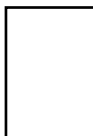


Tirada: **78.933**
 Difusión: **33.279**
 (O.J.D)
 Audiencia: **116.477**
 (E.G.M)
 Ref: **3070792**

MAN
 Nacional Mensual
 Masculinas
 1ª Edición 01/05/2010

Superficie: **701,00 cm²**
 Ocupación: **100%**
 Valor: **10.660,43**
 Página: **44**



1 / 6

044 - MAN - EMPRESA

TIENE MÁS DE MIL MILLONES DE VISITAS DIARIAS, COPA EL 85% DEL MERCADO GLOBAL, ES PROPIETARIA DE APLICACIONES QUE UTILIZAMOS A DIARIO Y GANA 23.000 MILLONES DE DÓLARES EN PUBLICIDAD CADA AÑO. GOOGLE, LA EMPRESA MÁS POPULAR DE INTERNET, SE HA PUESTO EN EL PUNTO DE MIRA DE GOBIERNOS Y EMPRESAS DE LA COMPETENCIA.

Los creadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, escuchan al CEO de la compañía, Eric Schmidt, mientras bromea en uno de sus campus con piezas de Lego.

Las guerras



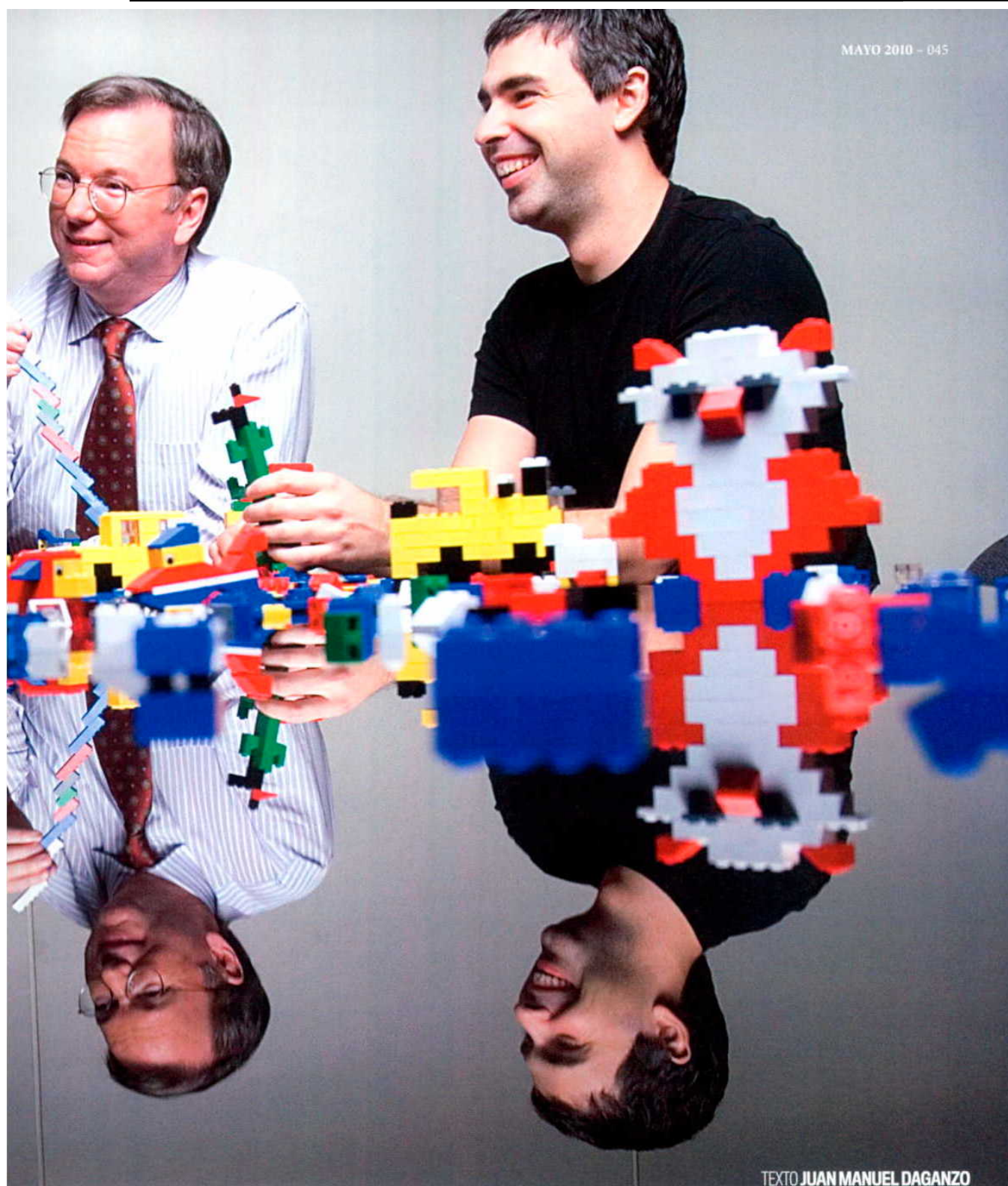
Tirada: **78.933**
Difusión: **33.279**
(O.J.D)
Audiencia: **116.477**
(E.G.M)
Ref: **3070792**

