiene contenido propio ni tampoco edita información, su objetivo es manejar espacios de búsqueda entre los usuarios y los intereses que ellos tengan por cualquier cosa.

Google es capaz de clasificar y determinar importancias en los objetivos de búsquedas individuales, gracias a los 500 mil servidores que posee.

En resumen, la experiencia de los usuarios es el principal objetivo de Google, debido a lo anterior, las clasificaciones se organizan en base a las búsquedas que estos mismos realiza

Estrategia

Google, propietaria del motor de búsqueda líder de internet, centra su estrategia en el desarrollo e inversión de herramientas y formulas exclusivas que permitan a los usuarios realizar búsquedas rápidas y precisas en toda la Red Mundial en cuestión de segundos. Esto, lo ha logrado debido a su inversión en la investigación y desarrollo, lo que le ha permitido contar con tecnologías innovadoras capaces de

conectar a millones de personas alrededor del mundo con información, todos los días. Además, Google siempre busca mantenerse un paso delante de la competencia, por lo que ha desarrollado una lista de 10 principios que sintetizan su filosofía como empresa y que han contribuido al logro de su éxito.

Estas son las diez cosas que Google ha descubierto que son verdad:

1) Céntrate en el usuario. Lo demás vendrá más tarde.

Google se ha decidido desde el principio por interfaces claros y sencillos, y páginas que se cargan instantáneamente. El mejor marketing es el del boca a boca de los usuarios.

2) Es mejor hacer una sola cosa, pero hacerla realmente bien.

Google quiere dedicarse exclusivamente al negocio de las búsquedas. Para ello, dispone de un grupo de profesionales dedicados exclusivamente a desarrollar soluciones para encontrar y organizar información en Internet.

3) Rápido es mejor que lento.

En Google están obsesionados por recortar tiempos de respuesta a los usuarios, eliminando bytes de las páginas de resultados, incrementando la efectividad de los algoritmos de búsqueda, y optimizando los miles de servidores de los que disponen.

4) La Democracia en la WWW funciona.

El sistema que utiliza Google para clasificar las páginas web (PageRank) se basa en la Democracia de los sitios web. Cada enlace que recibe una página es un voto que se le otorga.

5) No necesitas estar en la oficina para necesitar una respuesta.

Google sabe que, cada día más, el usuario no está delante de un PC buscando información. Y por ello está desarrollando soluciones móviles, para PDAs y otro tipo de dispositivos.

6) Puedes ganar dinero sin jugar sucio.

Google tiene unas normas muy claras en su sistema publicitario. Y éstas incluyen que no están permitidos los 'pop-ups' ni los banners.

7) Siempre hay más información ahí fuera.

Aunque tenga en su Base de Datos millones de documentos, Google sabe que aún queda información sin ser 'rastreada'. Por ello, desarrolló, por ejemplo, las búsquedas en documentos PDF, y nuevos métodos para encontrar más información.

8) La necesidad de información no tiene fronteras.

Las búsquedas en Internet se realizan en decenas de idiomas. Así, Google dispone de varias versiones de su buscador en multitud de lenguas.

9) Puedes ser serio sin necesidad de llevar traje.

En las oficinas centrales de Google en California reina un ambiente muy informal, intentando fomentar la comunicación y la camaradería entre los trabajadores.

10) Ser bueno nunca es suficiente.

Google tiene muy claro que, a pesar de ser considerado por muchos como el mejor buscador en este momento, deben seguir mejorando y desarrollando nuevos productos.

Como se puede aprecia la estrategia de Google es enfocarse en realizar búsquedas de una manera eficiente y rápida, para así satisfacer las necesidades de los clientes, teniendo una estrategia de innovación y excelencia en sus servicios.

Implementación de la Estrategia

Training Challenges!!

Cada viernes la compañía ofrece un "Product Spotlight", que es una video conferencia donde el Gerente Aprendizaje y Desarrollo a modo de talk show entrevista al gerente de producción sobre alguna característica particular, y como los agentes de ventas se encuentran por todo el mundo, de este modo lo pueden escuchar. Algunas veces se utilizan dispositivas o videos para que le den seguimiento en línea y puedan hacer preguntas via chat.

De vez en cuando la compañía ofrece entrenamientos extensos en el staff, llamado SalesPro, donde profundizan en algún problema particular de la estrategia, como los espacios de despliegue de publicidad o sobre el negocio móvil. Este programa consta de 6 horas pero lo divide en capsulas de pequeños megas que no duren mas de 7 minutos, para que los usuarios puedan disponer del material en cualquier parte del mundo por cualquier medio conectado a la red.

Los juegos en línea ayudan a los agentes a reafirmar sus conocimientos. Los lideres fomentan la cultura de la competencia amistosa y con cuestionarios después de cada entrenamiento aseguran que los agentes obtengan la nueva información.