



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el
Documental Dentro de Google, Lima, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Coral Herrera, Hellen Priscila (ORCID: 0000-0002-6860-4228)

ASESOR:

Maestro. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: 0000-0002-5950-7848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este pequeño espacio va dedicado en especial a la niña de mis ojos, a la que me dio luz entre sollozos. A mi pequeña Evaluna Valentina, quien fue mi motivo a no dejar inconcluso lo que un día inicie.

Agradecimiento

A la universidad Cesar Vallejo por brindarme información para la elaboración del presente trabajo, y por contar con un excelente equipo de profesionales que forman seres humanos con pasión a lo que hacen, en especial al maestro y asesor Javier Argote, y finalmente a mis padres Nancy y Pedro, gracias por su apoyo incondicional.

Índice

Página

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
RESUMEN	
ABSTRACT	
Índice de contenido	
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística	23
3.3. Escenario de estudio	23
3.4. Participantes	24
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.6. Procedimiento	25
3.7. Rigor científico	26
3.8. Método de análisis de datos	26
3.9. Aspectos éticos	27
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	46
ANEXOS	
Tabla 1: Matriz de consistencia	50
Tabla 2: Medición del instrumento	51
Tabla 3: Operacionalización de variables	54
Tabla 4: Modelo de ficha de observación	55
Tabla 5: Fórmula del coeficiente de V de AIKEN	58
Desgravación del video	62

RESUMEN

La presente investigación titulada “Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google, Lima, 2020”, tuvo como objetivo general explicar el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, para ello se ha hecho uso del nivel hermenéutico, el cual está orientado a profundizar casos específicos y analizar el fenómeno a partir de sus atributos o características.

Este proyecto pertenece a un estudio de casos acompañado de un diseño no experimental, por ende, está comprendido por un enfoque de tipo cualitativo, el cual pretende analizar los comportamientos de los fenómenos, más que a describir los hechos, asimismo, se ha utilizado como unidad de análisis el documental denominado “Dentro de Google”, para ello se ha hecho uso de la técnica de la observación con la finalidad de llevar a cabo un buen análisis de toda la información.

Como consecuencia, se llegó a la conclusión que el proceso de formación de la cultura organizacional se ha establecido mediante un constante régimen de trabajo, partiendo de los valores que se han ido inculcando a cada integrante que conforman la organización de Google, además que los fundadores de la empresa han considerado dentro de su estructura diversos factores como la capacidad suficiente para desarrollar nuevos avances tecnológicos e implementar estrategias de comunicación; así como la eficiencia y eficacia en sus actividades, con el objetivo de posicionarse como el buscador más utilizado a nivel por los usuarios, de acuerdo a la necesidad que cada individuo pueda tener.

Palabras Clave: Cultura organizacional, clima organizacional, colaboradores y tecnología.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Analysis of the process of formation of Organizational Culture in the Documentary Within Google, Lima, 2020", had the general objective of explaining the process of formation of Organizational Culture in the documentary Within Google. Made use of the hermeneutical level, which is aimed at deepening specific cases and analyzing the phenomenon based on its attributes or characteristics.

This project belongs to a case study accompanied by a non-experimental design, therefore, it is comprised of a qualitative approach, which aims to analyze the behavior of phenomena, rather than to describe the facts, it has also been used as unit of analysis the documentary called "Inside Google", for this, the observation technique has been used in order to carry out a good analysis of all the information.

As a consequence, it was concluded that the process of organizational culture formation has been established through a constant work regime, based on the values that have been instilled in each member who make up the Google organization, in addition to the founders of the company have considered within its structure various factors such as sufficient capacity to develop new technological advances and implement communication strategies; as well as the efficiency and effectiveness of its activities, with the aim of positioning itself as the most widely used search engine at the user level, according to the need that each individual may have.

Keywords: Organizational culture, organizational climate, collaborators and technology.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas y organizaciones públicas y privadas, se enfrentan a constantes cambios, debido a las grandes industrias que tienen empresas con numerosos trabajadores, es por ello, que las empresas tienen un reto todos los días y es que, sin duda, cada vez existen organizaciones más competitivas que realizan cambios constantemente y crean nuevas estrategias y enlaces de coordinación con el objetivo de posicionarse como la mejor ante su competencia.

Asimismo, realizan actividades que resultan ser motivadoras para los colaboradores; puesto que a nivel mundial existen miles de estrategias de cómo llegar a formar una excelente cultura organizacional dentro y fuera del trabajo, del mismo modo, se puede aludir que la cultura organizacional nace dentro de la organización, como uno de los instrumentos que va a permitir el desarrollo en conjunto en su medio ambiente con éxito adaptativo.

En el desarrollo del Documental de Google (2012), se sostiene que en 1998 se creó una nueva empresa, donde tenía por misión organizar la información del mundo y hacerla accesible y útil para todos, asimismo, se iba a tardar unos 300 años en alcanzar esta meta, que era la de ser ambicioso. Por otro lado, Google se ha convertido en la aspiradora global de los datos digitales, por lo que se calcula que maneja un aproximado de 20 petabytes al día, el cual equivale a 130,000 fotos o a 5 mil millones de canciones en un iphone.

Google actualmente gestiona más de mil millones de búsquedas al día, y esas búsquedas dejan una huella digital de la persona que visita el sitio. Entre una de las cosas interesantes en cuanto a las búsquedas de Google, es que realmente es una base de datos de intenciones, la cual anda indagando en todo momento, basándose en lo que se está colocando en el buscador, donde cualquier situación pueda tener libre acceso a dicha información.

En sólo 10 años Google se ha convertido y se ha consolidado como una de las empresas más importantes de Silicon Valey, en donde ha cultivado la imagen de tener una presencia masiva para los usuarios, es por ello que, cuanto Google

empezó a escanear millones de libros, de diversos autores y editores en vez de alegrarse iniciaron una demanda por violación de derechos de autor.

En tanto, cuando Google empezó a fotografiar las calles, los defensores de la publicidad pegaron el grito al cielo puesto que lo veía de buena forma, a lo que se puede agregar, que en donde siempre se expandía Google, estaba acompañado de caos y de descontentos y cuando el problema surge, Google recurre al lema corporativo nacido de la versión de uno de los empleados de la empresa, o simplemente a la jerga corporativa. El motor de búsqueda de Google, nació en este centro de información tecnológica que es el departamento de informática de la Universidad de Stanford.

Larry Page y Serguéi Brin, se conocieron en la universidad en 1995, en donde ambos tenían muchas cosas en común, por una parte, sus padres eran profesores universitarios, y sus madres eran científicas. Por otra parte, ambos nacieron con ordenadores y amaban todo lo relacionado con ello. Continuando con la historia de Google, Héctor García Molina, era uno de los asesores de Serguéi Brin quien trabajaba con él en el problema de extracción de datos, en donde dicho asesor lo que destacaba de Brin era su edad por lo que a sus 19 años ya era estudiante en doctorado y sostenía también que era un joven muy inteligente.

Serguéi Brin, nació en Rusia, prodigio de las matemáticas y amante de la natación y la gimnasia, mientras que Larry Page era el inventor que quería cambiar el mundo, es así que, en un momento dado comenzaron a trabajar juntos en un motor de búsqueda. En ese sentido crearon motores con piezas de ordenador sueltas, algunas de ellos prestados del departamento de la Universidad de Stanford tras agotar sus ahorros se les ocurrió ingeniosas soluciones por su limitado presupuesto. Es así que a Larry se le ocurrió la idea de comprar discos individuales en las cajas y así construir su propia máquina, obteniendo más almacenamiento por el mismo dinero.

Asimismo, con una estructura hecha con bloques de juguetes y la salsa de su algoritmo secreto, lograron elaborar un revolucionario motor de búsqueda en donde se veía en seguida que el orden de las páginas eran mucho mejor que el que estaban ofreciendo como es: AltaVista, que a mediados de los 90, dicho buscador

solo buscaba textos, ordenando los resultados según la cantidad de veces en donde aparecía la palabra clave. Por lo cual, el motor de búsqueda de Larry y Serguéi eran mucho más sofisticados, gracias a un algoritmo matemático el cual se fijaba más en la cantidad de Link (entrada y salida) de las páginas web, es decir, mientras a más Link mayor era el rango de probabilidad.

Por otro lado, se dieron cuenta que trabajar en este proyecto en cuanto al contexto universitario, no le daba el alcance y la escala que necesitaban para su propia satisfacción, es por eso que decidieron dejar de estudiar por el momento y poner la empresa en marcha y luego volver a terminar la universidad. Es así, que ambos se prepararon para abandonar Stanford (California).

Por lo cual se presentaron los trabajos que habían hecho sobre el motor de búsqueda en el año 1995, lo cual, dado el interés, formaron parte de ello, añadiendo también que Google obtuvo su primer empleado de nombre: Craig Silverstein, quien es estudiante de doctorado, y en un principio señaló que no encajaba dentro de la organización, puesto que todos eran muy inteligentes, pero que se le dio la oportunidad para poder laborar en la empresa. Asimismo, el primer empleado sostuvo también que hubo candidatos que no se contrataron, aunque parecían bien preparados técnicamente, dejaron mucho que desear el tema de su personalidad y no era factible poder trabajar con nosotros.

Por su parte, los 3 estudiantes de Stanford ofrecieron su cuartel general en un garaje, siguiendo el tópico de Silicon Valey, donde la empresa empezó a extenderse, un cuarto integrante de nombre: Raymond Sidney entró a laborar en enero de 1999, pocos meses después de que se creara la empresa. Por otro lado, se alquilaba la mitad de una casa en donde aún había gente viviendo, pero de alguna manera se trataba de acomodarse, instalando los ordenadores y donde todo el personal trabajaba en el despacho y dormitorios incluyendo el garaje también, por lo cual solo se contaba con una impresora y una mesa de pin pon. Para Craig Silverstein indica que al menos una o dos veces al mes se empeñaba para ir al garaje y poder trabajar ahí y poder contar a toda la gente que en un momento empezaron trabajando en un lugar el cual no era el apropiado.

Cuando Google creció demasiado y no entraban todos los trabajadores en el garaje, se trasladó su cuartel general a oficinas (ubicado en el centro de Palo Alto), donde era una zona de restaurantes, pero cabe resaltar también que la meta era distinta cada noche. Asimismo, la empresa Google se fue expandiendo rápidamente y se trasladaron de nuevo a otro lugar, pero esta vez era un sitio donde ya no había muchos restaurantes a su alrededor. Por su parte Larry y Serguéi, decidieron que era más rentable tener su propia cocina y su propio chef, en donde el cocinero elegido de nombre Charlie Ayers, tenía un currículum intachable, en donde al principio la empresa le ofreció acciones, pero el chef en ese momento estaba en duda por lo que le contó a su padre sobre el tema, y este le dijo que no de ningún dinero por las acciones porque es una empresa privada y que no les crea nada.

En octubre del 2000, Google se embarcó en un nuevo negocio como es: La publicidad online, en donde casi inmediatamente el dinero de la publicidad comenzó a entrar a raudales, y la presión creció sobre Larry y Serguéi por parte de sus inversores capitalistas. Asimismo, querían un presidente que esté al frente de la empresa, por lo cual eligieron a un viejo experimentado de nombre: Erick Smith, quien había dirigido la marca de software novel de sistemas, pero lo más importante para los fundadores era que compartían el perfil informático prometido con una ambición empresarial.

Siguiendo con la historia de Google, el empleado número 23 de nombre Pool Baguey, fue el creador del lema “no seas malvado”, ingeniero de sistemas de profesión, y quién inventó en un solo día el GMAIL, el cual es un programa de correo electrónico interno por los usuarios de Google, por lo cual hubieron muchas objeciones para crear dicho programa, pero uno de los principales puntos era que no se podía hacer dinero sino se contaba con todo lo necesario, para así poder plasmar la idea y hacer de ello una publicidad valorizada. Cabe señalar también que Craig Silverstein, tiene en sus recuerdos las reuniones que se hacían hace más de un año y los constantes debates y características de este tipo de publicidad, lo cual llegara a funcionar con normalidad.

Es por ello, que al final decidieron intentarlo, pero que de igual manera se lanzaría el Gmail el 1 de abril del 2004, lo cual fue considerado como una broma, asimismo, la introducción de los anuncios personalizados de Gmail, mostraron no

ser un añadido más a la creciente línea de negocios de Google, por lo que se había convertido en una máquina de hacer dinero a través de la publicidad. Al hablar de este tema publicitario, la oferta pública inicial de Google, había recibido más información que cualquier otra en su historia.

Tanto los creadores de Google como sus empleados, afirmaron que les iba bien económicamente y por ello el negocio era muy beneficioso, a tal grado que llegaron a enriquecerse hasta el grado de convertirse en multimillonarios, en ese sentido se presume también que gozaban de una buena vida y tenían con ello todas las comodidades posibles, para lo cual bastó 6 años para convertirse en personas importantes y muy adineradas. Asimismo, su empresa Google se había convertido en uno de los mejores motores de búsqueda, e incluso habrían entrado tanto en diccionario como en verbos, como también en una herramienta tecnológica la cual se había convertido en parte de la cultura popular, y la percepción de los jóvenes de que la empresa era una mezcla de residentes universitarios con una mezcla de paraíso.

Asimismo, Google recibe más de 1 millón de solicitudes de empleo al año, y es así también que para llegar a formar parte de los 20,000 empleados de la empresa Google, hay que pasar por muchas pruebas y entrevistas. En tanto, otro Licenciado de Estadística e Informática de la ciudad de Stanford, revela que había trabajado en empresas de alta tecnología antes de su ingreso en Google, en donde dicho trabajador sostiene que tuvo que pasar entre 10 a 15 entrevistas y justo esta última era con Larry Page, fue así que un día se sentó en su despacho del fundador ya mencionado para sostener una entrevista con él, en donde Larry Page le hizo preguntas muy difíciles pero al final tuvo la suerte de haber podido salir seleccionado y es así que le llegaron a ofrecer el puesto.

Entre los más valorados ingenieros informáticos de Google están los APM o denominados los Manager de productos asociados. Asimismo, Nathan Stoll (ex-googler), sostiene que dicha empresa contrata asociados recién licenciados, para poder inculcarle de alguna manera nuevas ideas y perspectivas, por lo que se puede ver en el video la mayoría de los jóvenes son de un nivel académico increíble, y por lo cual se les da un gran sentido de responsabilidad y autoridad.

