



TP DE Google final - Profesora: Belen calvo

Planificación Estrategica (Universidad Abierta Interamericana)




Universidad Abierta Interamericana

Organización y gestión empresarial


Trabajo Práctico Google

Año: 2017

Contenido

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 2

1. Resumen.....	3
2. FODA.....	3
3. Código de ética.....	4
3.1 Aseguramiento del código.....	5
5. Misión.....	5
6. Negocio.....	6
7. Servicios.....	7
8. Acciones de marketing.....	8
9. Estructura directiva.....	8
10. Competencia.....	9
10.1 Acciones ante la competencia.....	10
11. Retos externos.....	10
14. Cultura organizacional.....	11
15. Ubicación de oficinas.....	11

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 3

1. Resumen

- 1) El texto destaca principalmente cómo Google ha sabido a lo largo de los años insertarse en el mercado mundial y competir con un gigante, como lo es Microsoft. Durante la lectura podemos dar una recorrida por toda su historia. Desde su fundación de la mano de Sergey Brin y Larry Page, hasta los retos que hoy en día abarca ser una compañía de semejante magnitud. También observaremos como es su política de marketing, que servicios puede ofrecernos, casi como una alternativa a lo que ya venimos usando. Además, en el texto detalla como Google opera en el mundo, mediante la gran cantidad de oficinas que tiene en cada rincón del planeta y mediante que servicios genera sus ingresos. Hoy en día, Google es casi imposible de evitar, siendo el buscador Web más elegido en internet.

2. FODA

- 2) Análisis Interno:

Fortalezas

- Servicios gratuitos
- Diversidad de servicios
- Millones de usuarios

Debilidades


- Poca inversión en publicidad
- Dificultades en su alta dirección

Análisis Externo:

Oportunidades

- Demanda creciente de productos y servicios de internet
- Permitir que los usuarios consulten los sitios web en su idioma natal
- Usar sus propios servicios para dar publicidad a nuevos productos

Amenazas

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 4

- Competidores (Yahoo y Bing)
- Fuga de información

3. Código de ética

3) Un código de ética empresarial establece los principios básicos a los que se remite el comportamiento de una empresa, sus empleados y sus directivos.


En el caso de Google, en los anexos 3 y 4 está incluido el código de ética empresarial y la declaración de la misión. Hasta el día de la fecha, la empresa no cuenta con una declaración de visión.

ANEXO 3 – CÓDIGO DE ETICA EMPRESARIAL DE GOOGLE

He aquí 10 cosas que Google considera ciertas:

1. Concéntrate en el usuario, y los demás caerá por su propio peso.
2. Lo mejor es hacer las cosas muy, muy bien.
3. Rápido es mejor que lento.
4. La democracia en la Web sí funciona.
5. No tienes que estar en tu escritorio para necesitar una respuesta.
6. Es posible ganar dinero sin hacer el mal.
7. Allá afuera siempre hay más información disponible.
8. La necesidad de información traspasa todas las fronteras.
9. Se puede ser serio sin necesidad de vestir de traje.
10. No es suficiente con que algo sea magnífico.

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

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 5

3.1 Aseguramiento del código


4) No, además se necesita compromiso e incentivación por parte de la empresa hacia el empleado para poder lograr una armonía ética empresarial. La mala remuneración, las malas condiciones para trabajar hace cada vez más difícil mantener una línea delgada entre la moral y la ética.