MAN
Nacional Mensual
Masculinas
1ª Edición 01/05/2010

Superficie: **708,00 cm²**
Ocupación: **100%**
Valor: **10.768,49**
Página: **45**



2 / 6



de Google



Tirada: **78.933**
Difusión: **33.279**
(O.J.D)
Audiencia: **116.477**
(E.G.M)
Ref: **3070792**

MAN
Nacional Mensual
Masculinas
1ª Edición 01/05/2010

Superficie: **703,00 cm²**
Ocupación: **100%**
Valor: **10.693,90**
Página: **46**



3 / 6

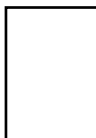


En Internet cualquiera puede hacer amigos con facilidad, pero también se pueden granjear enemigos con la misma rapidez. Y eso es lo que le está pasando a Google. De hecho, hace nueve años, en 2001, el mundo Internet alucinaba con esta compañía y con su filosofía. De hecho, la web especializada *baquia.com* hablaba de la empresa en los siguientes términos: "rapidez desconcertante y efectividad máxima; fallos: ninguno (y si los tiene da igual); contraindicaciones: provoca una irrefrenable adicción"... Pero ahora, y a pesar de que según la revista *Fortune* Google es la compañía de Internet más admirada del mundo, todos los indicios señalan que, a cada nuevo paso que da, se mete en un charco mayor. De ser vista como una empresa joven con una excelente imagen de marca y sin un plan de empresa definido, ha pasado a convertirse para muchos casi en el diablo debido a su poder en Internet. Pero buscarle puntos flacos no es nada nuevo: en 2003 se propuso a la empresa como candidata a los poco honrosos premios Big Brother por usar *cookies* que caducaban en 2038 y por grabar y almacenar, sin especificar con qué objeto, datos como direcciones IP, fecha y hora de las consultas o tipo de navegador. "Google nos conoce más que nuestros padres -bromea Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información en IE Business School-, pero a la gente no le preocupa, porque no ve en la compañía nada molesto ni agresivo".

Según los expertos, su modelo de negocio se basa en generar atención con productos gratis, con lo que saca información sobre los consumidores que luego vende a los anunciantes. "Se basan en la información que generan los usuarios, como conversaciones y correos electrónicos en Gmail, enlaces que comparten, páginas que visitan... Así los conocen mejor, aunque ellos dicen que es para ofrecer mejores resultados en las búsquedas acorde con las preferencias de cada cual", advierte David Readman, fundador de *tuexperto.com*.

¿Y qué responde Google? La empresa no admite entrevistas telefónicas y por eso nos citó en sus oficinas en la planta 26 de Torre Picasso para darnos su propia versión. En la cafetería donde sus empleados tienen acceso a menús del día hechos por un cocinero dedicado en exclusiva a los empleados de Google, Javier Rodríguez Zapatero, su director general, se defiende diciendo que "es muy fácil entrar en Google pero es más fácil todavía salir de él".

Empresas atacadas. Pero el problema está en que hay empresas que se sienten atacadas. Lo último ha sido la ocurrencia de Dave Hainer, vicepresidente adjunto de Microsoft, responsable de asuntos corporativos de la compañía y abogado de Gates: desde su blog, y como continuación de la campaña de desprestigio que lleva a cabo Microsoft contra Google, animó a las empresas que se sintieran dañadas por las maniobras *googlelianas* a denunciar sus prácticas abusivas. Era la puntilla que confirmaba que las denun-



Solar. Las oficinas de Google tienen paneles solares capaces de dar energía a la mitad de San Francisco.

cias de tres empresas relacionadas con la del propio Hainer no iban en broma. De hecho, se sabe que Steve Ballmer, CEO de Microsoft, ha dado más de un puñetazo en la mesa y ha gritado cosas poco agradables del buscador en algunas reuniones con sus colaboradores más cercanos. Y es que las herramientas que ofrece Google son gratuitas y no requieren descargas, pueden servir en cualquier ordenador y funcionar en cualquier sistema operativo, ya sea Windows, Leopard o Linux. E inventos como Android en móviles, el navegador Chrome o Google OS (que se presentará a lo largo de este año) son cosas que no hacen ninguna gracia a los chicos de Bill Gates, por lo general bastante mal acostumbrados.