Jeff Harris, califica el buen ambiente de trabajo y que es abierto respecto a todo lo que se hace dentro de la empresa, puesto que se puede dominar la web interna y ver los detalles de todos los proyectos. Pueda que Google sea transparente internamente, pero por lo que se puede observar es que muchas compañías de Silicon Valey, indican que es muy sensible acerca de lo que se pueda informar a extraños, así como el código de la pantalla de los ordenadores, como los garabatos de las pizarras que suelen estar por todas partes. Asimismo, se cree conveniente tener pizarras por todas partes de la empresa, porque eso fomenta la creatividad, en el cual se puedan buscar cosas, crear ideas y trabajar con otras personas con la misma finalidad, Documental de Google (2012).

Chung (2017), indica que la cultura organizacional ha surgido como respuesta a todos los cambios que se han realizado dentro de las organizaciones aproximadamente a comienzos de los 80, para luego pasar a ser una de las más utilizadas para encaminar la dirección y planificación de toda organización.

Es necesario resaltar que en toda organización debe existir una comunicación clara y precisa, en relación de los jefes con sus colaboradores, y de esta manera se pueda encaminar los resultados en una misma dirección dentro y fuera de la institución, del mismo modo, el campo de comunicación general y organizacional deben considerar su relación con ámbitos de discusión vinculados con el desarrollo socioeconómico, lo cual permita que la actividad productiva en el marco de la globalización fluya con normalidad, fue lo que concluyó Gómez (2013).

Por su parte los autores Domínguez, S., Domínguez, B., y Domínguez, J. (2012), determinan que la Cultura Organizacional sirve de marco de referencia a los miembros de una organización y da pautas acerca de cómo las personas deben conducirse en ellas, hasta el punto de mostrarse evidente y se pueda reflejar la conducta de las personas al momento de ingresar a una organización. En tal sentido, las empresas se han visto en la necesidad de adaptarse a las nuevas reglas del juego, es decir, se han adaptado a los constantes cambios con el transcurso del tiempo, en lo que respecta que ya han sido denominados anteriormente como clima organizacional. En tanto, la historia de los fenómenos sociales, económicos, políticos, religiosos, culturales y artísticos, se ve influenciado en los diversos factores que determinan su evolución. Asimismo, desde que el

hombre descubre los instrumentos de trabajo, empieza a evolucionar en todas las fases de su vida y con ello aparece la cultura. Uno de los temas más importantes es la idea de cómo se ha llegado a considerar a las organizaciones como culturas, donde existe un sistema de significados compartido por sus miembros.

Rengifo, I., Hereyra, O. (2012), sostienen que a comienzos de los 80 ha existido una serie de hallazgos respecto a los temas en relación a la cultura organizacional para luego desarrollar y poner en práctica nuevas políticas y estrategias exitosas. Es por ello que, el presente trabajo se centra en el desarrollo del proceso de la cultura organizacional de Google y cómo ha ido creciendo en cuanto a sus creencias y métodos que han surgido dentro de la empresa con el transcurrir del tiempo. Finalmente, la evolución de la cultura organizacional, posee un concepto que tiene un origen muy reciente, el cual ha sido denominado como clima, y utilizado por los psicólogos desde hace mucho tiempo, por lo tanto, el concepto de cultura, se viene utilizando de manera precisa y clara en los últimos tiempos.

Se precisa que Google cuenta en la actualidad con una cifra de aproximadamente 30 granjas inmensas a nivel mundial, las mismas que han sido destinadas para funcionar como almacén para los procesadores, donde se almacena toda la información.

II. MARCO TEÓRICO

Los autores Gómez, C., Día, J., y Rodríguez, Ortiz. (2013), manifiestan que la teoría de la Cultura Organizacional se puede definir como una serie de características que hace posible distinguir una organización de otra, en tanto, es la manera en que las personas se comportan dentro de una organización para diferenciarse de otra, esto implica conocer sus normas y valores, las cuales se han ido desarrollando desde generaciones anteriores.

Del mismo modo, se puede aludir que la cultura organizacional nace dentro de la organización, como uno de los instrumentos que va a permitir el desarrollo de los que conforman dicha organización que en conjunto logran adaptarse a las nuevas políticas y estrategias de la empresa.

Actualmente Google posee una cultura interna de trabajo donde existen espacios modernos, donde los colaboradores pasan de 12 a 14 horas al día aproximadamente, del mismo modo se les permite descansar en espacios muy cómodos debido a las largas jornadas de trabajo que tienen a diario de los denominados googlers. En ese sentido, los fundadores de Google, Larry Page y Sergei Brin, circulan como un trabajador más dentro de sus instalaciones y hasta comparten el comedor con el personal en la sede de California, es por ello que, la teoría de la cultura organizacional se relaciona con el presente proyecto.

Por otro lado, el autor Bernabé (2005), manifiesta que la teoría de las ideas es concebida por Platón, quien asegura que el mundo no había existido alguna vez, sino que había sido hecho. Asimismo, Aristóteles y los críticos de la teoría de las ideas y de los principios, toman como referencia un conjunto de metáforas, que, en consecuencia, de ello, el pensamiento de Platón surge de crear una idea de manera singular, comparados bajo diversos dominios, en un mismo plano.

Si bien es cierto, la teoría de las ideas, guarda relación con el tema analizado, debido a que se mencionan las características que en este caso se trata de la empresa Google, en la cual dentro de su organización se ha podido observar como un factor principal el tema de la confianza que existe entre los ingenieros de sistemas con sus colaboradores, puesto que, si alguien de ellos divulgara dicha información, esto podría ocasionar múltiples daños económicos para su organización de Google, como también perder credibilidad hacia el usuario, debido a que se dejaría de contar con este buscador y como consecuencia dejar de navegar en la nube.

En este apartado se pasará a desarrollar diversos estudios encontrados relacionados al problema de investigación, es decir ideas, conceptos y argumentos semejantes en relación al tema y para ello se ha empezado por desarrollar trabajos de investigación del ámbito internacional.

Carrillo, A. (2016), ha realizado su artículo denominado “Medición de la cultura organizacional”, en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador, la cual tuvo como objetivo realizar un análisis de revisión documental para adquirir

con información actualizada de la misma forma en que se mide, en tanto se ha analizado algunos estudios empíricos que han sido relevante para el estudio y tratamiento del presente tema. Finalmente, se ha determinado que la cultura organizacional se mide en relación a estrategias, según cómo es su estructura, el trabajo en equipo, liderazgo, puesto que todos los colaboradores trabajan y están orientados a obtener un mismo resultado.

Esto significa que, como consecuencia de la investigación, la globalización en base a las tecnologías forma parte importante e imprescindible para el desarrollo de las organizaciones, por lo tanto, tiene un aporte relevante ya que mediante estas herramientas hace posible que las empresas se enfoquen en desarrollar nuevos retos y desafíos en la formación de su cultura.

Siguiendo la línea de los antecedentes del ámbito internacional, se ha citado a Rodríguez (2013), quien desarrolló un artículo denominado “La cultura organizacional: Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración”, el cual fue desarrollado en la Universidad del Centro Educativo Latinoamericano Argentina, donde tuvo como objetivo sistematizar las formas de pensamiento de autores, los cuales fueron destacados del fenómeno de la cultura organizacional y no desde un enfoque teórico, con la única finalidad de implementar las estrategias a fin de que genere un impacto en la efectividad del desempeño de los autores.

Aquí se ha podido apreciar que han desarrollado varias teorías para poder trabajar en base a ello y lograr obtener tener una mejor funcionalidad y efectividad adecuada en sus resultados.

Finalizando con los antecedentes internacionales, Marulanda, C., Giraldo, J., y Serna, M. (2016), sostienen en su revista titulada “La cultura organizacional y su influencia en el ciclo de vida de la gestión del conocimiento de las Pymes del sector TI del eje cafetero de Colombia”, tuvieron como objetivo general la relación existente entre la cultura organizacional y el ciclo de vida para la gestión del conocimiento en las empresas, de la misma manera esta revista busca generar

nuevos aportes para futuras investigaciones, sobre todo en las pequeñas y medianas empresas y así promover nuevos conocimientos.

En este contexto se pudo analizar que ha permitido mejorar el desarrollo de las pymes en cuanto a su gestión y flexibilidad que han tenido durante su desarrollo a través de nuevas tecnologías, para la realización de nuevos cambios, por ello guarda relación con el presente trabajo, ya que dentro de la cultura organizacional de Google también se han implementado cambios constantes en relación a su tecnología de vanguardia en todos los aspectos.

En lo que se refiere a los antecedentes del ámbito nacional para el presente proyecto se ha tomado de referencia al autor De Guzmán (2015) quien ha desarrollado un artículo denominado “La cultura organizacional en el contexto de la globalización, a través de apuntes Universitarios. Revista de Investigación”, que fue realizado en la Universidad Peruana de los Andes en el Perú, donde tuvo como objetivo general analizar la cultura organizacional dentro del contexto de la globalización económica actual. Para ello, ha realizado una exhausta revisión de conceptos importantes tales como la cultura organizacional y el avance tecnológico, la cual tiene como finalidad que las empresas puedan desarrollarse libremente en el mercado, igualmente exhorta a las organizaciones a dar un valor agregado a los clientes haciéndose notar la diferencia ante las demás.

Este antecedente, da a conocer que la cultura organizacional si bien es cierto engloba a muchos aspectos que se han considerado esenciales para formar su cultura y darla a conocer a los clientes, es por ello que, toda organización tienen una misión y es que al igual que el presente proyecto de investigación, que tiene por objetivo organizar y transformar la información a nivel mundial y hacerla útil, ésta tiene una importante responsabilidad con la sociedad, en tal sentido se deben tomar fuertes decisiones que cambian el panorama dentro de una organización con la finalidad de diferenciarse una de otras.

Continuando con los antecedentes nacionales, se citó al autor De la Torre (2016), quien desarrolló su trabajo de investigación denominado “Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la

oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú, 2016”, la cual fue desarrollada en la Universidad San Ignacio de Loyola, para obtener el grado de Licenciado en International Business, donde tuvo como objetivo determinar de qué manera se relacionan los valores, normas y creencias con el desempeño laboral de los colaboradores dentro de la organización, también hizo uso del nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo y correlacional, utilizando un diseño no experimental. En tanto, tuvo como resultado que existe una buena relación significativa entre la cultura organizacional y del desempeño laboral de los colaboradores.

En este antecedente se observó que definitivamente está relacionado cultura organizacional y las costumbres de las personas con la realización de las labores en su centro de trabajo, puesto que forman parte de ella y de su vida cotidiana, es por ello que, en el caso de la cultura organizacional de Google, también se ha demostrado que cada integrante que pertenece a esa empresa se siente identificado con ella, ya que más que una organización es como una familia.

Y para terminar con los antecedentes del ámbito nacional se citó a Vargas, R. (2011), quien desarrolló un artículo titulado “Cultura Organizacional y Desarrollo Universitario”, realizada en el año 2009, en sus seis facultades del área académica de Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno-Perú, trabajó con una muestra de docentes nombrados y contratados, con el propósito de dar a conocer la estructura cultural, la cual logra motivar a un mejor comportamiento en los docentes, asimismo, tuvo un enfoque de tipo cuantitativo, el cual finalmente concluyó que la cultura organizacional y el desarrollo están de alguna forma asociadas debido a que ello permitirá dar un aporte favorablemente al desarrollo universitario, y esto se denota de los valores positivos que posee cada persona como es el compromiso y profesionalismo aplicado dentro de una organización.

En ese sentido, se puede decir que el precedente desarrollado genera un aporte al trabajo de investigación, puesto que busca la manera de incentivar a los trabajadores a generar nuevos valores y ponerlos en práctica en su vida profesional y diaria, de esta forma obtener mejores resultados contribuyendo a su formación universitaria.

Sheen (2016), refiere como primera fase el nacimiento de la cultura organizacional, donde destaca el nacimiento como punto de partida comienza con los fundadores de las organizaciones quienes manifiestan sostener un nivel empresarial muy alto en las instituciones, en el cual se mantienen presentes los valores como también las políticas y protocolos que se establecen dentro de la misma. Cabe resaltar que la cultura influye relativamente en los líderes en cuanto a sus principios de cómo encaminar la empresa para captar posibles clientes mediante una buena planificación.

Para los autores Ruiz, R., Guzmán, J., y De la Rosa, J. (2011), la misión se determina como la razón de la existencia de una organización, es también denominada interna, en el cual tiene como objetivo encaminar las actividades que realizan los dueños hacia los colaboradores, todas dirigidas en una misma dirección, para luego dar a conocer las metas que se han trazado a mediano o largo plazo. Mientras que la visión es externa, puesto que, está dirigida hacia el mercado, es decir, cómo quieren verse frente al mundo y qué percepción van a tener de ellos, del mismo modo, guarda relación con los valores de las personas que pertenecen a una determinada organización.

Raffino (2020), indica que la visión es la meta final hacia dónde la organización desea llegar en el futuro, la misión y la visión se definen de forma diferente, ambas deben necesariamente estar relacionadas y ser consecuentes entre sí. En conclusión, la visión de Google es llegar a ser la empresa líder a nivel mundial, a través de tecnología más sofisticada.

Es así como la misión de la Organización de Google es definir de forma precisa y de carácter factible el camino en el cual los líderes harán posible su realidad en cuanto al entorno que los rodea, y con respecto a su visión de la empresa Google, es llegar a ser la empresa líder a nivel mundial, a través del uso de una tecnología más sofisticada, trazándose una meta final hacia dónde la organización desea llegar en el futuro, por ello necesariamente están relacionadas y son consecuentes entre sí.

Sheen (2016), señala que el análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional, son los propios fundadores de la organización quienes dan a

conocer su cultura, puesto que va direccionada al desempeño de la misma organización a la que pertenecen. Asimismo, se debe realizar una buena selección de colaboradores para poder formar un equipo de trabajo y de esta manera transmitir y contagiar las actitudes positivas hacia todo el equipo de trabajo.

Por otro lado, la etapa de la asimilación se presenta a través de un conjunto de procesos, normas y acciones, y gracias a ello los colaboradores se van involucrando con la cultura de la organización a la que pertenecen, por lo que conforme se dé el avance del proceso, se irá insertando en la mente de las personas a través de la práctica diaria, mientras que los líderes crean nuevas formas de socialización e incentivan al personal a comunicarse a través de un mismo idioma.