5. Misión

5) La misión de Google es mantener organizada la información mundial y lograr que, además de útil, sea accesible para todos. Ellos creen anteponer las necesidades de sus usuarios es la manera más eficaz y rentable para lograr su misión. Ofrecer una experiencia de alta calidad a los usuarios conduce a un aumento de tráfico y a una fuerte publicidad de boca en boca. Poner en primer lugar a los usuarios, según ellos, se refleja en los tres compromisos clave que tienen. Ellos son:

- Hacer el mejor esfuerzo para ofrecer los resultados de búsqueda más relevante y útiles posibles, sin importar los incentivos financieros. Los resultados de búsqueda son objetivos y no aceptan pagos por su inclusión o clasificación.
- Hacer el mejor esfuerzo para ofrecer la publicidad más pertinente y útil. Si un elemento de una página de resultados se ve influido por algún pago para ellos, lo aclaran a sus usuarios. Según ellos, los anuncios no son una molesta interrupción.
- Nunca dejarán de trabajar para mejorar la capacitación y experiencia de sus usuarios, su tecnología de búsqueda y demás áreas importantes de la organización de la información.

Por último, ellos creen que su enfoque en el usuario es, hasta la actualidad, la base de éxito. A largo plazo, éste enfoque es esencial para la creación de valor a largo plazo. Aclaran que no pretenden comprometer su enfoque en el usuario por una ganancia económica a corto plazo.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 6

6. Negocio


6) Su negocio es ser el mayor motor de búsqueda de la Web. Además ofrece servicios como AdWords comprando anuncios mediante la adquisición de los derechos de palabras clave, y paga por cada clic en el anuncio comprado.

- Etiquetados como “vínculos patrocinados”.
- Elementos de administración de campaña para centrar el presupuesto en las palabras clave más rentables.
- Enfoca las palabras clave por medio de la generación de sinónimos y frases útiles.
- Estimador del tráfico (calcula el costo de la compra de derechos de palabras y frases clave).
- Entrega de presupuesto (puede establecer presupuestos diarios y controlar el momento oportuno de la prestación de los anuncios).
- Reportes continuos de desempeño e información oportuna de la efectividad del anuncio.
- Múltiples formas de pago, como tarjetas de crédito y débito; para ciertos anunciantes, facturación y plazos de crédito y pago en 48 divisas.
- Las “tiendas en descuento” AdWords permiten la libertad de aumentar el costo máximo por clic (CPC), ya que nunca se paga más de un centavo por encima del siguiente mayor postor.
- El seguimiento de conversiones mide las diferentes conversiones de la campaña de un anunciante para brindar una mejor comprensión de su rendimiento sobre la inversión.

Si hablamos de los anunciantes más recientes debemos incluir a Sony, Cisco, Car Rental, Ameritrade, Amazon.com. Canon, Disney, General Motors, L. L., Bean, Nordstrom, Sears, Smith & Hawken, Sprint, Volvo y Xerox.

Para las corporaciones más grandes, Google ofrece:

- Maximización creativa, donde los especialistas de AdWord ayudan a los anunciantes a elegir las palabras clave más efectivas y a enfocarse en el número de clics y las tasas de conversión).
- Especialistas en mercado vertical, que ofrecen guías para las campañas.
- Publicación en volumen, asistiendo a los negocios con el lanzamiento de campañas que tienen cientos o miles de keywords (palabras clave).
- Representantes dedicados al servicio al cliente.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 7

- AdWords API (el código), que es un servicio gratuito API de Google para grandes anunciantes y terceras partes permitiendo a los desarrolladores concebir programas que interactúan directamente con el sistema AdWords para una integración más completa.

Otro servicio de Google también es AdSense para la búsqueda web, lo cual consiste en:

- Las empresas que no posean su propio sitio o búsqueda Web pueden ofrecer los servicios de búsqueda de Google y brindar a los buscadores los resultados de AdSense del lado derecho de la pantalla.
- Google comparte los ingresos con sitios Web anfitriones por cada clic.

También debemos mencionar a AdSense para el contenido:

- Es una tecnología automatizada que analiza el significado del contenido Web y brinda publicidad pertinente en una fracción de segundo.
- Al igual que para la búsqueda web, Google comparte los ingresos con sitios Web por cada clic.
- Para aquellos sitios Web con más de 20 millones de visitas al mes, se encuentran disponibles servicios personalizados.


Sus clientes más recientes de este servicio son USATODAY.com, ABC.com, Forbes.com y el 60% de los 100 mejores sitios de comScore Media Matrix, así como miles de otros sitios de contenido especializado.

