

Google, el más buscado de Internet

El buscador, fundado por dos jóvenes emprendedores de California, se ha convertido en una herramienta imprescindible para los internautas.

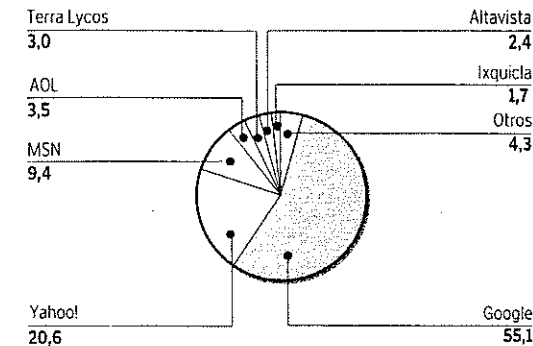
■ NOEMÍ GÓMEZ
ngomez@recoletos.es

El nivel de popularidad que está alcanzando entre los internautas el buscador Google amenaza seriamente el reinado de portales tan importantes como Yahoo! y MSN. De hecho, Google se ha situado como el segundo portal más visitado en España durante el pasado mes de octubre mientras que en el ranking de dominios se ha alzado con la primera posición, según datos de Nielsen/Netratings.

¿Cuál es el secreto del éxito de este buscador que recibe más de un millón de consultas al día? La historia se remonta al otoño de 1995 cuando dos estudiantes de la Universidad de Stanford en California, Sergey Brin y Larry Page, unieron sus esfuerzos para crear una tecnología que sirviera para buscar datos. El resultado de esta investigación fue la tecnología PageRank, origen del buscador, que arrancó comercialmente bajo el nombre de Google en septiembre de 1998. Un año más tarde, los fondos de capital riesgo Kleiner Perkins Caufield&Byers y Sequoia Capital invirtieron 25 millo-

CÓMO SE REPARTE EL MERCADO

Cuota de mercado en buscadores, en porcentaje.



Fuente: OneStat

Expansión

Google comenzó a ser rentable tres años después de su creación

nes de dólares en el proyecto, que ya se perfilaba como uno de los negocios de más éxito en la red. De hecho, dos años más tarde, en pleno declive de muchas compañías de Internet, Google comenzó a ser rentable.

Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa (IE), explica que "la clave del

éxito de Google está en su tecnología, que es extremadamente sólida y le ha permitido crear un motor de búsqueda inmejorable". "Esta estrategia es completamente distinta a la de muchas compañías de Internet, que se han dedicado a vender humo", asegura.

Emprendedores
Sorprende, además, que a pesar de ser una empresa fundada en Silicon Valley por jóvenes emprendedores sin demasiada experiencia, éstos no cometieron los excesos que la mayoría de los jóvenes empresarios realizaron en



Larry Page y Sergey Brin.

Las fuentes de ingresos proceden de la publicidad y de la venta de su tecnología

pleno boom de Internet. De hecho, prácticamente no invirtieron en publicidad en ningún medio de comunicación. De esta forma, fue el boca a boca entre los internautas el que les hizo ganar popularidad a marchas forzadas. Esta aceptación les ha permitido ser uno de las pocas compañías de Internet que

tiene en la publicidad una de sus principales fuentes de ingresos. Aun así, la compañía ha optado por una estrategia publicitaria no agresiva. De esta forma, en su página de inicio nunca aparece ningún banner. La publicidad se sitúa en forma de contenido en diversos links, que aparecen cuando el internauta realiza una búsqueda. Dans explica que "esta estrategia ha sido clave. Otros buscadores como Altavista fracasaron al empezar a incluir banners, ya que la descarga de las páginas a la hora de realizar una búsqueda era mucho más lenta".

Los dominios más visitados (En España, en octubre)

Dominio	Alcance (% Universo Activo)
google.com	51,05
msn.com	50,66
passport.com	41,64
microsoft.com	41,20
terra.es	39,85
msn.es	38,68
yahoo.es	25,29
geocities.com	24,40
ya.com	23,64
yahoo.com	23,28

Fuente: Nielsen/Netratings

Además de la publicidad, otra de las fuentes de ingresos de Google procede de la venta de su tecnología a terceros.

Liderazgo

Todos estos ingredientes han convertido a Google en el buscador líder en Internet, con una cuota de mercado del 55,1 por ciento, según datos de OneStat. Por detrás, se sitúan Yahoo!, con una cuota del 20,6 por ciento, MSN, con una cuota de mercado del 9,4 por ciento y AOL, con un 3,5 por ciento.

■ MÁS INFORMACIÓN:
www.google.com