**MODELO DE NEGOCIO DE GOOGLE**

Empresa fundada en California en septiembre de 1998. Google es una empresa proveedora de anuncios publicitarios altamente targetizados y de soluciones de búsqueda globales en Internet así como soluciones intranet a través de su buscador. Google es una empresa tecnológica global líder, dirigida a mejorar las formas de acceder a la información. Sus innovaciones en el sistema de búsqueda por Internet y en publicidad han convertido a Google en una de las webs más visitadas y la marca se ha convertido en una de las más reconocidas del mundo. Su misión es organizar la información mundial y hacerla universalmente accesible y útil. Se dirige principalmente a tres perfiles de usuarios:

1. **Usuarios:** les ofrece productos y servicios que permiten localizar, crear y organizar información útil de forma más rápida y fácil.
2. **Anunciantes:** les ofrece diversas formas publicitarias:

* **Google Adwords,** anuncios targetizados en función de determinados resultados de búsqueda o contenidos web
* **Google Audio Ads,** plataforma automatizada de inserción de anuncios enprogramas de radio
* **Google Print Ads, marketplace** para inserción de anuncios en prensa escrita
* **Google TV Ads**, plataforma automatizada de inserción de anuncios en programas de TV
* **Google Video Ads,** anuncios en formato video que aparecen en sites que forman parte del **Google Network,** que es una red de asociados tanto online como offline que utilizan los programas publicitarios de Google para enviar anuncios relevantes con el contenido que ellos mismos proveen

1. **Content Providers:** Google Adsense Programs, incluye programas a través de los cuales distribuyen la publicidad Adwords dirigida a websites miembros de Google Network así como programas de anuncios Audio para insertar en radio, anuncios impresos para insertar en periódicos y revistas y anuncios en video para TV. Google comparte los beneficios que generan los anuncios con los miembros de Google Network. Además, ha llegado a acuerdos con proveedores de contenidos para distribuir sus contenidos e insertar publicidad junto a ellos. Los ingresos se distribuyen entre ambas partes.

**ANÁLISIS CUALITATIVO DE INGRESOS DEL MODELO DE NEGOCIO**

La principal fuente de ingresos de Google proviene de sus anunciantes a través de los programas de Adwords y Adsense.

* Google Adwords ofrece dos modalidades:
  + Coste por click: el anunciante paga solo cuando un usuario hace clic en uno de sus anuncios
  + Coste por impresión: el anunciante paga en base al número de veces que sus anuncios aparecen en los sites de los miembros de Google Network previamente especificados por el anunciante
* Google Adsense, ofrece también dos modalidades de negocio:
  + Adsense para búsqueda: rastrea de forma automática el contenido de sus páginas y publica anuncios, tanto gráficos como de texto, relevantes para su público y relacionados con el contenido de su sitio. Estos anuncios son tan apropiados que sus usuarios los encontrarán útiles
  + Adsense para contenido: permite a los editores de sitios web ofrecer a sus usuarios la tecnología de búsqueda de Google en sitios web y en Internet, así como obtener ingresos de la publicación de anuncios Google en las páginas de resultados.

Los principales factores de éxito son:

* La relevancia, objetividad y calidad de los resultados de búsqueda
* El número y tipo de búsquedas realizadas en sus web sites
* El número y tipo de búsquedas realizadas en los sites que forman parte de Google Network, así como el volumen de visitas y contenido de estos sites
* El retorno de inversión de las campañas de los anunciantes (coste de conversión) en comparación a otras formas publicitarias
* El volumen de anunciantes y de campañas
* El presupuesto destinado por los anunciantes
* La monetización del tráfico(generación de ingresos) en sus web sites o en los sites de Google Network

**ANÁLISIS CUANTITATIVO DE INGRESOS DEL MODELO DE NEGOCIO**

Las siguientes tablas muestran los datos más relevantes para realizar el análisis de beneficios de Amazon.com

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Análisis cuantitativo según geografía | | | | |
|  | **Ventas Netas 1&2Q2007 (millones $)** | **%** | **Ventas Netas 1&2Q2006(millones $)** | **%** |
| Estados Unidos | 3.986 | 52,9% | 2.738 | 58,2% |
| Gran Bretaña | 1.178 | 15,6% | 712 | 15,1% |
| Resto del mundo | 2.372 | 31,5% | 1.258 | 26,7% |
| Total | 7.536 |  | 4.708 |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Análisis cuantitativo según áreas de negocio | | | | |
|  | **Ventas Netas 1&2Q2007 (millones $)** | **%** | **Ventas Netas 1&2Q2006(millones $)** | **%** |
| Ingresos por publicidad |  |  |  |  |
| - Paginas Web Google | 4.768 | 63,3% | 2.730 | 58,0% |
| - Paginas Google Network | 2.698 | 35,8% | 1.924 | 40,9% |
| Licencias y otros ingresos | 70 | 0,9% | 55 | 1,2% |
| Total | 7.536 |  | 4.710 |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Análisis de costes | | |
|  | **% de los ingresos netos (1Q&2Q 2007)** | **% de los ingresos netos (1Q&2Q 2006)** |
| Costes de venta | 40,2% | 40,2% |
| I+D | 12,5% | 11,2% |
| Marketing y ventas | 8,7% | 8,2% |
| General y Admon | 7,7% | 7,3%; |
| Ingresos Operativos | 30,9% | 33,1% |

|  |  |
| --- | --- |
| Análisis de beneficios | |
|  | **Ingresos Netos - 1Q&2Q 2007** |
| Ventas Netas | 7.536 |
| Coste de ventas | 3.970(53%) |
| Beneficios brutos | 3.566 (47%) |
| Costes Operativos | 1.507(20%) |
| Beneficio Neto | 1.927 (26%) |
|  |  |
|  |  |

**CATEGORIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE GOOGLE**

Según la categorización de modelos de negocio en Internet establecida por Rappa, Google se basa en los siguientes modelos de negocio:

* Modelo Publicitario (Advertising): pago por publicidad
* Modelo Afiliado: pago por uso de producto o servicio.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Categorización de Ebay | | | | |
|  | **Eficiencia** | **Complementariedades** | **Lock-in** | **Novedad** |
| Brokerage |  |  |  |  |
| Advertising | 3 | 2 | 3 | 3 |
| Infomediary |  |  |  |  |
| Merchant |  |  |  |  |
| Fabricante |  |  |  |  |
| Afiliado | 3 | 1 | 1 | 3 |
| Comunidad |  |  |  |  |
| Suscription |  |  |  |  |
| Servicio Utility |  |  |  |  |

**CONCLUSIÓN: PREVISIONES Y ESTRATEGIA A MEDIO PLAZO**

Uno de los aspectos más destacables del modelo de negocio de Google es su alto margen de operaciones (30%) frente a otros negocios de Internet. Ello se debe gracias a su modelo basado 100% en Internet. No se prevén grandes cambios en el negocio de venta de publicidad y programa de afiliados de Google. Dado que su modelo de Advertising triunfa gracias a su alto tráfico, se prevé que:

* seguirá invirtiendo en I+D de nuevos proyectos que le permitan seguir creciendo en tráfico
* seguirá invirtiendo en ganar presencia internacional