"Es una batalla que no existe", dice Bárbara Navarro, directora de Public Policy y Relaciones Gubernamentales de Google. "Somos dos compañías grandes que innovan y compiten; pero no estamos pendientes el uno del otro constantemente". Pero los hechos lo des-

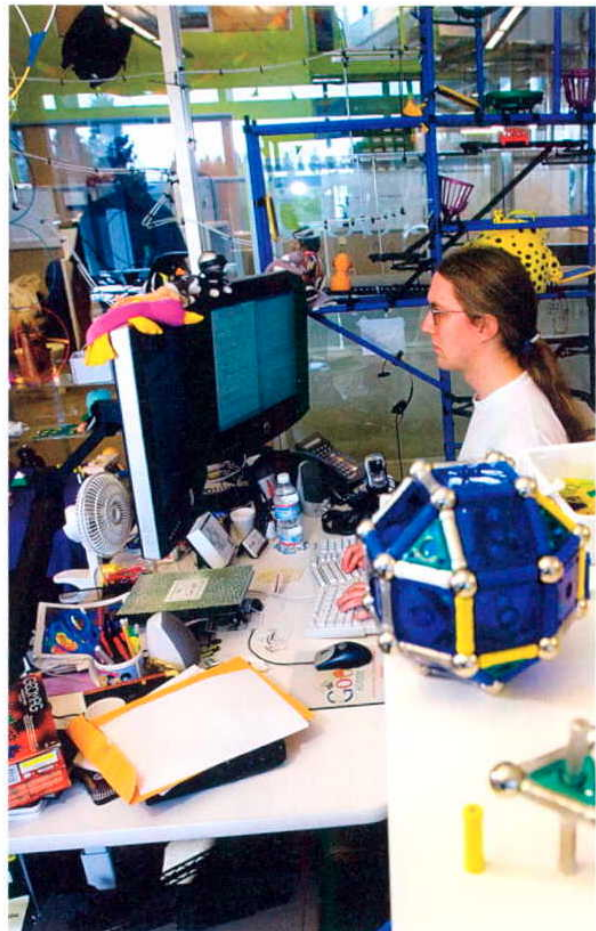
mienten: Microsoft insiste en que Google ejerce prácticas agresivas de monopolio -servicios gratuitos y compra de empresas- y les acusa de tramar maniobras secretas para favorecerlo. Y lo dice alguien que pertenece a una compañía con experiencia en estas lides, ya que fue acusada por los mismos delitos hace ya algunos años.

El profesor Enrique Dans cree que "es necesario controlar las actividades de Google, pero es complicado sostener que haya incurrido en monopolio", aunque admite que las señales de alarma se empezaron a disparar hace un par de años, cuando Google, primer anunciante en Internet, compró al segundo, Double Click. "No somos un monopolio. La publicidad en el mundo aglutina 500.000 millones de dólares, de los cuales Internet es alrededor del 5% y Google está en torno al 3% de la publicidad total. Además, hemos permitido incorporar negocios pequeños que antes no tenían posibilidad de anunciarse", dice Javier Rodríguez Zapatero, para quien Google fo-

El modelo de negocio de Google se basa en sacar información de sus usuarios para venderla a los anunciantes, denuncian sus críticos



En el pódium. Según 'Fortune', Google es la segunda mejor empresa del mundo por detrás de Apple.



Ingenuo. Google cuenta con creativos que no paran de ofrecer nuevas aplicaciones web.

menta el que haya más competencia. Pero en España, dicen los expertos, para anunciarse en Internet no hay más remedio que hablar con Google. "Están haciendo mucho daño a las empresas de publicidad porque tiran los precios valiéndose de los millones de páginas que sirven, por eso las agencias de publicidad no están contentas: cada vez más empresas usan Google porque con menos dinero se consigue casi lo mismo", apunta David Readman.

