

Las dos caras de Google

de

Richard L. Brandt



Fecha salida a la venta: 19 de enero de 2010

Formato: 13,5 x 22 cm

ISBN: 978-84-92819-15-7

Tapa rústica con solapas

PVP: 16,00 €

Número de páginas: 272 págs.

Para más información y entrevistas con el autor contactar con:

Editorial Viceversa • Gabinete de Prensa: ESTRATEGIA • Tel. 93 487 99 22

Rosa M^a Carreras (rmcarreras@estrategia.es) • Patricia Fernández-Deu (patricia@estrategia.es)

La obra

Utilizamos a diario los productos que ellos han creado. Hemos oído hablar de su inmensa fortuna y de su código empresarial ¿Pero cuánto sabemos en realidad acerca de los fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin?

Las dos caras de Google profundiza en las auténticas motivaciones que impulsan a estos dos hombres y hacia dónde conducirán a Google en el futuro. Richard L. Brandt describe la empresa como la brillante visión de dos individuos y examina las decisiones empresariales de Google a la luz de sus ambiciones y sus creencias.

Larry es el gran estratega, con capacidad empresarial y carácter práctico, mientras que Sergey es el experto en tecnología y el idealista, generador de ideas brillantes e imbuido de fuertes convicciones morales. Pero ambos trabajan con una enorme compenetración, como si fueran dos mitades de un único cerebro. Larry es menos sociable y ofrece muy pocas entrevistas. Sergey, aunque más abierto, también se muestra muy tímido con las personas ajenas a su equipo.

Mediante entrevistas a los empleados de los equipos de trabajo que les han rodeado, y a competidores, socios y altos directivos de Google, además de conversaciones con los dos fundadores, Brandt desmitifica la sociedad secreta que es Google, plantea grandes incógnitas y pone en duda prejuicios sobre la compañía.

Teóricamente, hasta media docena de sus competidores podrían haber llegado hasta la posición en la que se encuentra Google hoy en día. Pero en la práctica, ninguno de ellos podría ser Google. Porque no cuentan con Larry y Sergey.

El autor



Richard L. Brandt vive en la actualidad en San Francisco y trabaja como periodista y escritor, y también como consultor de empresas de inversión. Ganador de numerosos premios que han reconocido su labor profesional, ha dedicado las últimas décadas a escribir sobre Silicon Valley. Es autor del blog *Entrepreneur Watch* y coautor del libro *Capital Instincts* (2003).

Críticas

Escritor y periodista sobre temas de nuevas tecnologías, Brandt proporciona una mirada en profundidad a los fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, famosos por su capacidad intelectual, cuya genuina filosofía corporativa, centrada de manera radical en el axioma “no actuar con mala fe”, los ha conducido a un éxito asombroso. Los competidores y los abogados que defienden los derechos de autor tal vez no confían en ellos, pero un empleado de la empresa va tan lejos como para afirmar que “ni una sola vez (...) han dejado de tomar la decisión moralmente correcta.”

Brandt recorre la impresionante trayectoria empresarial de los dos fundadores de Google, desde la génesis de la compañía durante sus años de estudiantes en Stanford hasta la situación actual de sus operaciones. Las políticas de gestión y de incorporación de talento son ambiciosas y dignas de crédito; buscan empleados “que no se arredren ante lo imposible” y conceden a sus científicos e ingenieros un día a la semana para que desarrollen sus propias ideas.

Uno de los capítulos centra la atención en un proyecto conjunto de Google y la Universidad de Oxford para digitalizar una colección de más de un millón de libros del siglo XIX, y concluye: “hay una lógica detrás de esta diversificación (...) de la compañía. Conviene escribir en lo más alto de la lista: « porque pueden ».”

Este es un libro de obligada lectura para todo aquél que esté seriamente interesado en el ciberespacio. En él, Brandt presenta un retrato excepcional del estado en que se encuentra la innovación en nuestros días, y de su potencial. -**Publishers Weekly**

(...) este libro profundiza en la psique de Page y Brin, y describe la transformación de dos fanáticos de la informática, tímidos y torpes en sus relaciones sociales, en líderes del mundo de los negocios y las nuevas tecnologías. (...) atraerá a un amplio espectro de lectores, puesto que el interés del público por Google y su futuro es amplio y creciente. **Library Journal**

(...) repleto de nuevos puntos de vista sobre una de las empresas más exhaustivamente examinadas. Muestra cómo un trabajo sobre el terreno, concienzudo, profundo y honesto, puede aportar valor incluso en los asuntos más expuestos a la opinión pública (...) “Escrito con elegancia” (...) Los lectores interesados en adquirir un conocimiento más profundo del mundo de Google, se hallarían en apuros si quisieran encontrar una guía mejor informada que ésta. **Elise Ackerman, SJ Mercury News**

(...) una lectura absorbente (...) clásico trabajo de investigación, llevado a cabo con tenacidad y con un criterio acertado a la hora de seleccionar los momentos más importantes de estos diez años de historia de Google, proporciona un punto de vista original sobre por qué Google es lo que es. **Traffick**

La editorial

Editorial **Viceversa** nace en Barcelona, en Diciembre 2008, de la mano de las hermanas Montserrat Altarriba y Mónica Altarriba, profesionales con amplia experiencia en el mundo editorial.

La editorial busca fortalecer la lectura como alternativa de ocio y sitúa al lector como protagonista de la cadena del libro, lo que supone buscar un autor para cada lector y viceversa.

A lo largo del 2009, **Viceversa** ha publicado 18 títulos, que se enmarcan en sus muy diversas colecciones:

- Ficción: *viceversa juvenil*, *viceversa negra*, *viceversa histórica*, *viceversa novela*, *viceversa thriller histórico*, *viceversa thriller*.
- No ficción: *viceversa negocio*, *viceversa ayer y hoy*, *viceversa singular*, *viceversa retos*.

En el año 2010 tiene previsto presentar cerca de 35 novedades editoriales.