Las características principales de este contenido incluyen:

- Filtros de publicidad competitiva.
- Filtros de contenido sensible.
- Opción de anuncios predeterminados en caso de que Google no pueda presentar anuncios dirigidos para la página.

7. Servicios

7) Google ofrece servicios paralelos a Microsoft como una alternativa. Por ejemplo, para correo electrónico ofrece Gmail, lo mismo para blogs con Blogger. Además posee un administrador de fotografías llamado Picasa. En búsqueda web el ya conocido buscador de Google.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial	Docente:	
	Alumnos :		
	Sede:	Comisión 4° A	Turno: Noche
	Trabajo Google		Página 8

8. Acciones de marketing


8) Se ha conocido que Google ha gastado el 7,4% de sus ingresos en márketing y ventas. También gran parte del gasto se debió al incremento en mano de obra e instalaciones requeridas para el servicio al cliente de los departamentos de ventas. Además, Google destinó menos del 3% de sus ingresos en gastos de publicidad y promoción. Según ellos, una marca muy confiable y reconocida debe comenzar con sus productos y servicios de alta calidad. La base de usuarios de Google se incrementó casi en su totalidad por la publicidad de boca en boca.

Los primeros esfuerzos de marketing se enfocaron en impulsar aun más la publicidad de boca en boca entre sus usuarios y utilizar las relaciones públicas para ayudar en su crecimiento. Google realiza varias pruebas de marketing en Google Labs, donde permite a los usuarios poner en práctica las ideas que conciben sus empleados. Otros productos, como Gmail, se ponen a la venta selectivamente como versiones beta. Gmail, como ya mencionamos antes, es un correo electrónico basado en el concepto de que nunca se debería eliminar ningún correo electrónico, sino simplemente archivarlo para cuando se necesite. Google presenta publicidad de acuerdo con las palabras clave de esos correos electrónicos.

Google ha evolucionado hasta llegar a ser una empresa de software, tecnología, Internet, publicidad y medios de comunicación. Por último, Google sostiene que pone a los clientes en primer lugar al ofrecer el mejor servicio de búsqueda del mundo de forma gratuita.

9. Estructura directiva

9) La estructura directiva de Google está compuesta de nueve directivos, incluyendo los fundadores, Sergey Brin y Larry Page. Estos últimos, junto con el director general Eric Schmidt, forman el núcleo del equipo de administración y también son miembros de la junta directiva de nueve personas.

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			Año 2017
	Materia: Organización y gestión empresarial		Docente:	
	Alumnos :			
	Sede:	Comisión 4° A :	Turno: Noche	Página 9
	Trabajo Google			


Shona Brown

Vice. De operaciones comerciales

10. Competencia

11) Su competidor clave, sin dudas, es Microsoft, una muy conocida empresa que desarrolla software, principalmente bajo el nombre de Windows donde sus negocios incluyen sistemas operativos para PC's, servidores y dispositivos personales de información; software de productividad (Microsoft Office); el portal Web MSN; la consola de videojuegos Xbox; videojuegos y software empresarial. Con el software de escritorio contribuye aproximadamente el 60% de sus ingresos, mientras que los sistemas operativos y las aplicaciones de servidores representan mas del 20%.

Cuando Microsoft se expande incesantemente desde su puesto inicial de búsqueda Web suele darle un dolor de cabeza a Google. Ellos han derrotado a muchos competidores. Sin ir más lejos, Bill Gates es considerado mucho más que un simple hombre de negocios despiadado, porque también es un innovador de alta tecnología. Aunque, por lo general , los productos de Microsoft no son reconocidos a nivel mundial por ser los mejores, pero Bill Gates supera la táctica a la competencia para convertirla en lo común. Quizá sea por eso que Word sustituyó a WordPerfect y

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				Año
	Facultad de Tecnología Informática				2017
	Materia: Organización y gestión empresarial		Docente:		
	Alumnos :				
	Sede:	Comisión	4° A	Turno:	Noche
		:			
Trabajo Google					

también el tan criticado Internet Explorer enterró a Netscape. Además, Microsoft ofrece sus productos alternativos a Google, como por ejemplo en materia de correo electrónico sabemos que existe Hotmail. Para blogs usaremos MSN Spaces, como también usaremos PhotoStory si queremos administrar fotos, y obviamente su motor de búsqueda no podía llamarse de otra forma que MSN Search.