Para Alles (2008), la inducción es un proceso de conocimiento el cual consiste en observar y brindar información acerca de la organización o puesto de trabajo bajo circunstancias particulares, y a partir de ellas generar una conclusión. Es así como, la inducción hacia el colaborador consta de dos partes: una que va dirigido a la organización y el otro al puesto de trabajo, por lo que toda persona el primer día de trabajo teme a cometer ciertos errores, es por ello que el autor hace hincapié que toda organización tiene un método distinto d trabajo.

García (2005, p.47), hace referencia que la cultura organizacional es la totalidad de significados y creencias que han sido adaptados por los miembros de la organización como son los hábitos de pensamientos, en el marco de un orden, los cuales se pasan a ser una línea que simboliza la interpretación y orientación de prácticas y comportamientos.

Por otro lado, el bienestar y desarrollo del personal se define como el proceso mediante el cual las personas llegan a aumentar sus potenciales y con ello mismo sus fortalezas para poder alcanzar sus objetivos, y pueda existir en ellos un deseo de superación. Asimismo, tener un sentido de continuidad e identidad donde pueda ser plasmado dentro de la organización mediante la construcción activa de resultados, fue lo que remarcó Sheen (2016).

El eje transversal en cuanto al desarrollo de la cultura organizacional es la comunicación, sin el cual la cultura no puede irradiarse, puesto que se convirtió en

un vehículo, lo que hace posible que los elementos de la cultura puedan manifestarse con transparencia y poder extenderse en todos los niveles.

Puchol (2005), indica que la comunicación horizontal tiene como objetivo organizar y clasificar la coordinación previa entre los diversas áreas o departamentos de una organización, de manera que no existan vacíos que puedan duplicar el trabajo en todos los sectores que forman parte de la organización.

Mientras que para Sheen (2016), la comunicación directa se da cara a cara entre los jefes y colaboradores, en la cual se determina la forma cómo las personas recopilan información, para luego poder tomar decisiones mostrando compromiso hacia la organización, por lo tanto, si el negocio no puede ser relevante y de gran necesidad ante los ojos de las personas que trabajan para la organización, no tendría sentido que los colaboradores lo puedan entender, es lo que indica, de la misma forma, los líderes piensan que la cultura se transmite a través de medios formales, pero son realmente las interacciones informales durante el almuerzo, en las zonas de los dispensadores de agua, en las competencias deportivas de la empresa.

Por su parte. Trompenaars, T. y Hamptden (1998, p 124), hacen mención a la organización como una correlación humana y su cumplimiento en sus dimensiones sociales, política o económica, en tal sentido coincide con el diseño de la sociedad o grupo social dentro de un país o comunidad que relacionan y se declaran bajo estas variables, sobre las cuales empiezan a distribuirse los denominados de los subgrupos, aun así, perteneciendo a una misma sociedad.

Las organizaciones son consideradas instrucciones sociales específicas en el espacio y el tiempo, incrementadas por la sociedad como formas de articulación para resolver problemas precisos y que obran bajo propósitos específicos. Ocampo (2017, p.133), refiere que la organización es un conjunto de procedimientos de roles y vinculaciones que tiene como finalidad lograr fases coordinadas en una misma estructura y así propiciar los atributos necesarios para desarrollarlos en un determinado entorno.

De acuerdo a lo que establece el autor Likert (1968), acerca de la teoría del clima organizacional, hace referencia que el comportamiento de los subordinados es la

causa del comportamiento administrativo que los colaboradores perciben de las propias organizaciones, así como sus capacidades y valores, por ello se dice que finalmente la reacción se determina en base a la percepción. Inclusive el autor señala que la percepción está constituida en tres tipos de variables que se desarrollan dentro de una organización, las cuales están divididas en variables causales, variables intermedias y variables finales, que a su vez contribuyen e influyen en la apreciación de cada integrante de una organización.

Para empezar con la definición de las variables causales, se dice que éstas van dirigidas a la evolución de una organización en base a sus resultados, también son denominadas variables independientes, puesto que aquí se ubica la estructura de la organización, así como en la toma de decisiones, la capacidad y actitudes. Rodríguez (2016, p. 6). Asimismo, de estas variables se han considerado el riesgo y la toma de decisiones, que es la percepción del nivel de reto y los riesgos que se puedan presentarse en una determinada situación laboral.

En teoría, Álvarez *et al* (2016), manifiestan que la capacidad de las personas depende mucho de la comunicación que pueda tener el gerente cuando tiene que dejar claramente las tareas que debe desempeñar cada integrante, buscando siempre la eficacia y eficiencia en sus actividades, asimismo, busca también el éxito de la organización a la que pertenecen.

Para (Ackfeldt y Wong, 2006), las actitudes laborales se pueden definirse partiendo de la influencia del clima organizacional, puesto que es ahí donde se desarrolla la predisposición en el comportamiento de los colaboradores. De la misma manera Rodríguez (2016, p. 7), enfatiza que las variables intermedias dan a conocer el estado interno y la salud de la empresa, además se determinan los procesos organizacionales entre las cuales se puede destacar los objetivos, la motivación y la eficiencia en la comunicación entre los subordinados y colaboradores.

En esta variable se dan a conocer ciertas características que se refieren al caso de la motivación, la cual tiene relación en los aspectos motivacionales que

realiza una determinada organización entre sus trabajadores. En tal sentido, de acuerdo a lo que manifiesta el autor Del Valle Argañaraz (2009), la comunicación eficiente es importante para lograr que exista una buena reputación dentro de una organización, además de dar a conocer una actitud positiva y de esta manera lograr los objetivos trazados. En ese sentido se entiende que cada vez las empresas toman en cuenta el grado de importancia que tiene la comunicación efectiva y poder optimizar tiempos con la finalidad de establecer una buena ejecución para la organización.

Es así, que se consideró el concepto de la Responsabilidad individual, la cual va direccionada a la responsabilidad que tiene cada integrante dentro de una organización, así como sus leyes que tienen, además tiene que ver con la conducta ética de la persona con uno mismo y con la gente a su alrededor.

Y para terminar las variables finales se determinan como dependientes puesto que son el resultado de las variables independientes, donde se dan a conocer los logros obtenidos, además de la productividad, la ganancia, así como las pérdidas dentro de una organización. Por lo tanto, aquí se desarrollan dos clases de tipos de clima organizacional, partiendo de una técnica más autoritaria: es decir un sistema explotador y autoritario, mientras que la otra es denominada participativa, donde se refiere al sistema consultivo, también cuando existe participación en conjunto, es lo que indica el autor Rodríguez (2016, p. 7).

Para Rodríguez (2016), los logros son la obtención de aquello consecuente que se ha venido desarrollando anteriormente, para lo cual se ha empleado tiempo, esfuerzos y dedicación donde se he utilizado una serie de conocimientos para finalmente llegar a concretar su participación dentro de una organización.

Sandoval, M. (2004), respecto al clima autoritario, señala que la dirección desconfía de sus empleados, ya que en gran parte de las decisiones se toman en la cima de la organización, en tal sentido se entiende que los empleados conocen y trabajan en un ambiente de temor, donde dicho sea de paso el intercambio de palabras entre los jefes y subordinados se desarrolla con temor en base en el

miedo, donde finalmente la comunicación es tomada en cuenta como una instrucción.

Igualmente para definir el clima participativo se ha citado al mencionado autor donde asegura que en este caso la dirección tiene total confianza en sus colaboradores, debido a que la toma de decisiones se realizan en la cima; sin embargo existe la posibilidad que los subordinados puedan realizarlo también en los niveles más bajos, y de esta manera motiven en conjunto a los demás empleados, utilizando estrategias como son la recompensa y otras modalidades, además se tiene en cuenta que la organización presenta un ambiente versátil y dinámico donde es más fácil la interacción para lograr sus objetivos finales.

Chiavenato (1999), indica que la Cultura organizacional es un estilo de vida, es decir un sistema de creencias y valores que tienen las personas, además es una manera de poder interactuar con otras personas dentro de una determinada organización. Asimismo, se percibe a través de sus efectos y resultados, además tiene la capacidad de dar a conocer la mentalidad que prevalece en la organización.

Por otro lado, Stephen Robbins, S., y Judge, T. (2013), expresaron que la cultura Organizacional es un sistema de compartimentos de significados por los miembros de la cultura, el mismo que puede distinguirse una organización de otra. Este sistema se da por medio de una evaluación más cercana, en un conjunto de características claves que la organización amerita (p.530).

Sin embargo, Pérez, D. y Pérez, J (2005, p.36), señalan que la cultura de una organización comprende un dinámico conjunto de valores, ideas y tradiciones, que son compartidos por los miembros quienes forman parte de una determinada organización, además es necesario que hayan ejercido la suficiente influencia como para ser tomadas en cuenta, es decir la forma correcta de ver, pensar y sentir esas dificultades que puedan existir dentro de una organización.

Sheen (2016, p.17), determina que el punto de partida de la cultura son los fundadores de la organización, pues son los propios integrantes que imprimen el sello cultural que guía el desempeño organizacional, esto significa que influye en las personas de acuerdo al lugar asignado, luego la cultura comienza a impregnarse

en la organización, luego se inicia la etapa de la asimilación que ocurre a través de un conjunto de procesos, normas y acciones para que los colaboradores se vayan socializando con la cultura.

Esta parte del proceso tiene que ver con la transmisión, la cual está orientada en varias direcciones, una es a aquellas personas que ingresan a una organización, reforzar a quienes ya se encuentran en ella y para que el medio se entere de cómo se maneja la organización internamente. A su vez el autor explica que la comunicación adecuadamente dirigida irriga la cultura porque permite que los colaboradores, desde el nivel superior hasta el más bajo, estén al día con las conductas y resultados que se espera de ellos, con los protocolos y el uso que se dará a los artefactos culturales en una organización.

Esto significa que la comunicación, ya sea presencial o digital, es un soporte clave para que las personas tengan conocimiento acerca de los valores que debe tener dentro de una organización. En este contexto, cuando se habla de líder se refiere únicamente al máximo representante de una organización o al fundador, englobamos también en este término a los ejecutivos o funcionarios que encabezan equipos de trabajo y tiene sobre ellos funciones de dirección supervisión y control.

Azanza, G., Moriano, J., y Molero, F. (2013), señalan que el proceso de la cultura organizacional está orientada a la flexibilidad, la cual se basa en el apoyo y la innovación que pueda contribuir a ser valiosa en la economía competitiva en la actualidad, el cual a su vez tiene efectos positivos en las actitudes de los colaboradores, donde el principal objetivo es examinar cómo la orientación de flexibilidad en las culturas organizacionales facilita resultados positivos en los trabajadores a través de su impacto en el liderazgo auténtico.

Azanza, G., Moriano, J., y Molero, F. (2013). They point out that the process of an organizational culture is oriented towards flexibility, which is based on support and innovation that can contribute to being valuable in today's competitive economy, which in turn has positive effects on the attitudes of collaborators, where the main objective is to examine how flexibility orientation in organizational cultures facilitates positive results in workers through its impact on authentic leadership.

Domínguez, S., Domínguez, B., y Domínguez, J. (2012), refieren que entre los elementos de la cultura organizacional están las creencias, como son la estructura del pensamiento para interpretar la realidad, también hace hincapié a los valores como una forma de actuar ante los demás de acuerdo a la crianza que ha tenido cada persona. Igualmente, sostienen que las normas son tácticas que se transforman en conductas de cada persona que forma parte de la organización y de allí parten las actitudes y comportamiento, que pueden ser positivas o negativas, en ese sentido se puede decir que las tendencias son la capacidad que determinan las conductas y comportamientos de las personas.

Asimismo, las funciones de la Cultura Organizacional son capaces de establecer límites, haciendo la diferencia entre una organización y otra, pues determina los rasgos organizacionales que están fijados dentro del concepto de cultura que comparten en el mismo grupo de una empresa.

¿Cómo se presenta el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020?

¿De qué manera se presenta el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima, 2020?

¿De qué manera se presenta el proceso de asimilación de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima, 2020?

¿De qué manera se presenta el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima, 2020?

¿De qué manera se presenta el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima, 2020?

Desde el punto de vista teórico, esta investigación permitirá resolver esta problemática del proceso de cultura organizacional dentro de las empresas actuales, nos permitirá conocer los diferentes enfoques teóricos referentes a la conceptualización y definición de cultura organizacional, ya que para algunos estudios consideran que la cultura organizacional es una forma particular de vida

dentro de la organización. Regida por hábitos, pensamientos y actividades ejecutadas por los miembros de la organización y que debe ser aprendida por los nuevos miembros para lograr ser aceptados e incorporados dentro de la empresa.

Partiendo del enfoque metodológico, esta investigación dará la oportunidad de conocer y entender el proceso específico de la cultura organizacional y para tener un acercamiento al proceso de desarrollo dentro de una empresa. Con respecto al punto práctico, los resultados obtenidos producto de la observación y el análisis a profundidad en la película “Dentro de Google” por parte nuestra, podrán servir para que compañeros o investigadores comprenda mejor cual es el proceso de la cultura organizacional dentro de una empresa, además de los factores fundamentales para el éxito dentro de un proceso de cultura organizacional y sobre eso tomar acciones que permitan mejorar aquellas oportunidades para las empresas del hoy.

El presente proyecto de investigación de la Cultura Organizacional resulta relevante, debido a la importancia que tiene Google en la vida de las personas y organizaciones tanto privadas como públicas, puesto que ha generado a lo largo del tiempo un gran sentido de interés y necesidad para los usuarios. Por consiguiente, su manejo es de acceso libre en donde todas las personas pueden recurrir a información de diversas fuentes confiables según su requerimiento.

Además, en la actualidad, constituye un gran desafío para todas las empresas u organizaciones, lo cual necesita de su conocimiento y manejo para realizar una mejor gestión eficiente y eficaz en los sistemas organizacionales de salud. Asimismo, el presente tiene como finalidad poder brindar elementos teóricos para lograr sensibilizar a los diversos sistemas que interioricen la cultura organizacional, con el conocimiento y manejo de los valores organizacionales de la mano con sus colaboradores.

