



Google elimina más de seis millones de anuncios cada día

En 2018 Google eliminó 2.300 millones de malos anuncios que violaban sus políticas, incluidos 207.000 anuncios de revendedores de entradas, más de 531.000 anuncios de bonos de préstamos y aproximadamente 58,8 millones de anuncios de suplantación de identidad, es decir, un total de más de seis millones de malos anuncios eliminados diariamente.

A través de su blog, la compañía ha dado las cifras de todos los anuncios fraudulentos que ha eliminado de su plataforma que incluyen revendedores de entradas, bonos de préstamo, anuncios de suplantación de identidad, 'fake news', anuncios relativos al discurso político y aquellos cuyo contenido viola alguna de sus normas, en línea con 31 nuevas políticas sobre este aspecto añadidas el pasado año 2018.

Una de las nuevas políticas publicitarias establecidas por Google prohíbe los anuncios a empresas de concesión de préstamos debido a su impacto en colectivos vulnerables. Además la empresa se percató de la cantidad de anuncios

que ofrecían servicios falsos.

Estas nuevas políticas y esfuerzos por parte de Google supusieron la eliminación de 2.300 millones de malos anuncios, de los que casi 207.000 eran anuncios de revendedores de entradas, más de 531.000 anuncios de bonos de préstamos y aproximadamente 58,8 millones de anuncios de suplantación de identidad.

Estos datos suponen una eliminación de una media de más de seis millones de anuncios al día durante el pasado, según comparte la compañía estadounidense.

En 2018, Google lanzó también 330 clasificadores de detección para identificar mejor el abuso a nivel de páginas web, que consiguieron sacar de la web a 734.000 editores y desarrolladores de aplicaciones y se eliminaron los anuncios de casi 1,5 millones de aplicaciones y de casi 28 millones de páginas web.

Google ha asegurado que sus esfuerzos se centraron no solo en perseguir los anuncios irregulares sino también a sus creadores, y a través de mecanismos de aprendizaje automático, en 2018 detectó y eliminó casi un millón de cuentas por este motivo, casi el doble que en 2017.

En cuanto al discurso político, antes de las elecciones de Estados Unidos en 2018 lanzaron una nueva política de anuncios electorales que revisó cerca de 143.000 anuncios electorales en Norteamérica, medida similar a la que la compañía ha lanzado este año para las elecciones de la Unión Europea(UE) e India.

Por último, las políticas de la compañía prohíben cierto tipo de contenido como la incitación al odio, o el contenido peligroso o irrespetuoso, lo que llevó a la eliminación de anuncios de aproximadamente 1,2 millones de páginas web, más de 22.000 aplicaciones y casi 15.000 sitios de su red publicitaria.

Las políticas contra el contenido “peligroso o irrespetuoso” han sido responsables en 2018 de la eliminación de anuncios de casi 74.000 páginas, hasta un total de aproximadamente 190.000 anuncios.

Además, Google ha puesto en marcha un nuevo Administrador de políticas en Google Ads, que ofrecerá consejos sobre errores que se cometen frecuentemente y que infringen sus políticas, ayudando así a los buenos anunciantes a crear y publicar los anuncios que sí cumplen con los requisitos.