Masterhacks – En una entrevista con CNNExpansión, Paul McDonald, Group Product Manager de Google Consumer Surveys, afirmó que la herramienta de encuestas de Google llega a México, después de un trabajo arduo por parte de la compañía para que la plataforma se abriera al mercado nacional y a otros países como Brasil, Japón, Francia y España.

"Nos hemos enfocado en los últimos seis meses en expandir nuestro servicio internacionalmente. Acabamos de abrirlo en México. Tratamos de traer herramientas y servicios de investigación de mercado y publicidad de alta calidad, a gente que en realidad no tenía acceso a eso porque era o muy caro o tomaba mucho tiempo", afirmó McDonald.

En 2014, la inversión publicitaria en México creció un 32%, lo que se resume en más de 11 mil millones de pesos, según lo informó Interactive Advertising Bureau en su estudio de inversión.

Consumer Surveys es una herramienta que planea ayudar a los usuarios y empresas a medir los resultados de sus campañas publicitarias por medio de encuestas y estudios de mercado. Entonces, si una compañía planea lanzar un producto nuevo, esta herramienta ayudará a saber lo que piensa el público acerca de tal producto.

IAB afirma que el 84% de los internautas en México ven publicidad por Internet a través de dispositivos móviles o computadoras de escritorio.

"Nació de una charla que tuve con un amigo, el cofundador del equipo, empezamos como una forma de ayudar a los editores de sitios web a monetizar sus portales. Realmente queríamos mantener un periodismo de alta calidad accesible a gente que quisiera acceder a él en línea", dijo McDonald.