

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



IMPACTO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS ESTRATEGIAS DE YOUTUBE
Y GOOGLE

MISIÓN EMPRESARIAL

SEBASTIÁN SENOSIAIN MURILLO

BOGOTÁ D.C.

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



IMPACTO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS ESTRATEGIAS DE YOUTUBE
Y GOOGLE

MISIÓN EMPRESARIAL

SEBASTIÁN SENOSIAIN MURILLO

JUAN FELIPE CONDE ROA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C.

2016

AGRADECIMIENTOS

A mi Familia por ser siempre un apoyo y soporte incondicional en los buenos y malos momentos. A mi Papá, Mamá, hermano y abuelo, por estar siempre guiándome, apoyándome y acompañándome en el camino que he recorrido. A Juliana, por toda la ayuda y el apoyo brindado en este proceso.

Al profesor Juan Felipe Conde Roa, por su influencia en mi vida Universitaria, por su guía y sus consejos, que sin duda alguna, hacen parte de este logro.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. REVISIÓN TEÓRICA	9
3. PRESENTACIÓN DE LAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS O MÉTODOS UTILIZADOS	17
3.1 Metodología	18
4. RESULTADOS.....	20
5. CONCLUSIONES.....	37
6. BIBLIOGRAFÍA	40

GLOSARIO

Broadcast: hace referencia a la transmisión de señales de video y/o audio a través de un medio específico.

Clúster: Alglomeración de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

Core Business: actividad capaz de generar valor y que es totalmente necesaria para crear una ventaja competitiva para la empresa u organización. La razón de ser de las empresas.

Cultura organizacional: es una agrupación de conceptos psicológicos, actitudinales, experiencias, creencias y valores tanto personales como culturales que se encuentran dentro de una organización.

Live streaming: hace referencia a una transmisión de video y/o audio en tiempo real.

Off the record: información obtenida fuera del espacio designado para la entrevista.

Silicon Valley: nombre que recibe la zona sur de la bahía de San Francisco, California, Estados Unidos, el cual aloja algunas de las mejores organizaciones de tecnología a nivel mundial. Es considerado como el mayor clúster de tecnología en el mundo.

Start ups: empresas emergentes apoyadas por la tecnología con grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable. Este termino también es utilizado para hacer referencia a emprendimientos y empresa que esta empezando.

Videoblogs: galerías de videoclips publicadas cronológicamente, por uno o mas autores, sobre temas de distintos intereses.

RESUMEN

El concepto de administración ha venido cambiando constantemente a través del tiempo y de las ideologías de diferentes autores que han marcado dicho concepto, en donde se ha podido establecer de mejor forma el significado que ésta ciencia tiene con la innovación y la estrategia.

El objetivo de este trabajo es mostrar los fundamentos teóricos de la administración, la innovación y la estrategia, para así mostrar los alcances e impactos que estos tienen en las organizaciones visitadas durante la misión empresarial al Silicon Valley, principalmente a YouTube y Google.

Para cumplir con dicho objetivo se realizaron encuestas a diferentes trabajadores pertenecientes a las organizaciones, obteniendo así, información valiosa para el estudio realizado.

Con la información obtenida de la entrevistas, se logró recopilar información pertinente que permitió concluir que la innovación es un pilar fundamental para el buen funcionamiento de las empresas pertenecientes al Silicon Valley y así mismo ser base indispensable para la creación y formulación de las principales estrategias de las empresas.

Palabras clave: Administración, innovación, estrategia, Silicon Valley, Start up.

ABSTRACT

The concept/definition of administration have been changing constantly from time to time. The ideology from different authors have mark the concept of administration, where this concept have establish in a way that this science work hand to hand with innovation and strategy.

The objective of this project is to demonstrate the basic fundamentals of administration, these been innovation and strategy, where we can demonstrate the impact and repercussion these have in different organizations we visit during our time at Silicon Valley, focusing in Google and YouTube as our main organizations.

In order to accomplish this objective we realize different polls where we ask certain questions to people that work for this organizations, having as an outcome very valuable information that allow us to realize this study.

After the data obtained from different interviews, we gather the information obtained to accomplish and conclude that innovation is fundamental for a smooth understanding and functioning of the different organizations that belong to Silicon Valley. With this information we believe that this is the base for the formulation of strategies in any company.

Keywords: Administration, innovation, strategy, Silicon Valley, Start up.

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento, dirigido a la Escuela de Administración, programa de Negocios Internacionales del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, como opción de grado en misión empresarial, llevada a cabo del 18 al 24 de octubre de 2015, en el Silicon Valley, ubicado en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos, se encuentra dividido en cuatro partes: revisión teórica, presentación de las principales herramientas o métodos utilizados, resultados y conclusiones.

La revisión teórica consta del estudio y explicación de dos conceptos importantes dentro del ámbito de la administración moderna: la innovación y la estrategia, percibidos como unos de los pilares fundamentales que toda empresa en el mundo actual requiere para perdurar en el tiempo. Además de analizar el significado y trasfondo de éstos conceptos, se menciona su inclusión en distintas empresas, proyectos y universidades que se encuentran ubicadas en el clúster tecnológico más grande e importante del mundo, Silicon Valley, California, Estados Unidos, dentro del cual se encuentran Google y YouTube, dos empresas líderes en el mundo que se han dado a conocer en el mercado por su gran desarrollo tecnológico. Se presenta un resumen de lo que es cada una, su historia, sus “*core business*” y cómo se ha ido desarrollando a través de la historia.

La segunda parte se divide en la presentación de las principales herramientas utilizadas y la metodología implementada para recopilar información de cada una de las empresas visitadas durante la misión empresarial al Silicon Valley. Entre las herramientas utilizadas se encuentran la entrevista (estructurada y no estructurada) y la observación, de las cuáles se hará una breve descripción del concepto, sus ramas y su función. Asimismo, la metodología implementada para alcanzar los objetivos de este proyecto se basó en la recopilación de información a través de un cuestionario aplicado a algunos empleados de las compañías mencionadas anteriormente y la rectificación de las respuestas obtenidas en el transcurso del recorrido por las distintas áreas de las organizaciones.

Los resultados, como tercera parte del proyecto, constan del análisis de toda la información recopilada con las herramientas sobre algunas de las empresas de alto reconocimiento, tanto a nivel mundial como local, del Silicon Valley. Algunas de ellas son Twilio, Bandai-Namco, Jelly Belly, The Vault, especialmente YouTube y Google, dentro las cuáles se evidenció la influencia y la importancia de la innovación tecnológica. También se pudo observar la importancia de aspectos más comunes y corrientes como la satisfacción al cliente, la cultura organizacional, el emprendimiento y la comunicación.

Para finalizar, se encuentran las conclusiones, en las cuales se pueden ver reflejados los aprendizajes obtenidos durante la realización del proyecto sobre la misión empresarial a Silicon Valley, junto a los resultados que arrojaron los estudios aplicados en Google y YouTube con respecto a la innovación y la estrategia. De ahí, fue factible comprender la inclusión de estos dos conceptos en el ámbito empresarial, lo que aportó directamente tanto al conocimiento propio del estudiante como a la comunidad académica que esté interesada en temas relacionados con innovación y estrategia.

2. REVISIÓN TEÓRICA

La Administración a lo largo de la historia ha sido una ciencia que a medida que ha pasado el tiempo, se viene complementando y transformando basada en los pensamientos y aportes de algunos autores que con éstos, en diferentes campos de acción han producido gran cantidad de información y conocimiento, algo que seguramente seguirá sucediendo para el desarrollo de la administración. La administración es un proceso, en el cual el objetivo es alcanzar las metas que se tienen dentro de una organización, uniendo el trabajo de muchos factores dentro de esta y la gente que compone la organización (Certo, 2001, pp. 5-8).

Principalmente se quiere presentar que con la administración como ciencia y específicamente para este caso, el trabajo de grado, basado en la misión empresarial al Silicon Valley, se deben resaltar dos elementos que sobresalen y que son de alta relevancia para el estudio de la administración como tal: innovación y estrategia.

Al hablar de la innovación como uno de los componentes principales de la administración moderna, se puede decir que esta es una generadora de alto impacto que se presenta en las organizaciones, las cuales pasan por una serie de cambios en sus procesos y en sus productos para así aumentar sus beneficios y a la vez aumentar su participación en el mercado, pasando por varios tipos de innovación, entre los cuales se encuentra la tecnológica, organizacional, de productos, financiera y la comercial, entre otros, que hacen parte de un conjunto, los cuales son la clave para la perdurabilidad de las empresas (Turriago, 2002). Para el desarrollo de la innovación a nivel de una organización, es necesario que varios elementos estén presentes durante este proceso, tales como los recursos de la organización, los incentivos financieros, el apoyo del gobierno, las instalaciones y no se puede quedar atrás el factor más importante que debe estar presente en cualquier proceso de innovación: la gente, sin la gente la innovación no sería posible, ya que son estas personas las que logran cierta creatividad, que luego conllevan a la innovación empresarial (Oppenheimer, 2014).

