



## Visión general de la empresa

Desde el primer momento, hemos trabajado para desarrollar tecnologías capaces de mejorar las formas existentes de hacer negocios. Ofrecemos distintos servicios y herramientas para anunciantes de todo tipo incluidos editores (tanto grandes como pequeños), que incluyen desde anuncios de texto sencillos hasta publicidad display o para móviles.

Además de ser el eje central de nuestra empresa, estos programas también han contribuido al crecimiento de la actividad empresarial y al aumento del éxito de empresarios y editores de todo el mundo. El éxito de Google se basa en que las herramientas que hemos creado les resultan útiles a usuarios, a anunciantes y a otros partners. Además, la esencia de nuestra empresa es proporcionar información útil y relevante a los millones de usuarios de todo el mundo que confían en que la búsqueda de Google les permita encontrar las respuestas que buscan. Para obtener más información sobre los servicios de Google para las empresas, acceda a la página [Soluciones para empresas](#).

## Publicidad basada en búsquedas



Desde la presentación del primer programa de publicidad, [AdWords](#), en el año 2000, nuestro objetivo ha sido mostrar anuncios tan útiles y relevantes que pueden considerarse una forma de información en sí mismos. AdWords permite que los anunciantes creen anuncios de texto sencillos para que aparezcan junto a resultados de búsqueda relacionados y en algunos de los miles de sitios asociados. Los anunciantes seleccionan sus propias palabras clave para orientar sus anuncios y pagan únicamente cuando los usuarios hacen clic en ellos. El proceso de creación de texto de anuncios y de administración de las cuentas de publicidad online es sencillo y no se requieren grandes pagos por anticipado. Asimismo, Google ofrece herramientas para que los anunciantes puedan medir y mejorar la eficacia de sus anuncios con el fin de maximizar los beneficios, y para que los anuncios que se muestran en Google no dejen de mejorar. A medida que la actividad publicitaria basada en búsquedas evoluciona en todo el mundo, Google investiga nuevos formatos, tales como la publicidad para dispositivos móviles, que incrementen la relevancia de los anuncios para todos.

## Publicidad display



Los formatos publicitarios han evolucionado en la misma medida que el ecosistema de Internet. En la actualidad, estamos realizando grandes inversiones en la publicidad display, ya que creemos que este sector experimentará un crecimiento significativo en el futuro, en lo que respecta a Google y a los editores online. Creemos que la tecnología y la experiencia desarrolladas por Google en el ámbito de la búsqueda y de los anuncios basados en búsquedas pueden contribuir a que la publicidad display sea mejor para los usuarios, los anunciantes y los editores que utilizan la Web. Entre los productos de publicidad display se incluyen la [Red de display de Google](#) (que cuenta con más de un millón de sitios web asociados y con sitios que pertenecen a Google, tales como YouTube) y la tecnología publicitaria de [DoubleClick](#).

Nuestro objetivo consiste en simplificar la publicidad display para que los anunciantes y los editores puedan administrar sus campañas, independientemente del formato utilizado, de los sitios web en los que se publiquen y de los dispositivos para los que se diseñen. También trabajamos para ofrecer a los anunciantes mejores formas de medir y de mejorar los resultados de sus campañas, y para que la publicidad display sea abierta y esté disponible para todos los anunciantes y editores, tanto si representan a una diminuta tienda de barrio como si trabajan para una gran multinacional. En otras palabras, un sistema de publicidad display que se base en mejores tecnologías podrá beneficiar a todos los usuarios de Internet.

## Google para móviles Publicidad para móviles



Gracias al auge de los smartphones con navegadores WebKit completos, los dispositivos móviles no tardarán en convertirse en el medio escogido por usuarios de todo el mundo para acceder a la Web, por encima de los PC. Google ofrece a los anunciantes la posibilidad de publicar campañas de publicidad basada en búsquedas en dispositivos móviles utilizando [formatos de anuncio específicos para móviles](#) como, por ejemplo, los anuncios de clic de llamada (en los que los anunciantes incluyen un número de teléfono en el texto del anuncio).

También ofrecemos formatos para sitios web para móviles y para aplicaciones para móviles capaces de llegar a los usuarios en sus desplazamientos, lo que permite que los desarrolladores y los editores obtengan beneficios con su contenido para móviles. Además, en 2010, adquirimos AdMob, empresa líder de publicidad integrada en aplicaciones que ofrece soluciones y unidades de publicidad eficaces para desarrolladores de aplicaciones y para anunciantes.

## Herramientas para editores

La publicidad puede mejorar la experiencia de los usuarios que acceden al sitio web de algún editor online, ya que ayuda a los editores a financiar los costes derivados de la creación de contenido de calidad. Por este motivo, hemos desarrollado servicios de apoyo para los cientos de miles de editores que existen en Internet, desde los usuarios que publican entradas en un blog desde el salón de sus casas hasta los principales periódicos del mundo.



