Caso de estudio: Google INC

Este caso tiene como objetivo analizar el diseño estratégico de una organización de posicionamiento mundial, identificando las variables internas y externas y la forma en que deben ser tratadas para lograr el éxito de una organización.

El contexto mundial está fuertemente influido por el fenómeno globalización, a partir del cual se experimentan rápidos cambios en el desarrollo tecnológico, la política internacional y la movilidad de la población.

Gracias a ello, surge la necesidad de aplicar una metodología que permita recopilar y analizar la información que, de forma oportuna y veraz, que conduzca a la toma de decisiones.

Una de las empresas de mayor importancia y crecimiento sostenido, con un giro actual y con gran proyección para el futuro a nivel mundial, es Google, que ha revolucionado e innovado incorporando un modelo de negocio creativo y distinto.

La compañía fue fundada por Larry Page y Sergey Brin en septiembre de 1998, y desde entonces, han pasado varios años donde Google creció hasta convertirse en la empresa más poderosa de Internet.

Muchos se preguntan a la luz de su posicionamiento actual qué estrategias incorporó en esta expansión. Y la realidad es que no es una fórmula unívoca, son una serie de factores que bien dirigidos han influido en el éxito de Google, y el punto de partida puede darse en la filosofía empresarial que los ha guiado desde sus inicios. Esta filosofía se compone de los siguientes principios base:

1. Es mejor hacer una sola cosa realmente bien

2. Es mejor ser rápido que lento

3. La democracia es una buena forma de gobierno para la web

4. Las respuestas pueden llegar a cualquier lugar

5. Puedes ganar dinero sin hacer el mal

6. Siempre hay más información por descubrir

7. La necesidad de información traspasa todas las fronteras

8. Se puede ser serio sin usar corbata

9. No basta con ser muy bueno

En 1997 BackRub se convierte en Google, el nombre proviene de un juego de palabras con el término googol, acuñado por Milton Sirotta, sobrino del matemático norteamericano Edward Kasner, para referirse al número representado por un 1 seguido de 100 ceros.

El uso refleja la misión de la compañía de la inmensa cantidad de información disponible en la web. Ese mismo año Larry Page y Sergey Brin, registran el dominio google.com.

El enfoque de Page y Brin buscaba perfeccionar el método para buscar información. Es conveniente señalar que de forma particular en el campo disciplinar administrativo permanecen latentes dos objetivos: la búsqueda de nuevas formas para promover mejoras que impacten a la sociedad y el desarrollo de competencias analíticas y creativas que potencien la innovación. De forma tal que el contexto establece las necesidades formativas que hoy por hoy precisan delimitar las problemáticas para intervenir y resolverlas.

Google observa una visión precisa que se concreta en comprender las necesidades, motivaciones, comportamiento y expectativas de los consumidores.

Pero, en realidad, comportamiento y opinión son cuestiones complementarias, ya que la segunda nos ayudará a comprender mejor los porqués del primero.

En este caso de estudio se atiende el comportamiento de las herramientas en línea que nos pueden ayudar a averiguar los intereses del mercado, basándonos en lo que los internautas están buscando en Internet.

La mayoría de los usuarios de Internet están familiarizados con la función básica de Google como motor de búsqueda en la red. Sin embargo, detrás de este buen buscador, actualmente se ubican una serie de aplicaciones y usos complementarios y de gran diversidad que han fortalecido el modelo de negocio de Google. Algunas son:

- Google Trends
- Google Insights

Estas herramientas permiten aproximarse de forma secuencial al comportamiento de los usuarios de Internet y averiguar qué es lo que están buscando con enfoque anticipatorio.

Aunque el enfoque esconde las motivaciones de búsqueda, analizar aquello que interesa a los cibernautas es de gran valor para las herramientas. De hecho, existen variables que permiten detallar más la información que arroja la simple búsqueda. Por ejemplo, los tiempos para estimar patrones por estación y la localización que ayuda a ubicar y segmentar intereses por cultura y país. A

nivel administrativo, ubicar las preferencias de las organizaciones aporta en sentido doble, tanto a la organización como al usuario.

De todo esto surgen algunas dudas, por ejemplo, ¿cómo construye Google sus estrategias? ¿Cuál es la relación entre su cultura corporativa y el alcance de estos objetivos?

Las empresas exitosas, además de integrar el capital intelectual que les permita desarrollo e innovación en sus productos, incorporan a su estructura y filosofía elementos asociados a la forma de actuar, donde los principios y valores éticos definen la ruta.

Google hace hincapié en esta filosofía que fortalece al trabajador, y hace eficientes los resultados de su desempeño, la empresa sabe que, si se compromete con su cliente interno, con su personal, ofreciéndoles un trato justo y remuneración adecuada, los colaboradores a su vez, se convierten en la piedra modular en el desempeño de sus actividades, logrando la participación y la responsabilidad para el alcance de metas y objetivos propuestos en cada estrategia.

De hecho, cuentan con prácticas semanales en las que el colaborador tiene libertad de trabajar en un proyecto de propuesta propia asociado con alguna de las áreas de la empresa. Esto ha dado por resultado la creación de importantes aplicaciones como el Google Maps o el Google Academic.

Es importante señalar que las estrategias de diversificación de Google son la punta de lanza en su posicionamiento y apertura en el modelo de negocio.

Han incrementado el valor significativamente, aunque se observa que, a pesar de sumar nuevas formas de abordar el entorno con propuestas novedosas e innovadoras, no descuidan el eje de su misión, que consiste en organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil.

Google ha aprovechado sus fortalezas y las debilidades de sus competidores para el desarrollo de nuevos productos, pero bajo una perspectiva orientada a la calidad y mejora continua.

Referencias

- Síntesis de elaboración propia (2021) elaborado a partir del Caso Google Inc (2015) Harvard Business Review Education.