Un dato no menor es que los ingresos de Microsoft son 10 veces mayores a los de Google.


10.1 Acciones ante la competencia

12) Claramente si analizamos las competencias, el buscador Bing es el principal competidor con el que se encuentra Google en la actualidad, aun así la empresa líder en el mercado cuenta con varias ventajas con respecto a Bing, si analizamos a ambos bajo los siguientes aspectos: **interfaz, velocidad, variedad y funcionalidad**, nos encontraremos con que Google debe mantener sus siguientes cualidades para seguir posicionándose en la cabecera:

- Ser más certero en los resultados de búsqueda que Bing.
- Ofrecer más opciones de personalización que Bing.
- Proporcionar diversas secciones para filtrar la información en base a nuestro interés.
- Su innovación continua, un punto muy importante a favor de la empresa.
- La sorpresa.
- Esa devoción por sus usuarios.

11. Retos externos

13) Google enfrenta numerosos retos externos. La empresa debe mantenerse alerta para prevenir fraudes mediante “clicks”, que podrían menoscabar la confianza en uno de sus generadores clave de ingresos. Además, Google tiene que supervisar sus asociaciones a través de la Web. Por ejemplo, un anuncio de Kraft Foods apareció en una página Web de un grupo que se describía a si mismo como “nacionalista blanco”. Posteriormente Kraft retiró su publicidad de Google. Esta última depende mucho de ciertas relaciones estratégicas clave. Por ejemplo, el 12% del total de ingresos provienen del programa AdSense con AOL (y Time Warner busca deshacerse de AOL). Uno de los retos de Google es mantener su impulso. La empresa se ha desenvuelto bien en los mercados públicos, pero la percepción y la confianza públicas pueden ser inconstantes. De hecho, así como

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA				Año
	Facultad de Tecnología Informática				2017
	Materia: Organización y gestión empresarial			Docente:	
	Alumnos :				
	Sede:		Comisión 4° A :	Turno:	Noche
Trabajo Google					Página 11

Google y sus fundadores eran desconocidos hace 10 años, una próxima generación está trabajando en proyectos, tecnologías e ideas que nacen fuera de las incubadoras de compañías adineradas. Es por eso que Microsoft, con sus miles de millones, no pudo impedir la aparición del emergente Google.

Como antes mencionamos, los dolores de cabeza no son ajenos a Google, esto se debe al resultado de administrar el crecimiento. Obviamente es un gran problema, pero todo éste enorme desarrollo ocurre bajo el microscopio de los mercados públicos, donde un mínimo error de cálculo estratégico podría borrar miles de millones de capitalización bursátil y provocar repercusiones en toda la organización.

14. Cultura organizacional

14) Su oficina central se encuentra en Mountainview, California. En EEUU también posee oficinas en Nueva York, Atlanta, Boston, Chicago, Dallas, Denver, Detroit, Irvine, Santa Mónica y Seattle.

15. Ubicación de oficinas

15) Si hablamos a nivel mundial, tiene una oficina central en Irlanda, más precisamente en Dublín. Además posee oficinas en París (Francia), Hamburgo (Alemania), Bangalore (India), Hyderabad (India), Milán (Italia), Amsterdam (Holanda), Madrid (España), Estocolmo (Suecia), Zurich (Suiza), Londres (Inglaterra), Manchester (Inglaterra), Sydney (Australia), Toronto (Canadá) y en Shibuya-ku (Japón).