Asimismo, el presente genera un aporte a la sociedad, puesto que el buscador de Google hoy en día se ha convertido en una necesidad para todas las personas, organizaciones e instituciones a nivel mundial, ya que posee un contenido muy

extenso en cuanto a información. De la misma manera, sirve como una base para que futuros investigadores puedan nutrir más información de manera oportuna según sea su interés y necesidad.

- ✓ Explicar el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
 - ✓ Analizar el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
 - ✓ Analizar el proceso de asimilación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
 - ✓ Analizar el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima, 2020.
 - ✓ Analizar el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
-
- El proceso de formación de la Cultura Organizacional incide de manera significativa en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
 - El nacimiento de formación de la cultura organizacional incide de manera significativa en el documental Dentro de Google, Lima 2020.
 - El proceso de asimilación en cuanto a la formación de la cultura organizacional incide de manera significativa en el documental Dentro de Google, Lima, 2020.
 - El proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional incide de manera significativa en el documental Dentro de Google, Lima, 2020.
 - El clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional incide de manera significativa en el documental Dentro de Google, Lima 2020.

III. METODOLOGÍA

31. . Tipo y diseño de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se determinó un enfoque de tipo cualitativo y para ello se consideró a Toro y Parra (2009), quienes coinciden que este método se orienta a profundizar en ciertos casos específicos, más no a abordar en grandes proporciones de información, por lo tanto, su finalidad es

analizar y describir el fenómeno a partir de sus atributos o características que puedan presentarse en el estudio. En efecto, se puede decir que se pueden combinar distintos métodos.

De Gialdino (2006), indica que este método se define porque tiene un conjunto de características como ser descriptivo, inductivo, y ante todo es flexible, puesto que resalta más la validez de los hechos que puedan acontecer, por ello en este enfoque trata de identificar la naturaleza a profundidad, de la misma manera una de sus características que más se puede destacar es su compromiso que tiene hacia una aproximación natural e interpretar de la realidad del fenómeno que se está estudiando.

Darío (2011), indica que el estudio de casos debe aplicarse únicamente a casos que merezcan ser estudiados, por lo tanto, las personas y los programas están compuestos de casos y sucesos evidentes.

Por otro lado, el nivel de investigación que se utilizó es el hermenéutico, como reflexión sobre la interpretación adoptada como vía del comprender los fenómenos sociales, puede ofrecer criterios para elaborar una crítica de las tradiciones metodológicas, las cuales son utilizadas en las ciencias sociales, asimismo este enfoque se rige en los procedimientos y no hacia cuestiones filosóficas. Así lo sostienen Darío y Pérez (2011).

Asimismo, la unidad de análisis utilizada en la presente investigación, es el documental, el cual tiene las siguientes características, como es un tiempo de duración de una hora, la cual fue filmada en el año 2015, y fue desarrollada en la Universidad de Stanford, California, y Palo Alto, California, traducida y validada internacionalmente por National Geographic Channel. En tanto, aquí se narra la situación en la que se formó y desarrolló la empresa Google, logrando ser el buscador más usado a nivel mundial.

De la misma manera, se presenta a Serguéi Brin y Larry Page como los fundadores de Google, quienes lograron hacer un equipo con aquel sueño que ambos idealizaban de corazón desde niños, obtuvieron así una política de gestión

basada en principios firmes y reglas claras frente a todos sus colaboradores.

32 Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	
CULTURA ORGANIZACIONAL	Nacimiento	Misión		
		Visión		
		Selección de colaboradores		
	Asimilación	Inducción		
		Bienestar y desarrollo del personal		
	Comunicación	Comunicación horizontal		
		Comunicación directa		
	Clima organizacional	Variables causales		Riesgo y toma de decisiones
				Capacidad
				Actitudes laborales
		Variables intermedias		Motivación
				Eficiencia en la comunicación
				Responsabilidad individual
		Variables finales		Logros
				Conflicto y Cooperación
			Clima autoritario	
			Clima participativo	

3.3. Escenario de estudio

Para el presente trabajo de investigación se consideró como escenario de estudio el documental denominado “Dentro de Google”, la cual tiene por fundadores a Serguéi Brin y Larry Page, quienes son la cabeza de la empresa Google, que está situada en la ciudad de Palo Alto-California, de igual forma se tomó en cuenta la participación de los integrantes del área de sistemas, logística y los propios fundadores, donde se observó un alto nivel económico de los creadores, así como de cada uno los colaboradores de la organización.

En el documental dentro de Google, se determinó que los fundadores son norteamericanos y ambos coincidieron en la misma universidad donde estudiaban, además eran hijos de padres matemáticos y de madres científicas, por ende, compartían ideas en común y eran amantes de la tecnología; por ello fue que decidieron enrumbar una aventura juntos, sin saber que sería en un futuro un éxito rotundo al nivel mundial.

En cuanto al entorno que le caracteriza a la empresa de Google son las oficinas que tienen una estructura sumamente moderna, con ambientes acondicionados

para cada colaborador y de esta manera poder desempeñar su trabajo a diario, además ellos cuentan actualmente con un restaurante y un bar totalmente gratuitos dentro de las instalaciones, de igual manera, tienen unos sofás en forma de capsulas donde descansan luego de largas horas de jornada, pues ellos normalmente laboran de 12 a 14 horas al día; por ello, los dueños les permiten gozar de muchos beneficios como una barbería, bicicletas para trasladarse, centros recreativos y otros privilegios dentro de la empresa.

3.4. Participantes

En cuanto al estudio de investigación, los participantes que están involucrados en el estudio, son los creadores de una gran empresa, quienes han sido mencionados anteriormente, por lo que en el transcurso de los años esta empresa de Google ha ido implementándose de acuerdo a las necesidades, requerimientos y exigencias de los usuarios, convirtiéndose en el buscador más usado a nivel mundial.

Es por ello que, se eligió un documental donde se tomó en cuenta el inicio de su propuesta para lograr mejorar y potenciar la información de diversos temas e información en general, lo cual logró tener éxito con el transcurrir del tiempo y catalogarse con buena aceptación por parte de los usuarios.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En lo que respecta a la técnica utilizada en la presente investigación, se consideró la técnica de la observación y para ello se ha citado al autor Fernández (2004)

quien asegura que es un proceso en el cual se capta la información general acerca de la conducta y el comportamiento de los fenómenos con la finalidad de llevar a cabo un buen análisis cualitativo de la toda la información que se haya obtenido al final de la investigación.

Bisquerra, R. *et al* (2009, p. 321), señalan que la recolección de datos es una etapa fundamental en el proceso de la investigación, es decir, el investigador desarrolla este aspecto en la primera etapa, el cual está dirigido de acuerdo a las preguntas delimitadas del objeto de investigación, es ahí donde se aduce que empieza el análisis de datos, y posteriormente realizar su interpretación.

La validación se realizó a través de los expertos, quienes respondieron un cuestionario, revisaron e indicaron sus observaciones. Para el siguiente proceso se utilizó la V de Aiken, siendo un promedio de 91% quedando validado el instrumento de recolección de datos.

Coeficiente de validación de V de Aiken

Experto 1: Carlos Enrique, Fernández García, identificado con N. de DNI 07609813 Título en Maestría en Educación, en la Universidad Cesar Vallejo en el año 2017, además de ser licenciado en Ciencias de la Comunicación. En la actualidad docente en la Universidad Mayor de San Marcos

Experto 2: Ivy Elizabeth Mogollón Cruz, identificada con N. de DNI 03885714 Magíster en Administración De Negocios Y Relaciones Internacionales, en la Universidad Cesar Vallejo en el año 2017.

Experto 3: Gonzalo Francisco Iwasaki Cauti identificado con N. de DNI 10268069 Título Honorífico de Doctor en Filosofía de la Educación, conferido por la Academia Mundial de Educación, Doctor Honoris Causa del Consejo Iberoamericano en Honor a la Calidad Educativa, título en Maestría en Dirección Educativa por la Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, Argentina, Licenciado en Periodismo y actualmente, Gerente de Cultura de la Municipalidad de Miraflores.

3.6. Procedimiento

Para Naghi (2005), los procedimientos que utiliza un investigador deben describir de manera bien detallada y precisa toda la información que se recolectó para facilitar la información a futuros investigadores, además el diseño del procedimiento tiene que darse a conocer cuidadosamente y de esta manera lograr obtener resultados que sean objetivos y confiables.

Para el presente trabajo, se identificó el problema de investigación, así como los antecedentes del ámbito nacional e internacional, relacionados al documental denominado “Dentro de Google”, donde se pudo extraer información valiosa para nutrir el proyecto. Por otro lado, se desarrollaron los objetivos y finalmente se hizo uso de una ficha de observación, la cual sirvió para desarrollar la variable con sus respectivas dimensiones e indicadores que posteriormente fueron analizados e interpretados, con el objetivo de obtener resultados reales y fiables para luego darlos a conocer.

3.7. Rigor científico

La presente investigación está respetando los parámetros correspondientes a lo señalado, objetivos y problemas claros para un buen entendimiento. Asimismo, el presente trabajo toma en cuenta antecedentes, los cuales son tesis debidamente trabajadas y que se han realizado para la obtención de títulos profesionales en importantes universidades, las cuales aparecen en los repositorios de las universidades del país y del extranjero que permitieron a sus autores la obtención de sus títulos profesionales.

Para justificar la validez de este proyecto de investigación, se buscó el respaldo de tres expertos en nuestra rama, los cuales dieron su opinión acerca del instrumento de recolección de datos, para presentar la calificación que los expertos observaron en dicho instrumento.

3.8. Método de análisis de datos

Para el trabajo de investigación se aplicó como variable el análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional del documental denominado “Dentro de Google”, para lo cual se utilizó el método del mapeo, que fue desarrollado en la matriz de consistencia.

Es así que posteriormente se aplicó la teoría de la Cultura Organizacional donde se citó a Gómez, C., Día, J., y Rodríguez, en el cual definieron que la OC es una serie de características que hace posible distinguir una organización de otra, en tanto, además señalan que es la manera en que las personas se comportan dentro de una organización, esto significa conocer

sus normas y valores.

En tanto, se propuso antecedentes como tesis de pregrado, artículos científicos y revistas indexadas, del mismo modo, se hizo uso de un diagrama de ejecución, para señalar el tiempo correspondiente que duró el proceso de ejecución y la preparación del desarrollo de todo el proyecto.

En otro momento, se desarrollaron cuatro dimensiones que fueron extraídas de la variable, y luego se pasó a desarrollar los indicadores y sub indicadores, así como los ítems que fueron pieza importante para la formulación de los problemas y objetivos.

Asimismo, se estableció un método de enfoque cualitativo, con un nivel hermenéutico, descriptivo – inductivo, para su posterior análisis y por último se empleó una ficha de observación, las cuales fueron aprobadas por validadores especialistas en el tema como resultado del proyecto final.

3.9. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se efectuó según todos los requerimientos que solicita la casa de estudios para seguir la misma línea de investigación que requiere la escuela para su posterior desarrollo y presentación del proyecto, es por ello que, la información extraída también fue analizada y revisada por especialistas en el tema. Del mismo modo, se usó la norma Internacional de referencias APA, el cual pasó por un proceso de validación efectuado en la plataforma del Turnitin, siendo el detector de similitud de porcentaje de coincidencias con otras fuentes bibliográficas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN	
documental:	"DENTRO DE GOOGLE"
Origen:	California - EE.UU
Fecha:	2012
Escenario:	Lima – Perú
Personajes:	Principales: Larry Page y Serguéi Brin
	Secundarios: Craig Silverstein y Chris Hoofnagle
EXTRACTO DE LA ESCENA:	<p>El documental "Dentro de Google" (en inglés "Inside Google"), se inicia en 1998, bajo la dirección de dos jóvenes estudiantes universitarios de la Universidad de Stanford - California, quienes tenían cualidades en común, actualmente Google maneja alrededor de 20 petabytes al día, y esto equivalente a 130 mil millones de fotos o 5 mil millones de canciones, por lo tanto cuenta con una amplia cantidad de búsquedas, lo cual hace posible que los usuarios puedan interactuar y navegar al mismo tiempo recopilando información según sea la necesidad de cada persona, es así que se nace la idea de crear Google, ellos al principio carecían de recursos económicos como tecnológicos, pero luego tuvieron la idea de minimizar costos y de esta manera comenzaron trabajando con servidores que recopilaban en la universidad que estudiaban. Es así que en menos de diez años lograron posicionarse como la empresa líder en búsqueda de información en general y hoy en día tienen, por último, los fundadores de Google sostienen que los datos van a aportar un gran beneficio a la sociedad, y busquen la manera de hacer que los datos mejoren la vida de los usuarios y hacerla más fácil.</p>

Variable	Dimens.	Indicador	Sub indicador	ítems	Si	No	Descripción	Interpretación
CULTURA ORGANIZACIONAL	Nacimiento	Misión		Se ha observado durante el documental, la misión que tiene la empresa de Google	X		En el 1', Eric Schmidt (Director Ejecutivo de Google), sostiene que "en el año 1998 se creó una nueva empresa, en donde su misión iba a ser organizar la información del mundo y hacerla accesible y útil para todos.	La misión de Google empezó con la intención de crear contenidos de diferentes ámbitos y contextos y de esta forma hacer más amplia su capacidad de búsqueda de información, contando con los mejores ingenieros informáticos quienes optimizaban su tiempo en la creación de nuevos programas y reducían costos.