Relacionando un poco más la innovación y sobre todo la tecnológica con el Silicon Valley, se puede afirmar que éste es un clúster¹, que se encuentra ubicado en la zona sur de la bahía de San Francisco, en el estado de California, Estados Unidos. El Silicon Valley es conocido por ser impulsador en cuanto a la innovación tecnológica y ser el principal a nivel mundial. Un clúster de innovación se conoce como:

Los puntos calientes de la economía mundial, donde las nuevas tecnologías germinan a una velocidad asombrosa y donde reservas de capital, experiencia y talento, favorecen al desarrollo de nuevas industrias y nuevas formas de hacer negocios. Son ecosistemas vibrantes, compuestos de empresas ya establecidas y de nuevas empresas, en donde los recursos de capital, personas y financieros son el saber hacer, y el ritmo de las transacciones que se manejan es impulsado por una incesante búsqueda de oportunidades, por etapas y ciclos cortos de modelo de negocios” (California Management Review, 2015).

Aparte de ser la cuna de la innovación en el mundo en cuanto a industrias, el Silicon Valley va más allá de eso, también se dice que existen y que funcionan Clústers de innovación de universidades, formados a finales del siglo XIX, que principalmente están compuestos por la Universidad de Stanford en Palo Alto y la Universidad de California en Berkeley.

Esto no solamente aportó al acelerado crecimiento de estas universidades, sino que también la ayuda de éstas a grandes empresas como IBM, General Electric, Kodak, entre otras, fue de gran importancia para que aplicaran técnicas que las universidades les enseñaron y así lograr el crecimiento que tuvieron (California Management Review, 2015). Además, existe un clúster de innovación del gobierno, en el cual se tiene una relación con la Universidad de Stanford y la Universidad de California, en la cual hacen cierto tipo de investigación para asuntos militares, también cuentan con laboratorios del gobierno nacional y empresas del estado que hacen parte del Silicon Valley (California Management Review, 2015). Aparte de dicho clúster del gobierno, existe una entidad llamada: Defense Advance Reaserch Proyects Agency (DARPA), que es un proyecto del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, en el cual se trabajan proyectos de

¹ Cluster: Una agrupación de empresas que se encuentran próximas geográficamente hablando, y que de cierta forma se utiliza la colaboración entre ellas para lograr ser mas competitivos.

nuevas tecnologías militares que se puedan implementar. DARPA, trabaja en alianza junto a Universidades y compañías de investigación, para lograr completar proyectos en un plazo de 2 a 4 años en cuanto a la innovación tecnológica militar (Mathijsen, 2015).

Como complemento de lo mencionado anteriormente, se puede decir que además de los Clústers de innovación mencionados, en Silicon Valley se pueden encontrar muchos más componentes que no sean sólo empresas tales como: pequeños emprendedores, inversionistas que contemplan los capitales de riesgo, corporaciones maduras con historia y recordación bastante alta, centros de investigación industrial que trabajan de la mano con universidades para el buen desarrollo de las industrias, proveedores de servicios y gerencia, haciendo de este clúster algo muy completo y algo que todo el tiempo está impulsando la innovación para el beneficio de las empresas que se encuentran en éste. Cabe resaltar que además del Silicon Valley como cuna de la innovación tecnológica a nivel mundial, existen muchos países en los cuales se realizan procesos de innovación y aportes al mundo en cuanto a esta.

Esta innovación es medida con cierto tipo de indicadores, entre los cuales podemos encontrar los siguientes: protección de la propiedad intelectual (Pilar que actualmente se está desarrollando e incentivando en Colombia), disponibilidad de tecnologías, absorción de tecnología por empresas, inversiones directas extranjeras y transferencia de tecnologías, calidad de instituciones de investigación científica, entre otros. Teniendo en cuenta éstos criterios, puede observarse que la innovación tecnológica no solamente se da en países como en Estados Unidos, de hecho también se presenta de alta manera en países como: Alemania, Corea del Sur, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Israel, Japón, Noruega, Suecia, Suiza, Taiwán, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Francia, Holanda, Hong Kong, entre muchos más países que constantemente están aplicando nuevas tecnologías para aportar al mundo con su innovación tecnológica (García Ochoa, Bajo, & Blazquez, 2012). Además de los mencionados anteriormente, cabe resaltar el papel que está jugando India con respecto al tema de la innovación a nivel mundial, y no solamente con la innovación tecnológica, sino con temas como el emprendimiento y la ciencia, los cuales hacen parte de una política que tiene el país para fomentar el crecimiento en este mismo (Chaurasia & Bhikajee, 2016).

Centrándose en un ámbito más nacional, en Colombia existen varios Clústers, los cuales fueron creados para ayudar a aumentar y a volver mas competitivo a varios sectores, entre los cuales se encuentran: Cuero, calzado y marroquinería, textil, industrias creativas y de contenidos, música, comunicación gráfica, turismo, eventos, joyería y bisutería, cosméticos, energía, software y TI, lácteo, entre otros (Marulanda, Correa, & Mejia, 2009). Principalmente en Colombia se está apoyando la innovación a través del Clúster de salud, en donde se quiere mejorar el servicio y la productividad del sector a la hora de ofrecer el servicio y además se quiere llegar a exportar servicios en salud, algo en lo que nunca antes se había pensado. Dentro de este clúster, hay 4 principales actores que lideran este proyecto, Bogotá con su programa salud capital, Cali con su programa Valle de la Salud, Medellín con su estrategia Clústers y el departamento de Santander con su programa Salud Santander, siendo líderes para poder lograr altos estándares de calidad, investigación y desarrollo y para cumplir con el objetivo (Marulanda, Correa, & Mejia, 2009).

Retomando un poco uno de los dos componentes que hacen parte de los conceptos fundamentales en la administración, la estrategia, se puede decir que ésta es:

El proceso en el cual se encamina a la empresa para situarla en el lugar que se desee, para así cumplir con los objetivos propuestos por la dirección, para esto, la estrategia puede ser vista como un mix de etapas, en donde se debe evaluar, tomar iniciaciones y decisiones en lo que se va a hacer, disponer de ciertos medios o recursos, aplicar cambios, conocer el mercado en el cual se participa y hay que contemplar la satisfacción del cliente (Michaelson, 2006).

Como ya se había mencionado anteriormente, el Silicon Valley al ser la cuna de la innovación tecnológica a nivel mundial, cuenta con ciertas estrategias que las empresas que forman parte de este clúster han ido forjando gracias a su éxito. Estrategias como poner primero al cliente, estar en constante movimiento (no dejar de innovar), fomentar la cultura organizacional (oficinas planas), patrocinar proyectos con futuro y pensar en forma disruptiva, son los principales pilares que forjan la estrategia para que el Silicon Valley sea lo que es hoy en día con respecto al tema de la innovación en el mundo.

Como se conoce el rol tan importante que tiene el Silicon Valley en la mayoría de las empresas que tienen que ver con tecnología a nivel mundial, se van a resaltar los negocios en los cuales actúan y la importancia de pertenecer a este clúster para dos empresas con un alto reconocimiento a nivel mundial: YouTube y Google.

YouTube es un sitio web de streaming de video popular que muestra los archivos subidos, creados o difundidos por sus usuarios. El lema de YouTube es "*Broadcast Yourself.*" (Transmitirse uno mismo). Los tipos de videos subidos a YouTube incluyen contenidos creados por el usuario, tales como videos caseros, videoblogs y videoclips, cortos de las películas, la televisión y los materiales con derechos de autor y sin derechos de autor. YouTube se ha vuelto muy popular desde su introducción en 2005 y es el sitio web de streaming de video que permite ser el punto de partida, para evaluar la mayoría de los otros sitios web de streaming de video. Desde su lanzamiento, YouTube se ha convertido en uno de los temas principales en los debates culturales sobre la Internet y la World Wide Web. Ha habido controversia sobre la introducción de material con derechos de autor, sin embargo, la popularidad de YouTube también ha llamado la atención favorable a algunos medios de comunicación cuando los usuarios desean subir porciones de contenido con derechos de autor (Marlanda & English, 2016).

Al ser YouTube probablemente una de las empresas más grandes en streaming de video, debe estar en constante innovación, día a día en sus procesos, para así crear una fidelización con el cliente y una recordación de marca que los deje bien posicionados frente a los consumidores. Con respecto a la innovación tecnológica que realiza YouTube, se puede encontrar innovación tecnológica en gran parte de los procesos de la empresa, viéndolo desde las instalaciones de la empresa, hasta el desarrollo de software de esta, empezando con una inyección de capital intelectual, que posteriormente se verá reflejada en inversión para lograr procesos de innovación tecnológica que afectan toda la cadena de valor de la organización (Zhang & Lv, 2015). Con respecto a la innovación financiera y comercial, se han establecido e implementado nuevos métodos de captación de dinero por medio de ganancias. Al principio la publicidad era el único método, y con esto no quiere decir que no lo siga siendo, solo que ahora ya hay más métodos por

los cuales la empresa genera dinero, en especial dos que no son nada particulares y que van de la mano con la globalización que afecta todos los aspectos de las organizaciones.