Google utiliza [AdSense](#) para publicar anuncios orientados de forma precisa a los resultados de búsqueda o al contenido de las páginas de un sitio web. Los editores de AdSense pueden obtener la mayor cantidad de ingresos posible por sus espacios publicitarios sin tener que gestionar las relaciones con los anunciantes. Los grandes editores pueden utilizar la tecnología de publicación de anuncios de Google ([DFP](#)), que ofrece el anuncio de mayor valor que hayan vendido directamente a anunciantes o a agencias publicitarias.



Por último, [DoubleClick Ad Exchange](#), asigna de forma dinámica el anuncio de mayor valor para la venta directa o indirecta a través de una red publicitaria. Hemos desarrollado todos estos servicios con el objetivo de ayudar a los editores online a maximizar los ingresos y a obtener la información que necesitan para utilizar sus espacios publicitarios de la forma más eficaz. El incremento de los ingresos obtenidos por los editores supone un beneficio para todos los usuarios de la Web, que pueden disponer de un contenido online más atractivo.

## Empresas locales

Las sencillas herramientas gratuitas de Google contribuyen a que los pequeños empresarios locales gestionen su presencia en la Web y aumenten sus servicios. Todas las empresas pueden utilizar [Google Places](#), nuestra base de datos de empresas locales online, para añadir una ficha informativa nueva o para editar una existente. Estas fichas aparecen de forma gratuita cuando un posible cliente utiliza el buscador de Google o Google Maps para buscar productos, servicios o empresas. Al reclamar una ficha de empresa, los propietarios se aseguran de que los usuarios reciban de forma rápida y sencilla información actualizada y precisa sobre sus empresas, como la dirección, el número de teléfono y el horario de actividad. También pueden editar y comprobar la información en cualquier momento para saber cómo se muestra la ficha gratuita de su empresa a los usuarios que la ven o que hacen clic en ella.

## Google para empresas

Google siempre ha sido fiel a su compromiso con la actividad de los empresarios desde el lanzamiento de [Google Search Appliance](#) en 2002. [Google Apps](#), disponible para las empresas desde 2007, no deja de ganar adeptos: en la actualidad, más de tres millones de empresas, desde empresas familiares hasta grandes multinacionales, utilizan las aplicaciones de administración de correo, de documentos y de calendarios de Google Apps, entre otras, para facilitar la comunicación y la colaboración en el entorno de trabajo. El servicio de cloud computing (software basado en Web que se puede utilizar en cualquier dispositivo que disponga de un navegador con conexión a Internet y que no requiere la instalación de software ni de hardware especial) está especialmente indicado para su uso en el entorno de trabajo: los empleados pueden acceder a la información en



todo momento y desde cualquier lugar, lo que les permite compartir y utilizar de forma colaborativa documentos generados en tiempo real y aumentar su productividad de formas que no eran posibles con las aplicaciones de escritorio tradicionales.

Las aplicaciones de Google se actualizan constantemente, por lo que ni los departamentos de TI ni los empleados tienen que preocuparse de actualizaciones o de instalaciones, y se reducen los costes generales. Además, dado que las aplicaciones de Google Apps pueden ser más seguras que las aplicaciones tradicionales, las empresas no tienen que instalar parches de seguridad del software, porque Google se encarga de eso. Google Apps es el primer conjunto de herramientas de colaboración y de intercambio de

mensajes de cloud computing que ha recibido el certificado de seguridad del gobierno de EE.UU. También conservamos copias de los datos en varios servidores situados en cada una de las distintas ubicaciones para garantizar que no se produzcan períodos de inactividad programados y que no exista ningún tipo de fallos. Trabajamos continuamente para incrementar el valor de Google Apps y de las otras herramientas para empresas en beneficio de nuestros clientes, tanto empresas como organizaciones, actuales y futuros.

## Equipo directivo

Larry Page, actual CEO, y Sergey Brin, presidente de Tecnología, fundaron conjuntamente Google en septiembre de 1998. En la actualidad, la empresa cuenta con más de 20.000 empleados en todo el mundo y con un equipo directivo compuesto por algunos de los profesionales de la tecnología más experimentados del sector.

## Junta directiva

- [Larry Page](#), Google Inc.
- [Eric E. Schmidt](#), Google Inc.
- [Sergey Brin](#), Google Inc.
- [L. John Doerr](#), Kleiner Perkins Caufield & Byers
- [John L. Hennessy](#), Universidad de Stanford
- [Ann Mather](#)
- [Paul S. Otellini](#), Intel Corporation
- [K. Ram Shriram](#), Sheralo Ventures
- [Shirley M. Tilghman](#), Universidad de Princeton

## Directores ejecutivos

- [Larry Page](#), CEO
- [Eric E. Schmidt](#), Executive Chairman
- [Sergey Brin](#), cofundador
- [Nikesh Arora](#), vicepresidente sénior y director general de gestión comercial
- [David C. Drummond](#), vicepresidente sénior de Desarrollo Corporativo y director general de asuntos jurídicos
- [Patrick Pichette](#), vicepresidente sénior y director financiero