Investigaciones abiertas, libros cerrados. Google -cuyo lema empresarial es "Don't be evil (No seas malo)"- se enfrenta, además, a otros problemas. La compañía Xerox, por ejemplo, interpuso una demanda a finales de febrero por considerar que el buscador emplea patentes suyas en los sistemas de búsqueda, mientras que la Unión Europea le ha solicitado que, para proteger la privacidad de los usuarios, reduzca el tiempo en que almacena las imágenes de su servicio *Street View*. Además, los editores de libros se han puesto en contra del servicio *Google Books*, con el que se pretende poner a disposición del público obras descatalogadas o sin derechos de autor, y las empresas periodísticas le reclaman su parte del pastel. El magnate de la prensa mundial Rupert Murdoch ha anunciado que está dispuesto a llegar hasta los tribunales en caso de que fracase su idea de que Google pague a sus diarios los enlaces a sus noticias, como presuntamente va a hacer Bing, el buscador de Microsoft. En una reciente entrevista, Murdoch -propietario de *The Wall Street Journal* y *The Times*- llegó incluso a calificar de robo la

actitud de Google de ofrecer enlaces a las noticias de sus publicaciones sin pagar por ello. En este sentido, la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) ya ha exigido a Google que pague por utilizar sus contenidos porque "se aprovecha del esfuerzo y las inversiones de los periódicos para multiplicar sus ingresos".

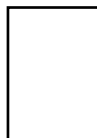
En opinión de Luis Collado, responsable de Google Books & News, "el que la prensa o cualquier libro esté accesible en Internet es algo que el usuario valora positivamente, desde investigadores hasta curiosos. Desde el punto de vista de creadores, Internet apoya la difusión de sus obras, y los productores y editores deben adecuarse a las nuevas realidades impuestas por la Red". Y eso significa que muchos empezarán a cobrar por dar acceso a sus contenidos *premium*.

Google y las telecom. Mientras tanto, Wall Street ha valorado la compañía en más de 70.000 millones de dólares y parece que todos pretenden sacar algo de tajada. Incluso Telefónica vio como "una posibilidad" cobrar al gigante americano una tasa por utilizar sus redes, medida cuya aplicación no descartó ni el propio ministro de Industria, Miguel Sebastián. Pero el mundo Internet va más rápido incluso que el de la telefonía: a principios de febrero, Google se adelantó a este tipo de planteamientos y anunció su intención de desplegar en Estados Unidos una serie de redes de alta velocidad para que los usuarios reciban información a velocidades de hasta 1GB por segundo, una medida que podría extenderse a otros países, in-

Tirada: **78.933**
 Difusión: **33.279**
 (O.J.D)
 Audiencia: **116.477**
 (E.G.M)
 Ref: **3070792**

MAN
 Nacional Mensual
 Masculinas
 1ª Edición 01/05/2010

Superficie: **693,00 cm²**
 Ocupación: **97.55%**
 Valor: **10.529,52**
 Página: **52**



6 / 6



Programas gratis. Google Docs, Chrome, Gmail... aplicaciones gratuitas que amenazan a Microsoft.

cluido España. De momento, "ya hemos desplegado cable como si fuésemos el tercer operador de redes del mundo para la comunicación interna de la empresa", revela Bárbara Navarro. Y también podría arrasar en el mercado energético si triunfa en Estados Unidos con Google Energy, una empresa con la que se autoabastecería de energía para luego dar el salto al mercado doméstico. De hecho, "la sede americana de Google tiene paneles solares capaces de abastecer de energía a la mitad de la población de San Francisco", cuenta Navarro.

Quizá los usuarios de productos de Google en general no tengan queja, pero hay grupos que sí están preocupados por lo que Google está haciendo, la mayoría de ellos en la Red. "No Luv 4 Google (No amamos a Google)" anima en su web a boicotear el buscador y ofrece alternativas para dejar de utilizarlo en forma de listado de buscadores minoritarios. Por su parte, en el website "Google: Evil

or Not (¿Google es malo o no?)" sus lectores han empezado a puntuar a Google a la baja y cada vez se le considera más perverso.

Y desde muchas otras páginas se insta a la gente a manifestarse en contra de la compañía. El 14 de febrero se convocaron concentraciones delante de las oficinas de Google en todo el mundo e incluso se produjeron manifestaciones en la ciudad nortea hindú de Dharamashala, lugar de residencia del Dalai Lama. Allí, un grupo de estudiantes a favor del Tibet denunciaron su connivencia con el régimen chino al permitir su censura. Sin embargo, las protestas y la actitud del Gobierno chino han hecho recapacitar al gigante, que ha tomado la decisión de retirarse del país asiático para esquivar la censura -¿hasta cuándo?, se preguntan muchos-. A pesar ello, Google sigue siendo una compañía simpática para el público, con productos buenos, bonitos y gratuitos. El tiempo, y las sentencias judiciales, dirán si ha ido en contra de su lema y ha sido mala.

El buscador pretende desplegar por EE.UU. redes de alta velocidad y crear una empresa energética para dar el salto al mercado doméstico