El primero es la creación de memes², con los cuales lo que hacen es impulsar ciertas marcas o productos, con el fin de hacer publicidad en su plataforma (Wayne Xu, Park, Kim, & Park, 2016). El segundo es el “*Live Streaming*” (Transmisión en tiempo real), con el que YouTube está emergiendo como un nuevo medio de noticias, en el cual en tiempo real se puede ver lo que está sucediendo, haciendo uso de una transmisión en vivo para que esto sea posible (Sumiala & Tikka, 2015). Con lo anterior, se puede evidenciar que YouTube utiliza diferentes medios para aumentar su formas de generar ganancias, por medio de la innovación. Por último, con respecto a la innovación de productos, la compañía tiene un grupo de desarrolladores web con las mejores capacidades, los mejores equipos y las mejores instalaciones en las mejores condiciones en las que están desarrollando ideas nuevas todos los días y a toda hora. Al desarrollar estas ideas, se hacen pruebas en las cuales se deciden si se implementan o no, mediante esta herramienta (innovación) de capital humano, se está generando innovación de producto cada minuto en la empresa como por ejemplo el cambio en la forma de ver la plataforma, el cambio en la forma de ver los videos y un claro ejemplo de esta innovación es la manera en la cual YouTube nos conoce y nos genera recomendaciones por medio de nuestros gustos (Henriksen & Hoelting, 2016).

Google es una compañía americana dedicada a la tecnología, inicialmente especializada en la búsqueda por internet, incorporada a la compañía inicialmente a finales de los 90’s. Google se ha convertido en una de las compañías líderes en el sector de tecnología a nivel mundial. Su negocio empezó como un motor de búsqueda en internet y creció rápidamente una vez que lo monetizó, utilizando diferentes modelos innovadores para aplicar la publicidad en dicho motor (Hamel & Breen, 2007). Con estas ganancias que se empezaron a generar, la compañía se expandió en diferentes campos, como los mapas online, servicios de e-mail, herramientas de productividad, herramientas de video, herramientas para compartir documentos y sistemas operativos para dispositivos móviles (Farina, 2014).

² Nombre técnico que se le da a una serie de viñetas sobre imágenes que hacen alusión a la situación que se quiere describir. Moda usada en internet.

Google se ha destacado a través de su historia por ser una de las empresas más innovadoras en el mundo. A nivel organizacional, la empresa siempre está impulsando la innovación en todos sus procesos, porque la compañía sabe que si su casa matriz o alguno de sus headquarters, ubicados en todas partes del mundo dejan de innovar, en ese momento dejan de ser líderes, por eso la innovación está implícita en las políticas internas a nivel organizacional (Klie, 2010). En cuanto a la innovación financiera y comercial que se presenta en Google, se puede decir que es un proceso bastante complejo en el cual todo comienza por la escogencia de un personal adecuado para que haga parte del equipo de Google, esto no es un proceso fácil, por el contrario es un proceso difícil y bien estructurado para que las personas que logren entrar a trabajar en la empresa, siempre sean las correctas (Silliker, 2013). Con el personal adecuado, situado en el área adecuada y haciendo el trabajo adecuado para la compañía, se procede a innovar en el ámbito financiero, la monetización de los procesos de Google no es nada sencilla, pero a través de diferentes formas la empresa ha logrado que esta sea fácil y rentable.

Como ejemplo de esta innovación en procesos se pueden encontrar las diferentes formas de implementar la publicidad en sus buscadores, también abriendo nuevas áreas en la empresa que se encarguen de investigación en diferentes ámbitos y también la implementación de patentes de proyectos por parte de la compañía (Hane, 2006). Con las áreas que se implementan y se crean cada día, viene de la mano la innovación en productos. Como ya se mencionó anteriormente, Google es una de las empresas líderes en tecnología a nivel mundial, esto significa que los productos que tiene son de gran acogida por el público que los utiliza, debido a que el área de productos se encuentra bien estructurada y se apega a las políticas de la empresa, más precisamente a la innovación.

Google es una empresa que día a día está realizando investigaciones y pruebas para sacar productos nuevos al mercado, como por ejemplo Google Maps, Google Glass, los sistemas operativos Android, Google Docs, Google Drive, que actualmente ha revolucionado la industria del almacenamiento en la nube, ganando mucho mercado y dejando de lado a Dropbox, el cual es su mayor competidor. Entre los anteriores, uno de los que mas éxito ha tenido no solo a nivel organizacional sino a nivel publico ha sido Google Docs, el cual ha cambiado el mundo de los

documentos, ya que combina ciertos modelos los cuales permiten que varias personas trabajen a la vez, guardándose automáticamente en la nube (Word Vs. Google Docs). Gracias a la innovación de productos, Google ha podido ganar mercado, incluso sacar a la competencia por su buen desarrollo y su buena calidad en los productos.

Con lo anterior se puede observar, que tanto Google como YouTube son empresas en las cuales la innovación pasa de ser algo importante a ser algo vital, en donde al no innovar se estancan y al estancarse dejan ser líderes en sus sectores, por lo que esto se convierte en política, se convierte en un estilo de vida organizacional, en conclusión, la innovación podría verse como el *Core Business* de éstas empresas.

3. PRESENTACIÓN DE LAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS O MÉTODOS UTILIZADOS

Durante la misión empresarial a Silicon Valley en San Francisco, Estados Unidos, se utilizaron dos herramientas o métodos específicos conocidos como la entrevista y la observación, con el fin de recolectar información pertinente de grandes empresas como Google y YouTube, así como otras encontradas en la ciudad.

Según la Real Academia Española, cuando se habla de entrevista se hace referencia al momento en el cuál dos o más personas entablan una conversación específica en un lugar determinado. La entrevista, también definida como un diálogo entre una o más personas para conseguir información (Rodríguez, 2016). La entrevista en sentido científico, se considera como el interrogatorio a un testigo relevante sobre hechos de su experiencia personal (Valles, 2002), y fue por esta razón que en el transcurso de la misión a empresas como Juniper, Bandai Namco, Jelly Belly, Fortinet, The Vault, YouTube y Google se llevó a cabo este proceso. Sin embargo, de las siete organizaciones ya mencionadas, fueron Google y YouTube las elegidas para efectuar la metodología de la entrevista a tres empleados y así lograr realizar un informe completo sobre innovación y estrategia.

Al hablar de las entrevistas realizadas en dichas empresas, se realizaron dos tipos de entrevistas: la entrevista estructurada y la entrevista no estructurada. En la primera se hace referencia a cuando dos o más personas hablan de temas específicos en un lugar determinado y están basados en una estructura anteriormente planeada en cuanto a las preguntas que se van a realizar durante y después. Con respecto a la estructura de dicha entrevista, existen 3 etapas con las cuales se puede diseñar de manera indicada una entrevista estructurada. La primera etapa se denomina entrevistar o no, en donde se hace una investigación con el fin de saber si vale la pena consultar a un experto sobre el tema en cuestión o no. La segunda etapa consiste en estructurar las cuestiones y asuntos que se investigaron para ser preguntadas al experto, es decir filtrar información, para que de manera concreta se puedan realizar preguntas sobre el tema de interés.

Y como tercera etapa se encuentra la selección de los entrevistados y otros preparativos, en donde como su nombre lo dice, seleccionamos las personas a entrevistar o expertos y, teniendo en cuenta también aspectos como la fecha, la hora y el lugar en donde se llevará a cabo la entrevista (Valles, 2002). El segundo tipo de entrevista es un diálogo en el que se habla de temas específicos sin basarse en una estructura planeada, es decir que esta entrevista se va dando a medida que avanza la conversación y surgen temas. Una entrevista no estructurada, también se concibe como una conversación prolongada, en la cual no hay una estructura de preguntas definida, la cual puede pausarse y reanudarse las veces que sean necesarias y que permite moverse hacia atrás y hacia delante en los temas tratados (Valles, 2002).

Cómo segunda herramienta fue utilizada la observación, que según la Real Academia Española hace referencia a la acción de mirar con atención o simplemente examinar atentamente. Teniendo en cuenta su función, esta herramienta fue elegida para complementar el método de la entrevista previamente aplicado en Google y YouTube, ya que con la observación aumenta la posibilidad de obtener más datos sobre la empresa y por ende tenerla mucho más clara. Adicional, llevar a cabo este proceso sirvió para verificar información, contrastar los testimonios de los entrevistados, percibir cuáles eran los temas restringidos y ampliar la visión sobre dichas organizaciones.

La implementación de estos métodos en la misión empresarial fueron de gran ayuda para completar los conocimientos en temas como la seguridad informática, el emprendimiento, Start Ups (nueva empresa con grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable), logística, innovación, estrategia, trabajo en equipo, planeación, desarrollo creativo y distribución, sin embargo, los temas enfoque para Google y YouTube fueron innovación y estrategia.

3.1 Metodología

La primera empresa en la que se aplicaron los métodos mencionados anteriormente fue YouTube, en la cual se realizó una entrevista a Stephanie Carvajal, Strategic Partner Manager de YouTube, quien de manera muy amable y cordial accedió a responder mis preguntas. El tipo de

entrevista implementada fue la entrevista estructurada y se le formuló a la entrevistada un mínimo de 5 abiertas, las cuales fueron: ¿Qué ventajas tiene la ubicación geográfica de la empresa? Hacer parte del Silicon Valley, ¿qué beneficios tiene para la empresa y para los trabajadores? ¿Cómo influye la innovación en la empresa y en sus trabajadores? ¿Cómo influye la innovación tecnológica en la empresa? ¿Se genera un ambiente de emprendimiento e innovación al pertenecer a este gran Clúster?. Dichas preguntas fueron las necesarias para poder obtener la información adecuada sobre la organización.