	Asimilación	Inducción		Se observa que existe motivación y aspiración por cada integrante de la organización	X	En el 8', se visualizó en una de las oficinas de Google conversaciones entre los jefes ingenieros de sistemas y subordinados, se realizaban con la finalidad de poder instruir a todos sus colaboradores acerca de los protocolos, normas, agregando a ello la confiabilidad que debe existir dentro de su organización, ya que, si en algún momento algún trabajador divulgaba cierta información, podría generarle grandes pérdidas económicas en toda la empresa.	En este episodio se ha podido apreciar que ésta capacitación por parte de los jefes se brindaba de manera constante hacia sus colaboradores, en donde se puede decir que su prioridad era no divulgar las cosas que se decían dentro de la empresa, porque caso contrario perjudicaría a su organización generando que sus ventas disminuyan y que los usuarios dejen de utilizar el navegador.
--	-------------	-----------	--	--	---	--	---

		Bienestar y desarrollo del personal		La organización cuida la salud y el rendimiento de cada uno de sus integrantes	X	En el 20', los fundadores de Google les brindaban todas las facilidades a sus trabajadores para laborar en ambientes modernos, dándoles a cada integrante una computadora portátil, la cual la llevaban a las reuniones para realizar sus apuntes, asimismo, contaban con un departamento para la creatividad e innovación del buscador, así como espacios recreativos, además tenían un descanso que hacían en unos sofás en forma de capsulas, donde tenían también almuerzo gratis, consultorio médico y hasta peluquería y otros beneficios.	Aquí se ha observado que dentro de la organización de Google los colaboradores gozaban de muchos privilegios como es tener un comedor exclusivo para todos, además de tener todas las facilidades en cuanto a los ambientes modernos para desarrollar su creatividad ya que sus jornadas eran largas entre 12 a 14 horas al día.
--	--	-------------------------------------	--	--	---	--	--

	Comunicación	Comunicación horizontal	Existe coordinación y clasificación entre las áreas dentro de la empresa de Google	X	<p>En el 20', se aprecia que el narrador indica que en la cosecha más reciente con respecto a los APM, que es la (Associate Product Manager), en donde se detalla el nombre de un ingeniero canadiense, de nombre: Jeff Harris, quien sostiene que el trabajo que está realizando tiene un producto asociado, diseñado para gente con una formación técnica, pero que en el día a día no se tiene porque trabajar con códigos. También recalca que una de las funciones de su trabajo es comunicarse con los ingenieros que sí trabajan con códigos constantemente, y de esta manera poder asegurarse que todos ellos estén trabajando paralelamente y con el mismo fin.</p>	<p>Con respecto al documental analizado, podemos observar que todas las reuniones por ambas partes se dan en la alta dirección de la organización, teniendo como prioridad la confidencialidad de la misma.</p>
--	--------------	-------------------------	--	---	--	---

						<p>tanto así que no querían que sus competidores se enteraran de lo que estaban haciendo, del mismo modo el narrador hizo mención en el documental que la empresa Facebook, tenía trabajadores que habían laborado en Google, donde resaltó que fue una experiencia muy importante en su vida de cada colaborador.</p>	<p>como la empresa más importante en lo que respecta a buscadores y buena aceptación por parte de los usuarios.</p>
	Variables intermedias	Motivación	Se aprecia en el video que existe un proceso efectivo acompañado de buena comunicación	X		<p>En el 22', Jeff Harris, quien acaba de cumplir 22 años, y para él, la mayor sorpresa fue trabajar en Google, quien califica el buen ambiente de trabajo que es abierto respecto a todo lo que se hace dentro de la empresa, puesto que podemos</p>	<p>Aquí se ha podido observar que los colaboradores se sentían motivados de pertenecer a una gran empresa tan reconocida como Google, además de sentirse como en casa por las</p>
		Eficiencia en la comunicación					

					dominar nuestra web interna y ver los detalles de todos los proyectos, lo cual es algo genial", además desde el punto de vista organizacional en el centro de privacidad de datos de Washington, el director "Marc Rotenver" preocupado por la nueva información digital eficiente, migrando a granjas de servidores por lo que indica también: "No es que el gobierno no pueda tener acceso, sino que debido a las circunstancias adecuadas perseguían el crimen y con ello favorecer a las investigaciones en algunos casos". Por lo que se necesita una perspectiva de responsabilidad y transparencia, como es la computación en la nube, que es lo que va a hacer de mucha importancia y de mucha motivación para los usuarios".	comodidades que tenían dentro de la organización.
Variab les finales	Logros	Se ha podido observar resultados	X		En el 33', que en el mercado de China, hubo un alza muy complicado debido a la	En este punto se ha dado a conocer que la empresa Google ha

V. DISCUSIONES

De acuerdo al presente proyecto, se planteó como problema general ¿Cómo se presenta el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google?, en el cual se determinó que los fundadores impulsan a cada uno de sus colaboradores a ser mejores personas y profesionales partiendo de los valores y principios de cada uno de ellos dentro y fuera de la organización. Por ello, se hizo uso de la teoría de cultura organizacional, el cual marca la diferencia con otras culturas.

Por tal motivo, se citó a Sheen (2016), quien sostiene que la cultura organizacional no es estática, sino cambiante con las mismas personas, y esto a su vez se transmite de manera inconsciente y engloba a los integrantes de toda la organización a desarrollar nuevos estilos de vida.

En cuanto al primer problema específico denominado ¿De qué manera se presenta el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google?, se tuvo como respuesta que la visión que tuvo Google fue ser el mejor motor de búsqueda así como también organizar la información del mundo y hacerla útil para los usuarios, además de convertirse en la empresa número uno a nivel mundial y llegar a posicionarse rápidamente en el mercado, utilizando para ello los mejores servidores. En ese sentido, se tomó como estudio a la teoría de la cultura organizacional.

Sheen (2016), y Raffino (2020), indican que el nacimiento como punto de partida comienza con los fundadores de las organizaciones, además de sostener un nivel empresarial muy alto en las instituciones, la cultura influye en los líderes en cuanto a sus principios de cómo guiar la empresa por un buen camino.

En tanto, se planteó como problema específico dos ¿De qué manera se presenta el proceso de asimilación de formación en cuanto a la cultura organizacional en el documental Dentro de Google?, para ello se tuvo como resultado que la capacitación que recibían los colaboradores por parte de los jefes se brindaba de manera constante, donde se puede decir que su prioridad era no divulgar las cosas que se

decían dentro de la empresa, porque caso contrario perjudicaría a su organización generando que sus ventas disminuyan, además los trabajadores gozaban de muchos privilegios dentro de la empresa que con la finalidad de motivar a realizar mejor sus actividades diarias. En este caso se hizo uso de la teoría de las ideas, ya que se percibe como un mundo cambiante conforme el avance de la tecnología nacen nuevas estrategias para posicionarse como la mejor opción en el mercado.

Para ello, se citaron a Sheen (2016), Domínguez y Navarro (2009), quienes aseguran que la asimilación es un conjunto de procesos, normas y acciones, donde los colaboradores se van involucrando con la cultura de la organización, asimismo que conforme es el avance del proceso, poco a poco se irá insertando en la mente de las personas a través de la práctica diaria, mientras que los líderes crean nuevas formas de socialización e incentivan al personal a comunicarse a través de un mismo idioma.

En este caso se formuló como problema específico tres ¿De qué manera se presenta el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google? Este punto tuvo como resultado que la comunicación que tuvieron desde un principio fue abierta y fluida entre los ingenieros de sistemas con sus empleados, lo cual guardan respeto y se consideran las ideas de cada integrante de la organización. Asimismo, se empleó la teoría de las ideas, porque justamente se trata de la realidad que se vive y se percibe entre los jefes y colaboradores dentro de la organización.

Para ello se citó a Puchol (2005), donde señala que la comunicación horizontal tiene como objetivo organizar y clasificar la coordinación previa entre las diversas áreas de una organización, mientras que Sheen (2016), sostiene que la comunicación directa se da cara a cara entre los jefes y colaboradores, donde se determina la forma cómo las personas recopilan y absorben la información, para luego tomar decisiones mostrando compromiso hacia la organización.

Para terminar, se presentó como problema específico cuatro ¿De qué manera se

presenta el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google? Para ello, se obtuvo como resultado que los colaboradores se sentían motivados de pertenecer a una gran empresa tan reconocida como Google, además de sentirse cómodos con el ambiente de trabajo que tenían dentro de la empresa, además logró en pocos años obtener grandes resultados y posteriormente un buen margen de ganancia. Aquí se utilizó la teoría de las ideas, porque hace hincapié a un mundo inteligible, debido a los buenos valores reflejados por parte de los trabajadores que actuaban de manera consciente y racional durante su jornada laboral.

Por lo tanto, Rodríguez (2016), sostiene que las variables causales están dirigidas a la evolución de una organización en base a sus resultados, así como las decisiones, la capacidad y actitudes, del mismo modo, las variables intermedias dan a conocer el estado interno y la salud de la empresa, además se puede destacar los objetivos y la motivación, y para terminar las variables finales se determinan como dependientes puesto que son el resultado de las variables independientes, donde se conocen los logros obtenidos, además de la productividad, la ganancia, así como las pérdidas dentro de una organización.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se concluyó que el objetivo general fue explicar el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020, donde se puede decir que el proceso de formación de la cultura organizacional se llevó a cabo a través de un constante régimen de trabajo, partiendo de los valores que se fueron inculcando a cada integrante que conforman la organización de Google, además se dedujo que los fundadores de la empresa consideraron diversos factores indispensables como la capacidad suficiente para desarrollar nuevos avances tecnológicos e implementar estrategias de comunicación; así como la eficiencia y eficacia en sus actividades, con la finalidad de crecer a nivel mundial y posicionarse como el buscador más utilizado por los usuarios.

Segunda: Se concluyó como primer objetivo específico, analizar el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020, donde la empresa de Google, tuvo como misión establecer que sus colaboradores hagan posible el desarrollo de sus funciones en base a sus capacidades y darlos a conocer en su entorno laboral, con respecto a su visión, fue llegar a ser la empresa líder a nivel mundial, a través del uso de una tecnología más sofisticada, con el objetivo de encaminar sus actividades hacia una misma dirección.

Tercera: Se determinó como segundo objetivo, analizar el proceso de asimilación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020, en el cual se concluyó que los fundadores a través de sus conocimientos poco a poco insertaron en la mente de sus trabajadores nuevos estilos de vida de acuerdo a sus experiencias personales y profesionales, por lo tanto buscaban que se vayan adaptando a constantes cambios y aprendizajes, asimismo se preocupaban por el desarrollo personal y profesional de cada integrante.

Cuarta: Aquí se planteó como objetivo específico tres, analizar el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el

documental Dentro de Google, Lima 2020, donde se concluyó que todos los colaboradores que pertenecen a la empresa Google comparten la misma finalidad de trabajo en equipo, debido a que tienen la posibilidad de crear e innovar constantemente nuevas herramientas tecnológicas, ya que cuentan con los recursos y materiales necesarios para su desarrollo profesional e individual, además se pudo apreciar que existe un tipo de comunicación horizontal ya que los fundadores mantenían una relación constante con cada una de sus áreas y departamentos.

Quinta: Para terminar con las conclusiones, se consideró como objetivo específico cuatro, analizar el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020, en el cual se llegó a la conclusión que cada los integrantes era consciente de su desarrollo en sus actividades, debido a que se mostraban motivados por el adecuado clima laboral que existía dentro de la empresa, al mismo tiempo, tenían la posibilidad de generar grandes ingresos para la organización por sus buenos resultados obtenidos en sus actividades.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda implementar una política institucional que fundamenten la formación individual, como también la cultura organizacional dentro de una empresa, para que de esta manera puedan brindarse diversos planes y estrategias, y así poder potenciar la participación de los colaboradores, lo cual va a permitir mostrar mejores resultados, puesto que la colaboración activa son el medio para poder enfrentar cualquier obstáculo que pueda presentarse y saber aprovechar los espacios que contribuyan a la formación individual de cada trabajador, todo esto con el propósito de mejorar la cultura organizacional.

Segunda: Se sugiere en primera instancia tener bien establecida la perspectiva de la misión y visión, en cuanto a la cultura organizacional, ya que para fortalecer esto, es necesario contar con un buen plantel de colaboradores que tengan las ganas de aprender, participar en nuevos proyectos y lograr obtener buenos resultados en conjunto. Por ello, se recomienda buscar información en otras fuentes confiables en temas relacionados a la cultura organizacional, y de esta forma evaluar posibles alternativas que puedan ser consideradas para brindar un valor agregado de acuerdo al tipo de servicio que brindemos.

Tercera: Se recomienda además, para el desarrollo de este proyecto, realizar más investigaciones respecto al tema de cultura organizacional, teniendo en cuenta que se aplicó un método cualitativo, debido a que dentro de ello se analizan muchos puntos importantes, como es el caso del liderazgo, la organización, la toma de decisiones y el trabajo en equipo, para ello es recomendable desarrollar de manera eficiente la inducción desde un comienzo para cada integrante de la empresa; de esta manera se pueda lograr generar nuevas estrategias, desde las más simples hasta las más complejas y como producto de ello puedan encaminarse con una misma finalidad para la organización.

Cuarta: Se sugiere tener un acertado nivel de comunicación, en tema relacionado a

la cultura organizacional, desarrollando para ello un nivel cualitativo, puesto que todas las ideas deben ser expresadas abiertamente, además de la discreción en cuanto a la información que cada integrante pueda sostener con los jefes; en temas delicados que tengan que ver con asuntos internos de la empresa; por ello se recomienda cortar vínculo con personas y contactos que sean ajenas a la organización, ya que las ideas que expresan los colaboradores y los jefes, puedan ser tomadas en cuenta para la competencia y en futuros egresados de su misma especialidad.

Quinta: Para concluir con las recomendaciones, se presenta con gran naturalidad, construcciones teóricas respecto al tema de cultura organizacional, para lo cual se recomienda considerar también una mejor percepción de los trabajadores en cuanto a sus funciones y procesos que se manejan dentro de toda empresa u organización, de manera que se vean reflejados en los resultados de cada integrante, sobre todo en los diversos ambientes de trabajo así como también en las distintas áreas, ya que sin ello no existiría organización ni razón de ser, por lo tanto, es recomendable que exista unión de ideas para el crecimiento en conjunto de la empresa, ya que a medida que va creciendo el nivel de cultura va aumentando con ello el nivel de jerarquía dentro de la organización.

