



México es importante para Google, y Google es importante para México. Así lo acreditan unas 70.000 empresas mexicanas que hacen negocio con la firma que nació como un buscador de Internet y que a día de hoy abarca muchas industrias.

Al borde del 15 aniversario, Pablo Slough, director general de Google México, habla de la relevancia de este mercado para la tecnológica «y de las oportunidades que ven en dos áreas clave: las pymes y el negocio de la telefonía móvil», según recoge el portal CNNExpansión. Google fortalece sus códigos de encriptación para dificultar el espionaje.

El mercado mexicano ofrece datos muy atractivos para la industria de Internet. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el país cerrará este año con más de 50 millones de mexicanos conectados. Sin embargo, asegura el texto, existe un «apetito por comprar en línea que supera a los países de la región». Ante esto, el comercio electrónico podría cerrar con unas ventas cercanas a 120.000 millones de pesos, un salto enorme, desde los 79.000 millones que AMIPCI registró a finales de 2012.

Pero el objetivo es que se sumen más pymes, ya que, según el INEGI, estas representan más del 50% del PIB nacional. Esto lo sabe Google, así que advierte que el potencial de negocios «es ilimitado». Según Slough, «México está en un periodo de desarrollo tecnológico en los negocios y aunque del total de unidades empresariales que hay en el país (cinco millones según el INEGI), 98% son pymes, sólo 2% tiene presencia digital», recoge el diario.

El panorama es más oscuro si se considera las que hacen comercio electrónico. Según el Instituto Nacional de Emprendedores (INADEM), apenas 10% de las micro, pequeñas y medianas empresas que utilizan las tecnologías de información realizan ventas en línea, afirma el texto.

Las 'apps', el futuro

Con varios servicios como «Conecta tu Negocio México» y «Google Engage», la tecnológica ha registrado a 70.000 empresas como clientes, además de los captados con AdWords y YouTube, usado como plataforma de marketing digital.



Algunas empresas han triunfado gracias a estas aplicaciones. Ese es el caso de EnviFlores.com, una florería digital que busca convertirse en el Amazon de los regalos de ocasión (logró crecer gracias al servicio de publicidad segmentada de Adwords).

Además, Google tiene un alcance del 40% en el mercado mexicano de la telefonía móvil gracias a su sistema operativo Android. Esto, unido al dominio en el mercado de los buscadores, le dan a Google «una fuerte plataforma de despegue para llegar con productos y soluciones a las empresas locales», recuerda CNNExpansión.

Para Slough, aprovechar el crecimiento en el mercado móvil es el siguiente reto para Google, ya que «una de cada cuatro búsquedas en Google.com.mx se realizan desde un dispositivo móvil y los negocios no pueden darse el lujo de perder a la cuarta parte de sus clientes potenciales que los buscan en Internet por no ofrecer una buena experiencia móvil», asegura el director de Google México.

Fuente: [eleconomistaamerica](#)