Al finalizar la entrevista, el trabajador continuó una conversación *Off the Record* (información que no debe ser publicada en un medio y que sirve para acercarse a otra información), momento en el que divulgó datos sobre la empresa y distintas actividades realizadas que se enfocaban en innovación y estrategia, temas que fueron corroborados con el proceso de observación. Además fue posible conocer, comprender y relacionar con la innovación y la estrategia algunos de los proyectos que no podían ser mencionados en la entrevista.

La segunda empresa seleccionada fue Google, donde se realizó una entrevista a un empleado que hace parte del área de desarrollo de Software y a un empleado que hace parte del área de investigación biomédica, bajo el modelo de la entrevista no estructurada, que aunque empezara con una pregunta relacionada a la innovación y la estrategia, continuaba dependiendo de los temas que fueran surgiendo. Debido a que ambos entrevistados trabajaban en áreas distintas, la información y conocimientos obtenidos fueron amplios y de gran ayuda para la realización de este trabajo. Al terminar las entrevistas, se procedió a dar un tour por las instalaciones principales, donde una vez más se realizó el proceso de observación y se corroboró la información obtenida en las entrevistas.

Para finalizar, es factible decir que la implementación de estos métodos (entrevista y observación) fuera el adecuado para alcanzar el objetivo de la investigación sobre Google y YouTube, ya que gracias a estas herramientas la información recolectada fue satisfactoria con respecto a la innovación y a las estrategias en estas dos empresas, las cuáles actualmente, no sólo funcionan como principales impulsores de Silicon Valley, sino que también son influyentes en

todo el mundo, tanto así que las personas dejan de considerar a éstas organizaciones como empresas y las empiezan a ver como un estilo de vida.

4. RESULTADOS

Como se mencionó en las páginas anteriores, durante la misión empresarial realizada a Silicon Valley se pudieron evidenciar varios conceptos que se habían aprendido de forma teórica en clase pero que no se habían logrado ver aplicados en un entorno empresarial. A continuación se explicarán los resultados obtenidos de cada visita.

Con la oportunidad de viajar a Silicon Valley para realizar visitas empresariales, se logró sacar gran provecho no solo de las organizaciones de alto reconocimiento a nivel mundial, sino también de empresas locales que hacen parte de este clúster. En cuanto a las visitas hechas a empresas reconocidas como Jelly Belly, dedicada a la fabricación de dulces, de “Jelly Beans” (frijoles de gelatina/dulces de gelatina) y de la distribución de éstos mismos, se logró comprender y evidenciar que el servicio al cliente no es tan solo una herramienta que deben tener tanto una mediana como una gran empresa para alcanzar una meta (Martin & Suarez-nuñez, 2006), es una estrategia para lograr el éxito a nivel mundial. Es decir, que el cliente no solamente basa su gusto en la calidad de los productos que consume, sino en la experiencia que obtiene de estos. Jelly Belly optó por brindar una experiencia diferente al ampliar su portafolio de productos y crear fidelización sin dejar a un lado la calidad de los mismos.

En el caso de Twilio, compañía que le permite a los desarrolladores de software realizar y recibir llamadas y enviar y recibir mensajes mediante una interface web (comunicaciones de la nube), se logró evidenciar que la cultura organizacional va más allá de los valores y creencias que tienen en común los empleados de una empresa (Naranjo, Jiménez, & Sanz, 2016). La cultura organizacional se forja con la unión de dos factores muy importantes: la organización y el talento humano. Sin esta combinación la cultura organizacional queda estancada en un título solamente, ya que es una estructura de gana-gana, es decir, que ambas partes se ven beneficiadas.

En este caso la organización otorga ciertas comodidades y beneficios a los empleados en forma de incentivación y en respuesta, el personal contribuye a la organización generando buenos resultados con un buen trabajo, así como en Twilio, donde los empleados trabajan de manera productiva en un ambiente creado por ellos, donde son respetados y les aportan beneficios para aumentar la productividad y constante crecimiento, tanto de la comunidad interna como de la empresa al cliente y es por esto, que se habla de cultura organizacional no como un concepto, sino como una combinación.

En la visita realizada a la empresa Bandai-Namco, dedicada al diseño y elaboración de video juegos, se logró evidenciar que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) ayudan tanto al bienestar de las personas en términos de capital social, salud, educación y comercio (Ganju , Pavlou, & Banker, 2016), como a la empresa en términos de innovación e inversión en infraestructura para lograr siempre estar conectada con su casa matriz (Tokio, Japón), ya que es de suma importancia para que los procesos de la empresa estén siempre integrados y logren atravesar las etapas de exploración, diseño, desarrollo e implementación, con el objetivo de que el producto final tenga mayor aceptación por los usuarios de los juegos alrededor del mundo.

En la visita a The Vault, empresa incubadora de negocios, se logró romper el paradigma que se tenía sobre las empresas prestadoras de servicios que decía que: “las empresas exitosas (prestadoras de servicios), eran aquellas que prestaban servicios de salud, transporte, educación, servicios básicos, entre otros, lo que nunca se llegó a imaginar, fue que una PYME (Pequeñas y medianas empresas), ubicada en San Francisco, California, fuera a romper esquemas y hacernos caer en cuenta que no siempre es así”, pues en dicha empresa se presta un servicio muy diferente a los servicios que usualmente nosotros como personas naturales usamos.

The Vault cuenta con un espacio definido y ciertas comodidades aptas para trabajar, en las cuales además de prestar los servicios de renta de este espacio, prestan un acompañamiento y asesoría a pequeñas empresas (Start Ups) que hasta ahora están naciendo y no saben cómo avanzar en el mundo globalizado. Con este espacio y sus servicios, se sacan adelante pequeñas ideas emprendedoras que una vez pasan su punto de desarrollo, son graduadas por la empresa (en este caso evaluadas por The Vault) para luego estar oficialmente listas para salir y conformar, en

cuanto a infraestructura, su empresa como tal. Esto quiere decir que no todos los servicios que se prestan o consumen son siempre los tradicionales, pues hay demanda de servicios que no se tiene idea que existe, y para ellos se tiene que investigar el mercado y suplir estas necesidades para así, de esta forma, crear nuevos y exitosos negocios.

Como complemento de los resultados obtenidos en dichas empresas, las entrevistas y la observación realizada en YouTube y Google se logró obtener gran cantidad de resultados que permitieron evidenciar que la innovación y la estrategia son pilares fundamentales en las organizaciones para que el “*Core Business*”, no solamente de YouTube y Google, sino de todas las empresas que se encuentran ubicadas en el Silicon Valley, logren ser los indicados para satisfacer y superar las necesidades y expectativas que tiene tanto el mercado estadounidense como el mundial. A continuación se presentarán los hallazgos obtenidos en YouTube y Google.

Como se habló anteriormente, YouTube es un sitio web de streaming de video, y uno de los principales pilares del buen funcionamiento de la empresa es la innovación tecnológica. Además de la información obtenida con la entrevista estructurada, la observación realizada en las oficinas principales de YouTube permitió determinar que la innovación tecnológica es algo indispensable para la organización, pues es un sitio web de streaming de video netamente tecnológico que cuenta con una plataforma y App para dispositivos inteligentes, que es únicamente asequible a través de los Smartphones, las tabletas, los computadores y televisores inteligentes, por medio de una conexión a internet. Con esto, la red se vuelve indispensable para el funcionamiento de las plataformas (Web y aplicación), donde indirectamente la innovación tecnológica empieza a golpear a organización desde diferentes puntos:

1. Las empresas productoras: encomendadas de la creación de aquellos Smartphones o dispositivos electrónicos a través de los cuales se cumple el proceso para acceder a las plataformas de YouTube. Por esto, se dice que cualquier intento de cambio, en cuestión de innovación tecnológica, en las empresas productoras de dispositivos, afecta directamente a YouTube. Otro factor adicional, son las empresas encargadas de los routers, los cables y las antenas, por donde se propaga y amplifican la señales de internet.

2. Las empresas proveedoras del servicio de internet: encargadas de prestar diferentes servicios en un solo paquete, como por ejemplo, el servicio de cable (Televisión), teléfono e internet, y también las empresas de telefonía móvil que, como su nombre lo indica, prestan servicios de telefonía móvil y ofrecen el servicio de datos (Internet) para los teléfonos inteligentes. Por lo tanto cualquier tendencia tecnológica o algún proceso de innovación se convierte en un punto de inflexión para los contratos que maneja con los diferentes clientes, ya que las plataformas tanto web como aplicaciones de YouTube se terminan viendo afectadas, ya sea de manera positiva o negativa.

3. Usuarios de dispositivos móviles, red internet y de las plataformas de YouTube: las personas son las que tienen la decisión final sobre que dispositivo electrónico adquirir y su plan de conexión según sus preferencias.

Teniendo en cuenta lo anterior, YouTube se puede ver afectado indirectamente si alguno de los tres puntos anteriores falla. El más importante son los usuarios de dichas compañías, ya que éstos son los que tienen la tendencia a usar sus plataformas y de una u otra manera le son fieles a la marca. Sin embargo, YouTube tiene claro que hay factores externos a ellos que afectan a las personas para la consecución de aquellos dispositivos electrónicos y de los servicios de internet que permiten su conexión a las plataformas. Algunos de estos factores pueden ser el estrato social, el nivel de ingresos, lugar de vivienda, factores culturales, políticos y económicos y, es por esto que YouTube considera que la innovación tecnológica es el principal pilar para el desarrollo de las estrategias de la compañía, enfocando un futuro en satisfacer a todas las personas sin excepción de género, nivel social, nivel económico, nivel político, religión, entre otras.