REFERENCIAS

- Acosta, M. R., Torres, M. I. G., & Navío, E. P. (2016). Desarrollo de competencias docentes en la Universidad de las fuerzas armadas ESPE-Ecuador. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 20(2), 218-236.
- Ackfeldt, A. y Wong, V. The Antecedents of Prosocial Service Behaviours: An Empirical Investigation, doi.org/10.1080/02642060600898237, *The Service Industries Journal*, 26(7), 727-745 (2006).
- Álvarez *et al* (2016). "PYMES: Gestión y clima organizacional". Sello editorial corunimaricana. Barranquilla, Colombia.
- Alles, M. (2008). "Rol del jefe", como ser un buen jefe. Argentina.
- AZANZA, Garazi; MORIANO, Juan Antonio y MOLERO, Fernando. Authentic leadership and organizational culture as drivers of employees' job satisfaction. *Rev. psicol. trab. organ.* [online]. 2013, vol.29, n.2, pp.45-50. ISSN 2174-0534. <http://dx.doi.org/10.5093/tr2013a7>.
- Bernabé, I. (2005). *Aristóteles. Exposición e interpretación de su pensamiento*. Universidad Autónoma de México.
- Bisquerra, R. *et al* (2009). "Metodología de la investigación educativa". Editorial la Muralla (2.ª ed.). Madrid, España.
- Campos, J. (2019). Impacto de las iniciativas de gestión de ideas internas en el desarrollo de una cultura de innovación en grandes organizaciones. Un estudio de casos múltiple en España - Madrid.
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. Mc Graw Hill.
- Chung, V. (2017). Impacto de la cultura organizacional en la relación entre el liderazgo y la gestión del conocimiento en las escuelas profesionales de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (Tesis Doctoral). Universidad Peruana Unión, Escuela de Posgrado, Lima.
- Darío, A., Pérez, A., (2011). "Hermeneutics and research methods of Social Science". Universidad Autónoma de Manizales. Colombia.
- Darío, A. (2011). "Hermeneutics and research methods of Social Science". Universidad Autónoma de Manizales. Colombia.
- De Gialdino, V. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa, 42-50.

- De Guzmán Miranda, J. C. N. (2015). La cultura organizacional en el contexto de la globalización. *Apuntes Universitarios. Revista de Investigación*, (2), 19-40.
- De la Torre, L. (2016). “Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú 2016”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business. Universidad de San Ignacio de Loyola, Perú.
- Del Valle Argañaraz, A. (2009), “La comunicación eficiente en las organizaciones”. Universidad de Palermo, Argentina.
- Domínguez, S., Domínguez, B., y Domínguez, J. (2012). La cultura organizacional para los sistemas organizacionales de salud *Organizational Culture for health organizational systems*.
- Fernández, A. (2004). “Investigación y técnicas del mercado”. Universidad Autónoma de Madrid, España.
- García, D. (2005). La cultura organizacional de la empresa y su rendimiento. [Publicación en línea]. agosto14, 2009.
- Gómez, C., Día, J., y Rodríguez, Ortiz. (2013). “The origin of an idea, or an object, or a practice may not be itself terribly significant, and what has to be examined is the contribution that the idea or the object or the practice can make as against the suppression it may bring about.” Amartya Sen.
- Likert, R. (1968). El factor humano de la empresa. Bilbao, España: Devito.
- Marulanda, C., Giraldo, J., y Serna, M. (2016). “La cultura organizacional y su influencia en el ciclo de vida de la gestión del conocimiento de las Pymes del sector TI del eje cafetero de Colombia”. *Revista ESPACIOS*.
- Naghi, M. (2005). Metodología de la investigación. (2.a ed.). México: D.F.
- Ocampo, E. (2007). Cap. 2. *Elementos de gestión organizacional, en el libro administración, diseño y modelamiento de cadenas de abastecimiento*. Velásquez, Andrés y otros. Fondo Editorial: Universidad Autónoma de Colombia, Bogotá.
- Pérez, D. (2005). *La cultura organizacional de la empresa y su rendimiento*. [Publicación en línea]. agosto14, 2009. Recuperado de:

<http://132.248.9.1:8991/hevila/Cuadernosdeadministracion/2011/vol24/no42/5.pdf> (tomado 08/06/2012).

- Puchol, L. (2005). "Dirección gestión de recursos humanos". (6.^{ta} ed.). Madrid, España.
- Raffino (2020) "Misión y Visión". De: Argentina. Para: Concepto de Disponible en: <https://concepto.de/mision-y-vision/>. Consultado: 03 de junio de 2020.
- Rengifo, I., Hereyra, O. (2012). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia: caso Google. Universidad del Rosario. Bogotá.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (Vol. Décimo Quinto). (G. D. Chávez, Ed.) México, México: PEARSON.
- Rodríguez, E. (2016). "El clima organizacional presente en una empresa de servicio". Universidad de Carabobo, Venezuela.
- Rodríguez, R. (2013). "LA CULTURA ORGANIZACIONAL: Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración".
- Ruiz, R., Guzmán, J., y De la Rosa, J. (2011). "Dirección empresarial asistida": Cómo alinear estratégicamente su organización". (1.^a ed.). Madrid, España.
- Sandoval, M. (2004). "Concepto y dimensiones del clima organizacional". Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.
- Sheen, R. (2016). "*La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial*". Lima, Fondo Editorial: Universidad de Lima.
- Toro, J., y Parra, R. (2009). "Método y conocimiento: Metodología de la investigación". Medellín, Colombia.
- Trompenaars, T. y Hamptden, C. (1998). Habilidades de comunicación de las dimensiones culturales de Trompenaars. Recuperado de: <https://www.toolshero.es/habilidades-de-comunicacion/dimensiones-culturales-de-trompenaars/>.
- Vargas, R. (2011). "cultura y desarrollo organizacional en la Universidad Nacional del Altiplano – Puno COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, vol. 2, núm. 2, julio-diciembre, 2011, pp. 5-15. Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú.

ANEXOS

Tabla 1: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
NIVEL	VARIABLE	PROBLEMAS		OBJETIVOS		METODOLOGÍA
		GENERAL	ESPECÍFICOS	GENERAL	ESPECÍFICOS	
HERMENEUTICO	Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google	¿Cómo se presenta el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020?	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se presenta el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020? 	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar el proceso de formación de la Cultura Organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020 	<p>Analizar el nacimiento de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.</p>	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo: Estudio de casos</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: (hermenéutico)</p>
			<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se presenta el proceso de asimilación de formación en cuanto a la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020? 		<p>Analizar el proceso de asimilación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se presenta el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020? 		<p>Analizar el proceso de comunicación en cuanto a la formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se presenta el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020? 		<p>Analizar el clima organizacional en el proceso de formación de la cultura organizacional en el documental Dentro de Google, Lima 2020.</p>	

Tabla 2: Medición del instrumento

MEDICIÓN DEL INSTRUMENTO							
ANÁLISIS DEL PROCESO DE FORMACIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL DOCUMENTAL DENTRO DE GOOGLE, LIMA 2020							
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES		OBSERVACIONES
CULTURA ORGANIZACIONAL	La cultura organizacional no es estática al igual que la cultura de un país o de un grupo social, se enseña, transmite, hereda y transforma a través de las personas. En otras palabras, es un proceso fundamentalmente inconsciente que abraza a todos los integrantes de la organización. Sheen (2016, p. 31).	La cultura organizacional es un proceso donde se valora y comparte, el entorno, la información y el conocimiento en las organizaciones	NACIMIENTO Según Sheen (2016), los investigadores concuerdan en que el punto de partida de la cultura son los fundadores de la organización; es decir son ellos quienes imprimen el sello cultural que direcciona el desempeño organizacional.	Misión Raffino (2020), sostiene que la misión que tiene la Organización de Google es la de definir de forma precisa y de carácter factible el camino, en el cual los líderes harán posible su realidad en cuanto a su entorno.		Se ha observado durante el documental, la misión que tiene la empresa de Google.	Dentro del reportaje se especifica de manera clara sus ideas e intenciones hacia dónde quiere llegar.
				Visión Con respecto a su visión, es llegar a ser la empresa líder a nivel mundial, a través de una tecnología más sofisticada. A sí lo sostiene Raffino (2020).		Se ha observado durante el video la visión de la organización.	Se ha determinado la visión de la organización a corto mediano o largo plazo
				Selección de colaboradores Sheen (2016), indica que los empleados son un pilar importante y a su vez un punto clave para el desarrollo de la cultura, porque de la selección correcta que se realice, transmite y contagian actitudes positivas hacia todo el equipo de trabajo.		Se considera la competencia, actitud y desempeño personal.	Se ha tenido en cuenta sus múltiples capacidades individuales.

			<p>ASIMILACION La socialización permite que una persona llegue a entender los valores, las conductas esperadas, las habilidades y el conocimiento, que son esenciales para asumir un rol en la organización. Así lo sostiene Sheen (2016).</p>	<p>Inducción Es un proceso de conocimiento, en el cual consiste en observar y brindar información acerca de la organización o puesto de trabajo bajo circunstancias particulares, y a partir de ellas generar una conclusión. Así lo manifiesta Alles (2008).</p>		<p>Se observa que existe motivación y aspiración por cada integrante de la organización.</p>	<p>Se ha observado la motivación por parte de los colaboradores.</p>
			<p>Bienestar y desarrollo del personal Sheen (2016), define como el proceso mediante el cual las personas llegan a aumentar sus potenciales y con ello mismo sus fortalezas para poder alcanzar sus objetivos, y pueda existir en ellos un deseo de superación.</p>			<p>La organización cuida la salud y el rendimiento de cada uno de sus integrantes.</p>	<p>En el documental se observa que existe crecimiento personal y colectivo.</p>
			<p>COMUNICACIÓN Según Sheen (2016), indica que un eje transversal en el desarrollo de la cultura es la comunicación, sin la cual la cultura no puede irradiarse. Es el vehículo que hace que los elementos de la cultura puedan manifestarse, compartirse en todos los niveles.</p>	<p>Comunicación horizontal Puchol (2005), expresa que la comunicación horizontal tiene como objetivo organizar y clasificar la coordinación previa entre los diversas áreas o departamentos de una organización, de manera que no existan vacíos que puedan duplicar el trabajo en todos los sectores que forman parte de la organización.</p>		<p>Se respeta las decisiones y políticas impuestas dentro de la empresa de Google.</p>	<p>Se entiende que debe existir una previa comunicación por parte de los dueños hacia sus empleados, respetando también las políticas dentro de la empresa.</p>

			<p>Comunicación directa Para Sheen (2016), la comunicación directa se da cara a cara entre los jefes y los colaboradores, en la cual se determina la forma cómo las personas recopilan información, toman decisiones y muestran compromiso hacia la organización.</p>		Existe diálogo entre jefes y colaboradores dentro de la organización.	De igual manera aquí el medio comunicativo debe ser lo más fluido posible, para poder interactuar de una forma adecuada con nuestros posibles clientes.	
		<p>CLIMA ORGANIZACIONAL Según Rodríguez (2016), sostiene que el clima organizacional, hace referencia que el comportamiento de los subordinados es la causa del comportamiento administrativo que los colaboradores perciben de las propias organizaciones, así como sus capacidades y valores, por ello se dice que la reacción se determina en base a la percepción.</p>	<p>VARIABLES CAUSALES Son aquellas que van dirigidas a la evolución de una organización en base a sus resultados, también denominadas variables independientes, puesto que aquí se ubica la estructura de la organización, así como las decisiones, la capacidad y actitudes. Así lo sostiene Rodríguez (2016).</p>	<p>Riesgo y toma de decisiones</p>	Cómo ha ido evolucionando los resultados dentro de la empresa.	Se ha considerado las medidas necesarias para el inicio de una buena estructura para la organización.	
				<p>Capacidad</p>			
				<p>Actitudes laborales</p>			
				<p>VARIABLES INTERMEDIAS Para Rodríguez (2016), da a conocer con respecto a las variables independientes el estado interno y la salud de la empresa, además se determinan los procesos organizacionales entre las cuales se puede destacar los objetivos, la motivación, la eficiencia en la comunicación.</p>	<p>Motivación</p>	Se aprecia en el video que existe un proceso efectivo acompañado de buena comunicación.	Se ha visualizado los objetivos claros, a través del uso de estrategias y políticas.
				<p>Eficiencia en la comunicación</p>			
				<p>Responsabilidad individual</p>			
				<p>VARIABLES FINALES Se determinan como dependientes puesto que son el resultado de las variables independientes, donde se dan a conocer los logros que se han obtenido, además de la productividad, la ganancia, así como las pérdidas dentro de una organización. Así lo manifiesta Rodríguez (2016).</p>	<p>Logros</p>	Se ha podido observar resultados favorables para la empresa con buena solvencia económica.	Se ha podido visualizar los logros obtenidos a base de productividad dentro de la organización.
				<p>Conflicto y cooperación</p>			
				<p>Clima autoritario</p>			
				<p>Clima participativo</p>			

Tabla 3: Operacionalización de variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
UNIDAD TEMÁTICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES / SUB UNIDADES	INDICADORES	SUB INDICADORES
Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google	La cultura organizacional no es estática al igual que la cultura de un país o de un grupo social, por lo tanto, ésta enseña, transmite y transforma a través de las personas. Es decir, es un proceso que involucra a todos los integrantes de una organización. Sheen, R. (2016, p. 31), y Rodríguez (2016).	La cultura organizacional es un proceso donde se valora y comparte, el entorno, la información y el conocimiento en las organizaciones.	Nacimiento de la formación de la cultura organizacional. Sheen (2016), y Raffino (2020)	Misión	
				Visión	
				Selección de colaboradores	
			Proceso de asimilación. Sheen (2016), Domínguez y Navarro (2009)	Inducción	
				Bienestar y desarrollo del personal	
			Comunicación en el proceso de formación. Sheen (2016), y Puchol (2005)	Comunicación horizontal	
				Comunicación directa	
			Clima organizacional. Rodríguez (2016)	Variables causales	Riesgos y toma de decisiones
					Capacidad
					Actitudes laborales
				Variables intermedias	Motivación
					Eficiencia en la comunicación
					Responsabilidad individual
				Variables finales	Logros
Conflicto y cooperación					
Clima autoritario					
Clima participativo					

Tabla 4: Modelo de la ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN								
Título del documental:	"DENTRO DE GOOGLE"							
Origen:								
Fecha:								
Escenario:								
Personajes:								
EXTRACTO DE LA ESCENA:								
Variable	Dimensiones	Indicadores	Sub indicadores	Ítems	Si	No	Descripción	Interpretación
Formación de la Cultura Organizacional	Nacimiento	Misión		Se ha observado durante el documental, la misión que tiene la empresa de Google.				
		Visión		Se ha observado durante el video la visión de la organización.				