La innovación tecnológica en YouTube es supremamente importante, y es por esto que se considera que la innovación va de la mano con nuevos proyectos planteados y desarrollados en la empresa, que tienen como pilar fundamental la tecnología. A continuación se va a mencionar el

proyecto más importante para la organización, lo que beneficia tanto al cliente como a la empresa.

Algo que los usuarios de los servicios que ofrece YouTube no pensaron que sucedería de nuevo, desde hace alrededor de unos 4 años, al momento de utilizar la plataforma, es la publicidad. Cuando hablamos de publicidad hacemos referencia a la manera en la cuál se les muestra a los posibles consumidores los productos que pueden llegar a adquirir, usando información con efectos persuasivos y alta probabilidad de que los productos sean escogidos por los consumidores (Sahni, 2016), la cual ha tenido un cambio drástico con la globalización, la llegada de la era del internet y las redes sociales. Cuando se hace referencia a un cambio en publicidad, significa que debido a los avances tecnológicos, lo que ha cambiado es la forma de crear y desarrollar sus estrategias, como también la aceptación de aquellos avisos por parte de las personas. Antes era muy común una propaganda de televisión o una cuña de radio para presentar un producto y atraer clientes, pero hoy en día es más efectivo un anuncio en YouTube, Google o Facebook.

A partir de lo anterior, YouTube vio esta oportunidad de negocio y aplicó la publicidad en una serie de Banners³ donde, a cambio un beneficio monetario, reproducía determinada información que las empresas solicitaban. Con el paso del tiempo, los Banners se posicionaron en el entorno y el efecto que estos avisos tenían sobre público de todas partes del mundo era significativa. La acogida, el agrado y la satisfacción de las empresas sobre esta nueva forma de publicar información fue creciendo, pues aunque en un principio se consideraba una mala inversión, ahora era lo que más atraía clientes.

A raíz de esta gran acogida, YouTube completó la manera en la cual hacía publicidad en sus plataformas, pues aunque continuó mostrando los Banners, incursionó la publicidad con un corto video (como suele pasar en los anuncios publicitarios de la televisión). Éstos videos publicitarios se reproducen automáticamente antes de cualquier otra selección que haya hecho el usuario, para así garantizar su visualización y llamar la atención. Sin embargo, a diferencia de un aviso de TV, este video puede ser saltado después de unos segundos si el usuario lo desea (inicia la

³ Formato de publicidad en internet.

reproducción de la publicidad y después de tres segundos se habilita la opción de “saltar anuncio”).

En un principio, las empresas se negaron a esta nueva propuesta de publicidad que hacía la compañía, pero después de obtener buenos resultados frente a la idea y ver el crecimiento de YouTube a nivel mundial, las organizaciones empezaron a pagar y competir por un espacio publicitario en la plataforma. Como resultado, YouTube se convirtió en uno de los medios más efectivos para publicitar un producto, no solo a nivel local, sino a nivel global. Todo el progreso alcanzado con respecto a la publicidad se dio gracias a la innovación tecnológica mundial, a nivel local como el Silicon Valley, pero sobre todo a nivel empresa como YouTube, compañía en que la innovación tecnológica no ha parado de crecer en el tema de la publicidad. Como resultado, hoy en día se están generando procesos para que la publicidad sea cada vez más exacta para cada cliente, basándose en 3 preguntas clave: ¿Cómo llegar?, ¿Cuándo llegar? y ¿Con qué publicidad llegar?.

Con los avances de la tecnología, YouTube ha logrado determinar los comportamientos de búsqueda de cada uno de sus usuarios, pues la plataforma tiene la sistematización de filtrar los gustos de las personas (según su motor de búsqueda) y determinar la respuesta a la segunda pregunta. El “¿cuándo llegar?” se relaciona con la aparición de cierta publicidad en el momento exacto, por ejemplo, hacer aparecer una publicidad sobre zapatos deportivos no tiene el mismo impacto luego de ver un video de carros, a comparación de un video de atletismo.

El “¿cómo llegar?” corresponde a un filtrado de información mucho más específico, para que al momento de la auto reproducción de un anuncio, el consumidor lo deje corriendo hasta el final. Por último, el “¿con qué publicidad llegar?”, se da gracias al resultado del filtro realizado por los servidores después de haber aplicado el “cómo” y “cuándo llegar”, usando la reacción a las publicidades situadas en los primeros videos. La respuesta a la tercera pregunta se da cuando el servidor ya tiene claro qué anuncio reproducir y en qué momento, para que de tal forma el consumidor se sienta atraído por el aviso y éste sea exitoso. Como efecto, YouTube ha logrado aumentar su ingreso económico, ya que las empresas demuestran su deseo por publicitar en la plataforma y están dispuestos a pagar por el número de vistas que presente el comercial.

Sin embargo no toda la innovación tecnológica se centra en los avisos publicitarios, también está conectada a la manera en la cual la plataforma filtra los videos por preferencia de cada usuario y de ese modo genera una lista de recomendación de videos según ‘los más vistos’. Con la visita a YouTube se logró evidenciar que la tecnología también ha transformado la manera en la cual se ven videos en internet y sobre todo en sus plataformas. En los inicios de YouTube, el usuario debía ingresar a la plataforma, buscar un tema o video y reproducirlo y para reproducir otro video se tenía que hacer el mismo proceso. Ahora, el usuario solo debe seleccionar el video por el cuál quiere empezar y a partir de ahí la plataforma pauta sugerencias según las preferencias que la persona ha visto previamente y crea una lista de reproducción automática.

Pero la innovación en la compañía no solo se ve representada en los procesos que afectan al cliente tecnológicamente, el hecho de estar ubicado dentro del mayor clúster de innovación en el mundo -Silicon Valley- implica que la empresa funcione como un empujón hacia la innovación en todos los sentidos. YouTube maneja una política de innovación dentro de la empresa, en la cual se está incentivando de manera constante el apoyo a actividades innovadores o emprendedoras que puedan ayudar a la compañía, ya sea como una experiencia laboral para los empleados que podrán llegar a ser un futuro líder en el mercado como para aquellos que piensan conformar su propia empresa.

YouTube no solamente innova para crear nuevos procesos que ayuden a la compañía, sino que también lo hace para optimizar métodos anteriormente implementados y mejorar en cada oportunidad, es decir, generar un conjunto de acciones que permiten que los procesos y la empresa sean mucho más competitivos para la satisfacción del cliente (Fuentes Morales, et al., 2015). El mejoramiento de todos los procesos de la organización se verán relegados en el producto que se dispone en las plataformas, con el fin de satisfacer la demanda y los distintos requerimientos de los clientes. Es de suma importancia entender, que en un ámbito global y cambiante, las preferencias y los gustos de los consumidores también cambian dependiendo del ambiente en que se posicionen y es por esto que empresas como YouTube siempre deben estar ligadas a estos nuevos cambios, para así lograr ajustarse a ellos y brindarle a los usuarios una mejor experiencia.

Además de las características mencionadas en los párrafos anteriores, se logró evidenciar que la tecnología ayuda a que YouTube sea un sitio web y una aplicación segura para todos sus usuarios, ya que mediante procesos tecnológicos se hace un filtrado del contenido de los videos que las personas suben a la plataforma y si dicho contenido es apropiado para el publico en general. El filtro se hace por medio de códigos, así que el servidor no pone ningún tipo de restricción a la hora de subir un video, pero por el contrario, si detecta algún contenido inapropiado, éste genera un código de alerta que será atendido por los trabajadores de YouTube para determinar si el contenido del video es apropiado o no para el publico en general.

Los servidores de filtrado de información trabajan para determinar todos los gustos de los clientes y así, entre tantas opciones que hay en el motor de búsqueda, identificar sus tendencias, las cuales suelen ser grupos o canales de preferencia para que la gente tenga una mejor experiencia a la hora de usar la plataforma. Así mismo, las personas que suben videos a los canales personalizados de YouTube (cursos, blogs, tips, entre otros) hacen que la gente se identifique con este nuevo estilo y que el auge de usuarios que suben videos aumente. Con esto, cada consumidor recibe cada vez más información y tiene más opciones de donde escoger para satisfacer sus gustos. Dichos canales personalizados son manejados por Youtubers (persona que se encarga de subir videos a su canal de YouTube), los cuales gracias a la innovación tecnológica se han convertido en líderes de opinión e influencias para muchas personas gracias al contenido personalizado de sus videos. Los cinco Youtubers más importantes e influyentes a nivel mundial son: PewDiePie, Smosh, Fine Brothers, Lindsey Stirling y Rhett & Link. A nivel Colombia los cinco Youtubers más importantes son: Juan Jaramillo, Sebastian Villalobos, Paula Galindo, Nicolás Arrieta y Juana Martínez.

Asimismo, estar ubicado en el Silicon Valley hace que la empresa tenga un “empujón” en cuanto a innovación, pues ésta es la que afecta directamente todos los componentes de una organización, principalmente, las personas (pieza fundamental en cualquier compañía), pues dicha innovación hace que la empresa defina una cultura organizacional basada no solo en los productos o tecnologías de la empresa, sino en el bienestar de las personas. Para YouTube es muy importante que sus trabajadores se sientan a gusto y cuenten con todas las comodidades

para su bienestar, por esto, la empresa ha creado espacios creativos en los cuales el personal puede realizar emprendimientos personales, espacios de recreación y relajación, espacios alimenticios, guarderías para mascotas, y parqueaderos específicos para cada medio de transporte (scotters, patines, bicicletas, motos, carros). Todo esto va ligado a reforzar una cultura organizacional donde los trabajadores quieren su trabajo y por lo tanto trabajan bien, aumentando la productividad y generando beneficios colectivos y organizacionales.

Al juntar los factores de los que se habló anteriormente y colocando a la innovación tecnológica como pilar principal, se encuentra que también se pueden generar servicios disruptivos en YouTube. Las personas que utilizan la App de esta plataforma en sus dispositivos móviles presentan dos tipos de “dificultades”:

1. Al bloquear el dispositivo, el audio del video que se esté reproduciendo se detiene automáticamente.
2. Algunos anuncios publicitarios que aparecen en los videos no se puede quitar.

Para esto se propone que la compañía lance a nivel mundial un nuevo servicio llamado ‘*YouTube Premium*’ que tendrá un costo de 10 dólares mensuales para quien desee adquirirlo. En este nuevo servicio se presentó el contenido habitual de las plataformas, pero que por ser adicional (un plus) genere una sección en la cual sólo aparezcan videos de música que se reproduzcan en cadena (uno después de otro). Así, al bloquear el dispositivo, el audio no se detendrá y también la publicidad podrá ser detenida después de los siete segundos predeterminados.

Al igual que YouTube, Google es una de las compañías que más impacto tiene en la vida de las organizaciones y en la vida de las personas, no solo a nivel Norte América sino también global, pues es una de las compañías líderes en tecnología a nivel mundial y es mucho más que un buscador en internet. Tras la visita a esta organización, el principal descubrimiento conseguido luego de realizar las entrevistas y la observación, es que la innovación tecnológica es el principal pilar para el buen funcionamiento y desarrollo de las diferentes líneas de negocio y productos que tiene Google.

En la visita se logró evidenciar, que estar ubicados en Silicon Valley hace que Google sea uno de los principales referentes o motores de innovación no solo en California, ni en Estados Unidos, sino en todo el mundo. Se dice que la compañía es referente, al punto de estar llamado a ser el estado del arte, debido a la cantidad y calidad de los productos y servicios que hacen que la gente se identifique y le sea fiel a la marca y que es motor en innovación a nivel global, ya que los diferentes emprendimientos innovadores que genera la empresa pueden salir a flote en cualquier parte del mundo donde tengan oficinas. Además de ser motor en innovación, la compañía se conoce por su cultura organizacional y el bienestar de sus trabajadores, pues las oficinas que se encuentran en Silicon Valley son muy diferentes a las del resto de empresas a nivel global.

Se considera que los empleados viven un ‘mundo diferente’, donde tiene todas las comodidades a su alcance (comida, instalaciones, transporte y sueldo) debido al ritmo de trabajo que maneja el personal y la productividad de estos para lograr cumplir con los objetivos propuestos por la compañía. Es una cultura en donde se habla de un escenario gana-gana, ya que la compañía gana con excelentes resultados en cuanto a productos y servicios finales y los empleados ganan en cuanto a las comodidades de su trabajo, sus horarios laborales, sus prestaciones y las oportunidades que tienen de crecer dentro de la empresa. La cultura organizacional de Google se ha vuelto famosa a nivel mundial por ser una estructura flexible en la que existe la posibilidad de jugar un partido de tenis de mesa durante horas laborales, o es posible tomar una siesta para recuperar energía, pero sin dejar a un lado la rigidez y el esfuerzo por ser los mejores, pues también entre más productivo sea un trabajador y logre encontrar estabilidad organizacional interna, podrá ascender en la compañía. Por esto, Google es una de las compañías que se encuentran en el Top of Mind⁴ de las personas para conseguir trabajo a nivel local y mundial.

En la visita a las instalaciones de Google, conocido como *Googleplex*, se consiguió dejar a un lado el mito en que se conocía el negocio de Google como un simple buscador de internet, pues además de esto, la compañía cuenta con otras ocho líneas de negocio y productos:

⁴ Marca que ocupa posición privilegiada en la memoria de las personas.

- La **Web**, con tres productos destacados: el buscador web (lo que se conoce como el buscador de Google); Google Chrome (navegador web para acceder a diferentes páginas y aplicaciones de manera rápida, sencilla y segura) y; Marcadores (funciones que presta la compañía para guardar información de preferencia y elementos destacados).
- El **Móvil**, dividido en tres productos: Móvil (facilidad para poder acceder a los productos de Google desde cualquier dispositivo móvil); Búsquedas móviles (realizar búsquedas en Google desde cualquier lugar en el cual uno se encuentre) y; Maps para móviles (consulta de mapas desde cualquier dispositivo móvil). Adicionalmente, cuenta con otras aplicaciones complementarias como Google Translate y Google Maps.
- La **Empresa**, que cuenta con tres productos: Google Apps for Work (funciones de comunicación, almacenamiento, colaboración y administración que integran a la organización para alcanzar sus objetivos); AdSense (forma de generar ingresos poniendo anuncios en mi página web de forma fácil y segura) y; AdMob (plataforma mediante la cual, a través de un permiso de Google, uno monetiza las aplicaciones que uno dispone o registra en dicha plataforma).
- Los **Medios**, con cuatro productos: Libros (permite buscar y encontrar el texto completo de cualquier libro sin tener que ir directamente a una librería o biblioteca); Noticias (filtrar y encontrar las noticias más destacadas a nivel mundial) en el cual se usa la innovación tecnológica a la hora de crear recomendaciones para los usuarios según sus gustos y se van creando registros de los cuales generan estas recomendaciones personalizadas; Búsqueda de imágenes y Búsqueda de videos (para filtrar la imagen o video deseado según se ajuste a las necesidades del usuario) y consta con la misma innovación tecnológica usada en Noticias.

- **Geo**, con dos productos integrados: Maps (consulta de mapas de todo el mundo e indicaciones a través de un GPS -sistema de posicionamiento global-) y; Earth (plataforma que permite explorar cualquier parte del mundo, desde un ordenador).
- **Búsqueda específica**, en la cual evidenciamos tres productos. Búsqueda personalizada (agregar un cuadro de búsqueda personalizada a la página principal para facilitar las búsquedas en la web); Tendencias de búsqueda (funciona como modelo colaborativo donde se tienen en cuenta las búsquedas realizadas previamente y se agrupan en tendencias) y; Google Académico (buscador de documentos académicos) que es un producto desarrollado para la academia, pero que no se ha dado a conocer a pesar del constante crecimiento que ha tenido en los últimos años.
- **Hogar y oficina**, que es línea es la más grande y cuenta con once productos: Gmail (plataforma que brinda servicios de correo electrónico que reduce la cantidad de correo no solicitado, tiene gran capacidad de almacenamiento y cuenta con función de búsqueda); Drive (para crear, compartir y almacenar todos los archivos en la nube), Documentos (para abrir, crear y modificar documentos); Hojas de Cálculo (permite crear y modificar hojas de cálculo); Presentaciones (consiente en abrir, crear y modificar presentaciones); Formularios (facilidad para crear encuestas gratis); Dibujos (permite crear diagramas y organigramas); Sites (creación de páginas web de manera rápida y sencilla, sin costo alguno); Calendar (para organizar y compartir la agenda de uno con las personas que uno desee); Traductor (traducir a más de 60 idiomas cualquier tipo de archivo o texto de manera inmediata) y; Hangouts (plataforma que permite a los usuarios conectarse mediante chat, llamadas de voz o video en cualquier parte del mundo).
- **Social**, dividida en tres productos: Google + (compartir información en tiempo real con un grupo de usuarios deseados); Blogger (crear y compartir, de una manera fácil, rápida y gratuita, información a través de Blogs) y; Grupos (permite a los clientes crear listas de distribución y grupos de debate de temas específicos).

Además de las líneas de negocio y los productos mencionados en los puntos anteriores, se evidenció que existen tres áreas golpeadas e impactadas directamente por la innovación. La primera, se encarga de la creación y comercialización de sistemas operativos Android, basados en el núcleo Linux y que principalmente fueron diseñados para dispositivos con pantalla táctil, entre los cuales se encuentran los teléfonos celulares, tabletas y Smartphones (combinación entre tabletas y celular), relojes inteligentes, televisores y automóviles.

La segunda área está enfocada en la salud, en esta se evidenció el gran impacto de la innovación en cuanto a las nuevas tendencias y aplicaciones tecnológicas que se implantan al diseño y desarrollo de nuevos productos para mejorar la calidad de vida de las personas. En la actualidad se están realizando proyectos con el objetivo de detectar partículas de cáncer en la sangre en tiempo real, mediante la ingesta de una pastilla que se disuelve al interior del cuerpo humano y que adhiere a las partículas de cáncer. Los pedazos de las pastillas que se adhieren, mandan una señal con el resultado del proceso a un reloj que la persona esta usando, para así determinar si el paciente tiene o no partículas cancerígenas en su cuerpo.