		Selección de colaboradores		Se considera la competencia, actitud y desempeño personal.				
Asimilación		Inducción		Se observa que existe motivación y aspiración por cada integrante de la organización.				
		Bienestar y desarrollo del personal		La organización cuida la salud y el rendimiento de cada uno de sus integrantes.				
Comunicación		Comunicación horizontal		Se respeta las decisiones y políticas impuestas dentro de la empresa de Google.				
		Comunicación directa		Existe diálogo entre jefes y colaboradores dentro de la organización.				
Clima organizacional	Variables causales	Riesgos y toma de decisiones		Cómo ha ido evolucionando los resultados dentro de la empresa.				
		Capacidad						

		Actitudes laborales					
	Variables intermedias	Motivación	Se aprecia en el video que existe un proceso efectivo acompañado de buena comunicación.				
		Eficiencia en la comunicación					
		Responsabilidad individual					
	Variables intermedias	Logros	Se ha podido observar resultados favorables para la empresa con buena solvencia económica.				
		Conflicto y cooperación					
		Clima autoritario					
		Clima participativo					

Tabla 5: Fórmula del coeficiente de V de AIKEN

COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c= número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

(COEFICIENTE DE VALIDACIÓN)

CUALITATIVO

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ÍTEM 1	1	1	1	3	100%
ÍTEM 2	1	1	1	3	100%
ÍTEM 3	1	1	1	3	100%
ÍTEM 4	1	1	1	3	100%
ÍTEM 5	1	1	1	3	100%
ÍTEM 6	1	1	1	3	100%
ÍTEM 7	1	1	1	3	100%
ÍTEM 8	1	1	1	3	100%
ÍTEM 9	0	0	0	0	0%
ÍTEM 10	1	1	1	3	100%
ÍTEM 11	1	1	1	3	100%

91

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fernández García, Carlos Enrique

Título y/o Grado: Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster de Educación

Ph. D..... ()	Doctor..... ()	Magister.... (X)	Licenciado.... ()	Otros. Especifique
----------------	-----------------	------------------	--------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Fecha: 21 de Junio del 2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google, Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: IWASAKI CAUTI, GONZALO FRANCISCO

Título y/o Grado: Ph. D., DHC, Magister

Ph. D..... (X)	Doctor..... (X) Magister.... (X) Licenciado.... () Otros. Especifique
------------------	--

Universidad que labora: Universidad Peruana de las Américas

Fecha: 25/05/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google, Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems | indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS: GONZALO FRANCISCO IWASAKI CAUTI



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MOGOLLÓN CRUZ YVY ELIZABETH

Título y/o Grado: MAGISTER _____

Ph. D..... ()	Doctor..... ()	Magister.... (X)	Licenciado.... ()	Otros. Especifique
----------------	-----------------	------------------	--------------------	--------------------

Universidad que labora: UNIVERSIDAD CAYETANO HEREDIA, UNIVERSIDAD CÉCAR VALLEJO

Fecha: 20 Junio del 2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Análisis del proceso de formación de la Cultura Organizacional en el Documental Dentro de Google, Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:--Muy buen planteamiento e instrumento-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

Desgravación del documental “Dentro de Google”

LINK DEL DOCUMENTAL: <https://www.youtube.com/watch?v=-S61GzAlnIA>

1' “En 1998 se creó una nueva empresa, en donde su misión iba a ser organizar la información del mundo y hacerla accesible y útil para todos. Asimismo, se iba a tardar unos 300 años en alcanzar esta meta, que era la de ser ambicioso. Por otro lado, Google se ha convertido en la aspiradora global de los datos digitales, por lo que se calcula que se maneja 20 peta bytes al día, que es equivalente también a 130,000 fotos o a 5 mil millones de canciones en un iPhone”.

2' También gestiona más de mil millones de búsquedas al día, y esas búsquedas dejan una huella digital de la persona que visita el sitio. Entre una de las cosas interesantes en cuanto a las búsquedas de Google, es que realmente es una base de datos de intenciones, la cual se está buscando en todo momento, basándose en lo que se está indagando, en donde cualquier situación pueda tener acceso a dicha información y pueda tener poder sobre uno.

3' Por otro lado, en sólo 10 años Google se ha convertido en una de las empresas más importantes de Silicon Valey, en el cual en ese tiempo se ha cultivado la imagen de tener una presencia masiva para los usuarios. En cuanto Google comenzó a escanear millones de libros, diversos autores y editores en vez de alegrarse iniciaron una demanda por violación de derechos de autor.

4' Asimismo, cuando Google noticias se comenzaba a establecer en el mercado, por otro lado, se convertía en objetivo de condena por parte de los medios impresos, quienes los acusaron de eliminar sus ingresos publicitarios y de ser responsable del desplome de dichos medios.

5' En tanto, cuando Google empezó a fotografiar las calles, los defensores de la publicidad dieron un grito al cielo por lo que no lo veían de buena forma, a lo que se puede agregar, que en donde siempre se expandía Google, estaba acompañado de caos y de descontentos. Y cuando el problema surge, Google recurre al lema corporativo nacido de la versión de uno de los empleados de la empresa, o simplemente a la jerga corporativa.

6' El motor de búsqueda de Google, nació en este centro de información tecnológica que es el departamento de informática de la Universidad de Stanford. Asimismo, Larry Page y Serguéi brin, se conocieron en la universidad en el año 1995, en donde ambos tenían muchas cosas en común, por una parte, sus padres eran profesores universitarios, y sus madres eran científicas. Por otra parte, ambos nacieron con

ordenadores y amaban todo lo relacionado con ello.

Héctor García Molina, era uno de los asesores de Serguéi Brin quien trabajaba con él en el problema de extracción de datos, en donde dicho asesor lo que destacaba de Brin era su edad por lo que a sus 19 años ya era estudiante en doctorado y sostenía también que era un joven muy inteligente.

7'Serguéi Brin, nacido en Rusia, y prodigio de las matemáticas y amante de la natación y la gimnasia, mientras que Larry Page era el inventor que quería cambiar el mundo. Es así, que en un momento dado comenzaron a trabajar juntos en un motor de búsqueda. Asimismo, crearon motores con piezas de ordenador sueltas, algunas de ellos prestados del departamento de la Universidad de Stanford tras agotar sus ahorros se les ocurrió ingeniosas soluciones por su limitado presupuesto. Es así que a Larry se le ocurrió la idea de comprar discos individuales en las cajas y así construir su propia máquina, obteniendo más almacenamiento por el mismo dinero.

Asimismo, con una estructura hecha con bloques de juguetes y la salsa de su algoritmo secreto, lograron elaborar un revolucionario motor de búsqueda en donde se veía en seguida que el orden de las páginas eran mucho mejor que el que estaban ofreciendo como es: ALTAVISTA, que a mediados de los 90.

8'Altavista como buscador solo buscaba textos, ordenando los resultados según la cantidad de veces en donde aparecía la palabra clave. Por lo cual, el motor de búsqueda de Larry y Serguéi eran mucho más sofisticados, gracias a un algoritmo matemático el cual se fijaba más en la cantidad de Link (entrada y salida) de las páginas web, es decir, mientras a más Link mayor era el rango de probabilidad. Por otro lado, se dieron cuenta que trabajar en este proyecto en cuanto al contexto universitario, no le daba el alcance y la escala que necesitaban para su propia satisfacción, es por eso que decidieron dejar de estudiar por el momento y pongamos la empresa en marcha y luego volvemos a terminar la universidad.

9'Es así, que ambos se prepararon para abandonar Stanford (California), y poder crear su empresa, que para entonces ya se había registrado como: GOOGLE, con un término matemático mal deletreado, como el número 1 elevado al 100 (ber 10^{100} , or 1 followed by 100 zeros), mientras seguirán asistiendo a clases de informática.

Por lo cual se presentaron los trabajos que habían hecho sobre el motor de búsqueda (el 18/08/1995), lo cual, dado el interés, formaron parte de ello, añadiendo también que Google obtuvo su primer empleado de nombre: Craig Silverstein, quien

es estudiante de doctorado, y en un principio señaló que no encajaba dentro de la organización, puesto que todos eran muy inteligentes, pero que se le dio la oportunidad para poder laborar en la empresa. Asimismo, el primer empleado sostuvo también que hubo candidatos que no se contrataron, aunque parecían bien preparados técnicamente, dejaron mucho que desear el tema de su personalidad y no era factible poder trabajar con nosotros.

10' Por su parte, los 3 estudiantes de Stanford ofrecieron su cuartel general en un garaje, siguiendo el tópico de Silicon Valey, en donde la empresa empezó a extenderse. Un cuarto integrante de nombre: Raymond Sidney entró a laborar en enero de 1999, pocos meses después de que se creara la empresa. Por otro lado, se alquilaba la mitad de una casa en donde aún había gente viviendo, pero de alguna manera se trataba de acomodarse, instalando los ordenadores y donde todo el personal trabajaba en el despacho y dormitorios incluyendo el garaje también, por lo cual solo se contaba con una impresora y una mesa de pin pon. Para Craig Silverstein sostiene también, que al menos una o dos veces al mes se empeñaba para ir al garaje y poder trabajar ahí, y poder contar a toda la gente que en un momento empezaron trabajando en un lugar el cual no era el apropiado.

11' Cuando Google creció demasiado y no cabían todos los trabajadores en el garaje, se trasladó su cuartel general a oficinas (ubicado en el centro de Palo Alto), donde era una zona de restaurantes, pero cabe resaltar también que la meta era distinta cada noche. Asimismo, la empresa Google se expandía rápidamente y se trasladaron de nuevo a otro lugar, pero esta vez era un sitio donde ya no había muchos restaurantes a su alrededor. Por su parte Larry y Seguéi, decidieron que era más rentable tener su propia cocina y su propio chef, en donde el cocinero elegido de nombre Charlie Ayers, tenía un currículum intachable, en donde al principio la empresa le ofreció acciones, pero el chef en ese momento estaba en duda por lo que le contó a su padre sobre el tema, y este le dijo que no de ningún dinero por las acciones porque es una empresa privada y que no les crea nada.

Por lo contrario, los motores de búsqueda eran limpios y eficaces para los anuncios de publicidad, por lo que ambos creadores vieron que cada vez se hacía más y más popular, pero que todavía no estaba dando dinero real, lo cual tampoco tenían un plan de negocio viable, para que Google empezara a dar beneficios. **12'** Los fundadores decidieron que iban a aguantar todo lo posible sin dar ningún tipo de publicidad para tener una idea brillante como: porque no tenemos anuncios que sean

simplemente de texto y que no tengan imágenes móviles ni nada que discutir. Por lo cual, basándonos en la búsqueda de Google, proporcionaría anuncios sencillos para que la gente pueda dar clic sobre ellos.

En octubre del 2000, Google se embarcó en un nuevo negocio como es: La PUBLICIDAD ONLINE, en donde casi inmediatamente el dinero de la publicidad comenzó a entrar a raudales, y la presión creció sobre Larry y Serguéi por parte de sus inversores capitalistas. Asimismo, querían un presidente que esté al frente de la empresa, por lo cual eligieron a un viejo experimentado de nombre: Erick Smith, quien había dirigido la marca de software novel de sistemas, pero lo más importante para los fundadores era que compartían el perfil informático prometido con una ambición empresarial. **13'** Por otro lado, Google a optado una postura en la cual la creatividad se da en los empresarios individuales, pero que en muchos casos no tienen tiempo para desarrollarla. Es por ello que, inventaron un concepto al que denominaron el 20% de tiempo, en donde el personal técnico de la empresa, lo consideraba como un tiempo profesional.

Continuando con dicho documental, el empleado número 23 de nombre Pool Baguey, creador del lema “no seas malvado”, ingeniero de sistemas de profesión, y quién inventó en un solo día el GMAIL, que es un programa de correo electrónico interno por los usuarios de Google. **14'** Hubo muchas objeciones para crear dicho programa, pero uno de los principales puntos era que no se podía hacer dinero sino se contaba con todo lo necesario, para así poder plasmar la idea y hacer de ello una publicidad valorizada. Cabe señalar también que Craig Silverstein, tiene en sus recuerdos las reuniones que se hacían hace más de un año y los constantes debates y características de este tipo de publicidad, lo cual llegara a funcionar con normalidad.

Es por ello, que al final decidieron intentarlo, pero que de igual manera se lanzaría el Gmail el 01 de abril del 2004, lo cual fue considerado en gran parte como una broma. Asimismo, la introducción de los anuncios personalizados de Gmail, mostraron no ser un añadido más a la creciente línea de negocios de Google, por lo que se había convertido en una máquina de hacer dinero a través de la publicidad. **15'** Al hablar de este tema publicitario, la oferta pública inicial de Google, había recibido más información que cualquier otra en su historia. En tanto, Google se preparaba para su oferta inicial de acciones, tuvo que revelar un secreto bien guardado en el que se sostenía que obtuvieron ingresos y beneficios muy considerables.

Por otro lado, todo esto cogió por sorpresa a los inversionistas, por lo que se convirtió las acciones de Google en un bien muypreciado. Cabe señalar también que el 19 de agosto del 2004, el primer día de las acciones de Google en el mercado, en donde hubo cientos de millonarios, todos aquellos eran inversores y habían dado con el lingote de oro.

Tanto los creadores de Google como sus empleados, afirmaron que les iba bien económicamente y por ello les era beneficioso, a tal grado que llegaron a enriquecerse llegando de esta manera a ser multi millonarios. **16'** Se presume también que gozaban de una buena vida y tenían con ello todas las comodidades posibles, para lo cual en tan solo les bastó 6 años para convertirse en personas importantes y adineradas. Asimismo, su empresa Google se había convertido en uno de los mejores motores de búsqueda, e incluso habían entrado tanto en diccionario como en verbos, como también en una herramienta tecnológica la cual se había convertido en parte de la cultura popular, y la percepción de los jóvenes de que la empresa era una mezcla de residentes universitarios con una mezcla de paraíso.

17' Por otro lado, el Google flex, como lo llaman a las instalaciones de Google, en la cual sus usuarios están creados para facilitar también el servicio de comidas rápidas, el cual también cuentan con un servicio de masajes gratuita y una barbería. Entre una de sus principales virtudes de Larry y Serguéi es que son bien inteligentes y dedicados en lo que hacen, por lo cual los hacen personas muy brillantes, pero lo mejor que han podido hacer es rodearse de gente muy sobresaliente que pudieron haber encontrado. Asimismo, Google recibe más de 1 millón de solicitudes de empleo al año, y es así también que para llegar a formar parte de los 20,000 empleados de la empresa Google, hay que pasar por un interminante laberinto de pruebas y entrevistas.