La tercera, en la cual es indispensable la innovación, es el área de productos. En esta, se logró demostrar que la innovación tecnológica es el motor que impulsa el crecimiento y desarrollo de dicha área, en donde las tendencias golpean directamente todos los procesos, desde el diseño de productos, hasta la venta y distribución de los mismos. En esta línea se encuentran productos como el *Chromebook*, el cual es un ordenador o computador personal que presenta el Chrome OS, un sistema operativo desarrollado por la compañía. Inicialmente este producto se encontró en ordenadores personales de marcas que no eran propias de la compañía, tales como Samsung y Acer, y más adelante, Hewlett Packard.

Al lanzar el sistema operativo Chrome OS, la compañía, de mano con la innovación tecnológica y la ayuda de sus ingenieros, logró crear su propio ordenador para que la experiencia que se le brinda al usuario fuera totalmente satisfactoria y que así, éste pudiera sacar provecho del sistema a través del nuevo ordenador. Otro producto afectado directamente por la innovación es el ‘Chrome Web Store’, una tienda online ligada al Chrome OS y que funciona como un intermediario entre los desarrolladores de programas y las aplicaciones, y los usuarios que

desean adquirir estos mismos. Sin embargo, muchas de las aplicaciones y programas que son ofertados en la plataforma son desarrollados por la compañía, lo que hace que la calidad de estos, en cuanto a desarrollo y funcionalidad, sean acordes al de su sistema operativo, brindándole al cliente una experiencia única y satisfactoria.

Además de la creación del nuevo ordenador, se ha desarrollado un teléfono celular llamado 'Pixel', lanzado al mercado como un Smartphone con las mejores características de varios productos y que permite sacarle provecho a su propio sistema operativo, Android. Dicho dispositivo fue creado con el objetivo de empezar a manejar el Hardware de sus productos, ya que ellos actualmente manejan el Software de estos. Debido a lo anterior, se puede decir que Google es líder en el mercado no sólo por la innovación tecnológica, los métodos y productos, sino también por el manejo de negocios disruptivos.

En esta misma área de productos, se lanzó uno muy innovador y que a la vez ayuda a la conectividad de los dispositivos que mencionábamos anteriormente. "Project Fi" es un servicio wireless (no utiliza cables) que presta Google. En dicho servicio, automáticamente el dispositivo en el cual esta en funcionamiento el producto, se conecta con la red que tenga la mejor señal disponible, bien sea Wi-Fi o red 4G LTE (en esta red que provee la señal 4G LTE, Google cuenta con 3 compañías aliadas que se encargan de proveer el servicio). Además de lo anterior, Google creó y puso a disposición de los usuarios este servicio, con el fin de brindarles un servicio de excelente calidad, en el cual solamente se pague lo que se usa y en donde no existan ni contratos, compromisos y penalidades, todo esto por un precio de 10 dólares por GB, en donde existe la posibilidad de utilizar el servicio de manera local o internacional en mas de 135 países al redor del mundo. Con este servicio Google apunta a revolucionar la industria de conectividad en los dispositivos móviles.

Como se ha venido diciendo, Google es una empresa en la cual la innovación se convierte en una política de la compañía, pues esto no solo se pudo evidenciar en el *Googleplex*, sino en las oficinas de Google Colombia que están ubicadas en la ciudad de Bogotá, en cercanías al Parque de la 93. Allí, tras una reunión con Diego Camacho, integrante del equipo de Google Colombia, se pudo observar que los trabajadores siempre están incentivados a innovar y también a

emprender sus propios proyectos, que además de ser netamente personales, Google designa un espacio para evaluarlos y premiar a los mejores. De igual forma, apoya los proyectos potenciales, brindándoles los recursos financieros necesarios y la posibilidad de escalar el proyecto dentro de la compañía.

Actualmente la innovación tecnológica es uno de los pilares esenciales que deben tener en cuenta las organizaciones líderes en el mercado, tanto a nivel interno como operacional, ya que con el transcurso del tiempo y los avances tecnológicos, esta se ha visto presente en cada una de las áreas y procesos que conforman una compañía, influyendo así en su desarrollo e inclusión en el mercado. Por ejemplo, permite que organizaciones como YouTube y Google puedan realizar estudios de producto para determinar cuáles son las necesidades de sus consumidores, diseñar estrategias, implementarlas y así lograr satisfacerlos.

Así, con ayuda de la innovación tecnológica las organizaciones tienen la posibilidad tanto de satisfacer las exigencias de sus usuarios, como de pronosticar la acogida de un producto, realizando diferentes estudios que le permitirán establecer su impacto en el mercado. De igual forma, al evaluar las tendencias (que es lo que prefieren los clientes) y teniendo en cuenta las capacidades que puede alcanzar una organización, es posible modificar un producto antes de lanzarlo al mercado para evitar un estancamiento tecnológico, competitivo y funcional, permitiendo que crezca a nivel global y se pueda establecer entre los mejores de su sector.

Bajo este mismo sistema de la innovación, la creación, ideación y fabricación de nuevos productos es más sencilla y asequible, pues ya se conocen cuáles son las necesidades de los consumidores, las nuevas tendencias que se posicionan en el mercado y la tecnología que se puede implementar. En este proceso, la tecnología cumple un papel muy importante, pues además de permitir la elaboración de nuevos productos, también permite testarlos, realizar una prueba de calidad. Sin embargo, ciertas áreas de las organizaciones como Google[X], han desarrollado y testeado diferentes productos y servicios, los cuales no han resultado exitosos y por lo cual no se han lanzado al mercado. Esto no quiere decir que el producto carezca de calidad, sino que su desarrollo tecnológico es más avanzado con respecto a lo que la sociedad y la cultura en la que nos posicionamos hoy en día, es capaz de aceptar e implementar debido a la

falta de conocimiento, educación e infraestructura necesaria para el uso de dichos productos. Es decir, la aceptación de las nuevas propuestas en el mercado es lenta y complicada debido a su alto nivel de desarrollo tecnológico.

De igual manera, la innovación tecnológica se ve reflejada en los procesos internos de la compañía y su cultura organizacional. Pues la infraestructura, organización y sus procesos de comunicación, están estructurados de forma vertical y no horizontal, evitando que la burocracia se tome sus instalaciones, fomentando la comunicación respetuosa, el trabajo en equipo y el apoyo entre diferentes áreas, todo esto para lograr alcanzar el objetivos tanto personales como organizacionales. Además afecta la forma en la cual se generan ingresos. Cuando se creó la compañía, este era uno de sus principales problemas, gracias a la tecnología se logró introducir publicidad a su plataforma web y después se crearon métodos para poder monetizar dicha publicidad. A medida que han pasado los años y que diferente tecnología ha sido adquirida y utilizada por sus ingenieros, dichos métodos han sido reformados y hoy en día son muy eficaces y han llevado a la compañía a ser líder en el mercado.

Asimismo, el área de recursos humanos se ha visto beneficiada con la innovación tecnológica, ya que el proceso de reclutamiento de personal se ha vuelto más largo y complicado, en el cual se realizan diferentes pruebas tanto teóricas como prácticas que les permiten realizar un filtro adecuado entre los candidatos que diariamente expresan su deseo de hacer parte de las organizaciones. Dado que la innovación tecnológica es de gran importancia, YouTube y Google tienen la política de fomentar y apoyar la innovación dentro de sus instalaciones, brindándole a sus empleados el tiempo y espacio necesario para realizar proyectos, los cuales tendrán la oportunidad de escalar y ser apalancados financieramente por la misma organización. Dicho apoyo no solamente va dirigido a los empleados de las oficinas principales de las compañías, sino también a los empleados que hacen parte de sus oficinas en todas partes del mundo.

Para concluir, es una gran ventaja que estas compañías estén ubicadas en el Silicon Valley, este al ser el mayor clúster de innovación tecnológica en el mundo, permite que las organizaciones estén al tanto de las últimas tendencias tecnológicas, con las cuales pueden adelantar procesos que sacarán el máximo provecho de éstas. Además, por su importante

ubicación geográfica, permite que exista colaboración entre empresas, para lograr su máxima productividad empresarial y poder ser líderes en el mercado local y global.

5. CONCLUSIONES

Actualmente la innovación tecnológica es uno de los pilares esenciales que deben tener en cuenta todas las organizaciones a nivel mundial, tanto en temas internos como operacionales, ya que con el transcurso del tiempo y los avances tecnológicos, ésta se ha visto presente en cada una de las áreas y procesos que conforman una compañía, influyendo así en su desarrollo e inclusión en el mercado. Por ejemplo, permite que organizaciones como YouTube y Google, grandes líderes en el mercado innovador, puedan realizar estudios enfocados en las cualidades de un producto para determinar cuáles son las necesidades de sus consumidores (tanto empresas que pagan por un espacio publicitario, como usuarios web), diseñar estrategias en busca de mejora, implementarlas y así lograr satisfacer lo que demanda el consumidor.

Asimismo, con ayuda de la innovación tecnológica las organizaciones tienen la posibilidad no solo de satisfacer las exigencias de sus usuarios, sino también pronosticar la acogida de un producto. Con esto se hace referencia a las pruebas por las que someten a los nuevos o mejorados productos, servicios y procesos, realizando diferentes estudios o encuestas con el fin de establecer su impacto en el mercado nacional o extranjero. De igual forma, al evaluar las tendencias (qué es lo que prefieren los clientes) y teniendo en cuenta las capacidades que puede alcanzar una organización, es posible modificar un producto antes de su lanzamiento o publicación para así evitar problemas legales, disminución de clientes, malos comentarios, entre otros. Pero principalmente, evitar un estancamiento tecnológico, competitivo y funcional, evitando que la organización crezca a nivel global y se pueda establecer entre los mejores de su sector en términos de eficiencia, calidad y competitividad.

Bajo este mismo sistema de la innovación (que comprende los nuevos productos y procesos, junto a sus cambios significativos desde el punto de vista tecnológico), la creación, ideación y fabricación de nuevos productos es más sencillo y asequible, pues tras las investigaciones de mercado ya se conocen cuáles son las necesidades de los consumidores, las nuevas tendencias que se posicionan y la tecnología que se puede implementar para alcanzar un mejor resultado. En

este proceso, la tecnología cumple un papel muy importante, pues además de permitir la elaboración de nuevos productos, también permite testarlos, es decir, realizar una prueba de calidad y funcionamiento. Por lo tanto, es factible decir que en la actualidad se han venido implementando innovaciones que pueden llegar tanto a abrir nuevos mercados o industrias, como también simplemente generar cambios en tecnologías que ya existían sólo para mejorarlas.

Sin embargo, a pesar del avance tecnológico y su excelente servicio, ciertas áreas de las organizaciones, como en Google, han desarrollado y testeado diferentes productos y servicios que no han resultado exitosos al probarlos en el público y por lo cual no salieron al mercado. Esto no quiere decir que el producto carezca de calidad y servicio, sino que su desarrollo tecnológico es más avanzado con respecto a lo que la sociedad y la cultura en la que nos posicionamos hoy en día es capaz de aceptar e implementar a causa de la falta de conocimiento, educación e infraestructura. En consecuencia, la aceptación de las nuevas propuestas en el mercado es más lenta y complicada en ciertas partes del mundo debido a su alto nivel de desarrollo tecnológico.

No obstante, la innovación tecnológica se ve reflejada del mismo modo en los procesos internos de una compañía y por consiguiente, en su cultura organizacional, pues la infraestructura, organización y sus procesos de comunicación, están estructurados de forma plana. De tal manera, se evita que la burocracia se tome las instalaciones, fomentando una comunicación respetuosa, trabajando en equipo y contando con el apoyo entre diferentes áreas con el fin de alcanzar objetivos tanto personales como organizacionales, creando y generando sinergia entre todas las partes. El avance tecnológico permitió que cambiara la manera de generar ingresos, por ejemplo, para Google ese fue uno de los principales problemas cuando se creó la compañía, hasta que logró introducir los anuncios publicitarios en su plataforma web y luego crear métodos para poder monetizar dicha acción, lo que hoy en día ha llevado a la compañía a ser líder en el mercado.

Hoy en día el área de recursos humanos también se ha visto beneficiada con la innovación tecnológica, ya que el proceso de reclutamiento de personal se ha ido mejorando permitiendo realizar diferentes pruebas (tanto teóricas como prácticas) que les permiten realizar un filtro

adecuado entre los candidatos a las vacantes de la empresa. También, YouTube y Google cuentan con una política para fomentar y apoyar la innovación dentro de sus instalaciones, brindándole a sus empleados el tiempo y espacio necesario para realizar proyectos, que una vez finalizados tendrán la oportunidad de escalar y ser apalancados financieramente por la misma organización.

Igualmente, tras un estudio realizado en San Francisco, se concluyó que una empresa al estar ubicada en el Silicon Valley, tiene una gran ventaja frente a sus competidores, ya que el impacto de la innovación es directo y propicia un mejor funcionamiento. Asimismo, dichas compañías se rigen bajo “Políticas de Innovación”, en las cuales las personas naturales y jurídicas constantemente están innovando y emprendiendo, lo que afecta directamente a las estrategias que generan las empresas para lograr llegar al cliente final. Es factible mencionar que el documento presentado cuenta con información detallada sobre lo que es innovación tecnológica, su funcionamiento e impacto en las estrategias, desarrollo de producto y cultura organizacional, de dos empresas líderes en el mercado: Google y YouTube.

Para concluir, la realización de este trabajo permitió poner en práctica los conceptos aprendidos y utilizados en el transcurso de los semestres cursados de Administración de Negocios Internacionales en el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, los cuales fueron posibles observar en las visitas realizadas a las empresas ubicadas en el Silicon Valley. Además ratificó la importancia que tiene la tecnología en YouTube y Google, en donde el crecimiento de estas empresas va de la mano con los nuevos adelantos y tendencias tecnológicas que se presenten en el Silicon Valley y alrededor del mundo. Asimismo fue posible evidenciar que, actualmente en el mundo globalizado en el que vivimos, es indispensable el uso de la tecnología para proyectos de emprendimiento, lo cual va a hacer mucho más fácil y de mejor calidad la creación, el desarrollo y la comercialización de los productos y servicios que se planeen introducir al mercado, con el fin de satisfacer las necesidades que se encuentran en constante cambio por los consumidores a nivel local y mundial.

6. BIBLIOGRAFÍA

California Management Review. (2015). Global Clusters of Innovation: Lessons from Silicon Valley . *California Management Review* , 57, 36-65.

Certo, S. (2001). *Administración moderna* (8ª ed.). Prentice Hall.

Chaurasia, R., & Bhikajee, M. (2016). Adding Entrepreneurship to India's Science, Technology & Innovation Policy. *Journal of Technology, Management & Innovation* , 11 (2), 86-103.

Farina, M. (Enero de 2014). *Salem Press Encyclopedia*. Recuperado el 6 de Abril de 2016, de Salem Press Encyclopedia: <http://www.salempress.com>

Fuentes Morales, M. C., Gonzalez Quezada, M. D., Carrillo Sausedo, V. M., Chávez Pierce, J. E., Ibarra Estrada, E., Castro Rodríguez, M. G., y otros. (2015). Mejoramiento continuo del área de corte de vestiduras automotrices. *Cultura científica y tecnológica* , 12 (55), 22-30.

Ganju , K. K., Pavlou, P. A., & Banker, R. D. (2016). Does Information and Communication Technology Lead to the Well-Being of nations? A Country-Level Empirical Investigation. *MIS Quarterly* , 40 (2), 417-430.

Garcia Ochoa, M., Bajo, N., & Blazquez, M. L. (2012). La innovación tecnológica como variable determinante en la competitividad de los países. *Revista de economía mundial* , 31, 137-166.

Hamel, G., & Breen, B. (2007). *The Future of Management*. Boston, Massachusetts: Havard Business School.

- Hane, P. J. (Enero de 2006). Looking into de Google Legacy . *Information Today* , 46-47.
- Henriksen, D., & Hoelting, M. (2016). A Systems View of Creativity in a YouTube World. *Tech Trends* , 102-106.
- Klie, S. (20 de Septiembre de 2010). Google's innovation imperative. *Canadian HR Reporter* , 14.
- Marlanda, C., & English, B. (1 de Enero de 2016). *Salem Press Encyclopedia*. Recuperado el 6 de Abril de 2016, de Salem Press Encyclopedia: <http://www.salempress.com/index.html>
- Martin, M., & Suarez-núñez, T. (2006). Impacto del Capital Humano y Organizacional en las Estrategias de Calidad y Servicio al Cliente e Innovación de la PYME . *Administración y organizaciones* , 9 (17), 37-53.
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejia, L. (2009). El Clúster de salud en Medellin, ventaja competitiva alternativa para la ciudad . *Revista EAN* , 37-58.
- Mathijsen, D. (2015). DARPA: Inventing the future of military technology. *Reinforced Plastics* , 59 (5), 233-237.
- Michaelson, G. (2006). *Sun tzu: el arte de la guerra para directivos* (4 ed.). Barcelona: Gestión 2000.
- Naranjo, J. C., Jiménez, D., & Sanz, R. (2016). Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. *Revista Latinoamericana de Psicología* , 42 (1), 30-41.
- Oppenheimer, A. (2014). *Crear o morir* (1 ed.). Bogotá: Debate.
- Rodriguez, A. (2016). Validez predictiva e impacto adverso de la entrevista conductual estructurada en el sector público. *Journal of Work and Organizational Psychology* , 75-85.

- Sahni, N. S. (2016). Advertising Spillovers: Evidence from Online Field Experiments and Implications for Returns on Advertising. *Journal of Marketing Research* , 53 (4), 459-478.
- Silliker, A. (25 de Marzo de 2013). Google all about creativity, innovation. *Canadian HR Reporter* , 8.
- Sumiala, J., & Tikka, M. (2015). News rituals of participation: Negotiating temporalities, categories, and hierarchies of news-making on YouTube. *Anthropological Notebooks* , 5-20.
- Turriago, A. (2002). *Gerencia de la innovación tecnológica* (1 ed.). Bogota: Alfaomega.
- Valles, M. S. (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid, España: Centro de investigaciones sociológicas.
- Zhang, H.-Y., & Lv, S. (2015). Intellectual Capital and Technological Innovation: The mediating role of Supply Chain Learning. *International Journal of Innovation Science* , 7 (3), 199-210.
- Wayne Xu, W., Park, J., Kim, J., & Park, H. (2016). Networked Cultural Diffusion and Creation on YouTube: An Analysis of YouTube Memes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* , 104-122.