18' En tanto, otro Licenciado de Estadística e Informática de la ciudad de Stanford, revela que había trabajado en empresas de alta tecnología antes de haberlo intentado en Google, en donde dicho trabajador sostiene que tuvo que pasar entre 10 a 15 entrevistas y justo esta última era con Larry Page, fue así que un día se sentó en su despacho del fundador ya mencionado para sostener una entrevista con él, en donde Larry Page le hizo preguntas muy difíciles pero al final tuvo la suerte de haber podido salir seleccionado y es así que le llegaron a ofrecer el puesto.

Entre lo más valorado de Google, justo por debajo de los ingenieros informáticos están los APM, (o Manager de productos asociados. Asimismo, Nathan

Stoll (ex - googler), sostiene que dicha empresa contrata asociados recién licenciados, para poder inculcarle de alguna manera nuevas ideas y perspectivas, por lo que se puede ver en el video la mayoría de los jóvenes son de un nivel académico increíble, y por lo cual se les da un gran sentido de responsabilidad y autoridad.

19' En la cosecha más reciente con respecto a los APM, surge el nombre de un ingeniero canadiense, de nombre: Jeff Harris (Google Associate Product Manager), quien sostiene que el trabajo que está realizando tiene un producto asociado, diseñado para gente con una formación técnica, pero que en el día a día no se tiene porque trabajar con códigos. También señala que una de las funciones de su trabajo es comunicarse con los ingenieros que sí trabajan con códigos constantemente, y poder asegurarse que todos ellos estén trabajando paralelamente y con el mismo fin.

Jeff Harris, quien acaba de cumplir 22 años, y para él, la mayor sorpresa fue trabajar en Google, quien califica el buen ambiente de trabajo y que es abierto respecto a todo lo que se hace dentro de la empresa, puesto que podemos dominar nuestra web interna y ver los detalles de todos los proyectos, lo cual es algo genial desde el punto de vista organizacional.

20' Pueda que Google sea transparente internamente, pero por lo que se puede observar muchas compañías de Silicon Valey, señala que es muy sensible acerca de lo que se pueda informar a extraños, en tanto el código de la pantalla de los ordenadores, como los garabatos de las pizarras que suelen estar por todas partes. Asimismo, se cree conveniente tener pizarras por todas partes de la empresa, porque eso fomenta la creatividad y una comunicación directa, en la cual se pueda hacer más fácil buscar cosas, crear ideas, y trabajar con otras personas en esa misma idea y objetivo. Siguiendo con la idea de Valey, mucha gente toma nota en las pizarras, en donde dicha información luego se manda o procesa por un email, lo cual sirve de mucho para las notas en las reuniones. Por otro lado, en la familia de Google, existe la ausencia de papel, es lo que sostiene Jeff Harris.

21' Una de las cosas que se realiza dentro de la empresa es dar portátiles a los empleados, con la finalidad de poder llevarlos a las reuniones, como también las notas que se toman electrónicamente para que puedan compartirlas automáticamente con la gente. Por lo cual existe un apetito insaciable por las cosas nuevas y la innovación que abarca un amplio espectro en la tecnología de Google, en donde siempre está al asecho de cualquier inconveniente que pueda presentarse.

Obviamente, no todo se inventa en Google, también se cuentan con equipos de

tecnología punta para empresas pequeñas, en la cual podemos elegir, comprar y aprovechar la infraestructura de Google, por lo que con todo el dinero y las acciones que posee, pueda adquirir las empresas que más le interesan, así fue como YouTube se convirtió en un producto de Google, como también lo fue Googlers y Picasa, **22'** Un procesador de texto llamado WRITELY, en donde este era un procesador de texto online y por consiguiente se habría como una página web y funcionaba como un Word, por lo que Google se fijó en él porque estaba consiguiendo fama.

Por otra parte, Google compró a WRITELY y a sus fundadores para que lo siguieran desarrollando, en donde Writely se ha introducido en Google II, que es un procesador que mueve datos del ordenador, como también al personal de usuarios a los servidores de Google.

Asimismo, a Jeff Harris les gusta el ambiente técnico de la empresa, e incluso no le intimida para nada, por lo que manifiesta que es un programador muy productivo y trabajador. También le encanta el código y todos los detalles, por lo que añade también que él no se encontraba laborando aún en la empresa, pero querían hacer bien las cosas desde el punto de vista de los ingenieros. **23'** Desde esa perspectiva, la eficacia era totalmente diferente, puesto que era la directriz principal de los ingenieros.

Es por ello que casi todos los equipos hacen eso todas las mañanas, en donde hay una reunión general pero que es breve apenas dura 10' (minutos), y por consiguiente no se puede hablar nada durante un minuto. Por otro lado, quien tenía el lápiz significa que era el que tenía la palabra, por eso son reuniones muy eficaces y tardan cinco minutos en contarle a todo el equipo lo que va a acontecer en el día.

Otra reunión en la que el equipo de miembros de Google 2, hablan de sus problemas del pasado, en lo que se sostiene en hacer nuevos casos con la finalidad de cambiar el mundo, y eso es lo que más gusta d Google y hacer grandes cosas. En el **24'** para los aficionados a la informática todo esto comenzó realmente en un garaje de Silycon Valey, en donde dos ex estudiantes universitarios, empezaron con una empresa llamada Apple y lanzaron una revolución "La revolución del ordenador personal", el cual, el poder de este aparato desató en todo su potencial en millones de hogares de todo el mundo. Por lo que, al transcurrir un cuarto de siglo, el personal ya no tenía ese atractivo que tenía al principio.

Google ha puesto en su mira lanzar nuevos programas teniendo un ordenador personal, el cual requiere almacenar todos los datos posibles en sus propios

servidores.

25' Una de las cosas que no se aprecia desde el principio incluido Stanford el minimizar costos, al crear sistemas informáticos que han seguido teniendo esa habilidad de proporcionar una gran potencia informática a un costo relativamente bajo.

Desde un inicio, Google ha hecho que sea una prioridad fabricar lo más barato posible en materia de servidores de almacenamiento para gestionar las búsquedas en internet, y con el crecimiento del éste, por lo que ha crecido la necesidad de más capacidad informática.

Google crea varios centros de datos en donde se usa componentes de ordenadores personales y luego se construyen sistemas especializados para poder gestionar la gran escala necesaria, en donde dicha escala es vital para Google, no solo tiene acceso a una capacidad ilimitada, sino que quizás lo más importante es que ha generado una buena cantidad de datos, los cuales se puedan utilizar para pruebas de escala para los ingenieros informáticos.

En el **26'** por otro lado, un nuevo ex Googler de nombre "Greg Badros" quién tenía la idea de qué más tarde se convertiría en Google bucrman, en lo que se hizo algunos cálculos y tenía un ordenador de 4 peta bytes de datos aproximadamente que en lo normal no es mucho. En lo que respecta a esos 4 peta bytes, son equivalentes a 4 millones de giga bytes. **27'** Por lo cual, la idea de esto es la de coger con toda la información y ponerla en un servidor donde los profesionales la gestionen, por lo que el problema es que hoy en día se tiene todo guardado en los ordenadores ya que se nos cae y lo rompemos, lo borramos y todo se hace un desastre, asimismo es poner todo lo importante en otro sitio que esté más seguro, además esté bajo control y que pueda estar disponible siempre que lo necesiten todos los dispositivos donde quiera que podamos estar.

Del mismo modo, la gente realiza una diversidad de preguntas frente a todo este caso: Terry Winograd (Google advisor), manifiesta que en cuanto a la gente piensa en qué va a pasar con la información personal, sus registros bancarios, con su información sanitaria, entre otras cosas más.

28' podría ser esta una nueva jugada la manera clandestina en la que los gobiernos y las grandes empresas accedan al secreto de los datos personales. Por lo que, si todos los datos digitales de todas las personas se almacenaron en nubes, entonces la pregunta sería ¿Dónde están nuestras nubes?, un de ellas ha bajado a

las faldas de las montañas situadas en estado de California del Norte.

Por otro lado, en los años 90 la mano de obra barata del extranjero acabó con el empleo, dejando una economía desbastada y un gran exceso de electricidad, asimismo los centros de datos informáticos son voraces consumidores de electricidad para poder alimentar a los servidores, y enfriar las grandes cantidades de agua necesaria para la refrigeración. En tanto, en finales del 2005, Google llegó, pero camuflado y en secreto.

29' En tanto, Jen Aronoff Reportera "The Charlotte observer", visualizó desde su perspectiva sobre construir los centros de datos que era tan intensa, y la información al menos para los ingenieros, lo cual era tan confidencial tanto así que no querían que sus competidores se enteraran de lo que estaban haciendo.

Asimismo, T. J. Rohr, quien es abogado de profesión y miembro del concejo municipal del Lenuar City, quien participó en las negociaciones a puertas cerradas con Google, en donde él manifestaba que se le daban datos que no debía darles a nadie. Rohr también manifestó que Google tiene una actitud "O lo tomas o lo dejas" esas eran sus condiciones que le imponía Google.

Por otro lado, los desesperados funcionarios estatales y locales estaban ansiosos por llegar a un acuerdo el cual trajera a Google a este desbastado contado. Es por eso que le ofrecieron a Google una extensión fiscal de treinta años en propiedades y equipos.

30' Por su parte, Jen Aronoff enfatizó que en treinta años se calculaba que tendría unos 165 millones de dólares, en donde los almacenes digitales costaban unos 600 millones de dólares (Cada uno), esto fluye un río de datos, en donde se permite el acceso a las fotos, músicas, videos, mapas y todas las demás que queramos almacenar como son las búsquedas que han hecho de Google un gran recolector de información.

En cuanto a la información, por otra parte, Google no quiere divulgar cuantas granjas de servidores tiene en el mundo, pero se rumorea que hay alrededor de 30 granjas en la cual todas esta conectadas digitalmente y plantadas en tierra, pero eso podría cambiar. Google ha enviado la patente para crear centros de datos en la altamar, alimentados con las últimas tecnologías de control de energía de olas. Asimismo, los servidores de olas de Google estarían en "Bargatas", donde la expectativa en cuanto a los servidores marinos no habría que pagar impuestos de propiedad inmobiliaria.

31' Todavía queda por desarrollar el modelo, pero Google es una corporación a la que le gusta ir rápido en lo que respecta a tecnología de punta, no obstante, se tomaron su tiempo para abrir sus oficinas en China. Por lo cual el crecimiento de uso de internet en China es increíble, es por eso que, en el año 2009 los usuarios chinos en cuanto al uso de internet eran más numerosos que toda la población de Estados Unidos.

En el mercado de China, hubo un alza muy complicado debido a la censura gubernamental. Por lo que Eric Schmidt manifiesta que, si se tardó en entrar al mercado chino, era por las leyes de protección de contenido, es así que para que Google pudiera abrir sus oficinas en China, tenía que bloquear ciertas páginas web en sus resultados de búsqueda. Por lo que el gobierno es quien decide quien atraviesa el cortafuego chino. Asimismo, para dirigir Google en China, consiguieron a Kai Fuli, quien es un alto ejecutivo de Microsoft que había entrado al cargo de sus operaciones en China.

32' Es así que, en el año 2005, Kai Fuli se encontró en el papel de novato en Google, quien sostiene que cuando entró en Google usó la palabra Shock para describir lo que había, y creyó que fue una combinación de cosas. Por un lado, una combinación de valores de Google y, por otro lado, la de la empresa. De la misma manera, su meta era que el ambiente en la oficina de china sea lo más parecido posible al ambiente de la oficina de Montanviu, por lo que también sostiene que es imposible que sea exactamente igual, por lo que la cultura de china y la americana son muy distintas.

Por lo que se puede añadir también que el usuario medio de china tiene 25 años, mientras que en los Estados Unidos es de 42 años, por lo que se puede deducir que la diferencia es sustancial y los patrones de usos son muy distintos por lo que los chinos son más jóvenes en cuanto a los entretenimientos, música, videos, lo que hacen menos búsqueda sin comercio electrónico. **33'** De la misma manera, cuando usan internet, ven recargado algo muy emocionante para ellos, por lo que se ha podido observar que los chinos descargan diversidad de músicas por internet, ya sean canciones piratas o sin licencia, sin otros motores de búsqueda y eso para ellos es un hábito, puesto que se sienten con la autoridad de hacerlo.

De la misma manera, se tuvo que hacer un esfuerzo para realizar el pago y poder descargar un servicio por suscripción, lo cual acabó con una conclusión clara (No íbamos a conseguirlo). **34'** Otro dato adicional es que podemos decir: Que un ingeniero de Google y un manager de producto usaron un 20% de su tiempo para

crear Google music, para poder descargar música gratuita para la mayoría de las discográficas. Asimismo, se esperaba que si la formula tenía éxito o si no era popular, la idea era que esto sea rentable tanto para las discográficas como para los socios de Google.

En ese entonces, el gobierno chino sí aceptaba la piratería musical, mostrando menos paciencia con Google, acusándolo recientemente por buscar y difundir pornografía, por lo que se manifestó que Google está instalado en China y se tenía que respetar las leyes de dicho país. **35'** Es así que en enero del 2010 anuncio que dejaría de censurar sus resultados de búsqueda tras un cirbe ataque, originado en china contra la propiedad intelectual de Google y las buenas cuentas de Gmail de diversos AltaVista de derechos humanos. Por otra parte, china insiste que sus leyes hay que obedecerlas, pero Google advirtió que, si las discusiones con el gobierno chino continuaban para seguir operando y no seguirían dando frutos, la empresa cerraría su sede en china. Por lo que, no obstante, no hubo negociaciones con el gobierno estadounidense cuando poco después del atentado del 11 de septiembre del 2001 aprobó una ley por lo que se concedía más autoridad de vigilancia, permitiendo un acceso sin precedentes con la presencia digital de la gente.

36' Chris Hoofnagle (Law Dept. Uc Berkeley), sostiene que estos poderes son muy amplios, tanto así que van desde obtener el acceso hasta los informes crediticios acerca de las personas, para acceder a sus datos de comunicación y poder enviar una carta a cualquier poseedor de datos y exigirles que revelen toda la información proporcionada.

En el centro de privacidad de datos de Washington, el director "Marc Rotenver" se muestra preocupado por la nueva información digital eficiente, migrando a granjas de servidores por lo que indica también: No es que el gobierno no pueda tener acceso, sino que debido a las circunstancias adecuadas perseguían el crimen y con ello favorecer a las investigaciones en algunos casos.

37' Por lo que se necesita una perspectiva de responsabilidad y transparencia, como es la computación en la nube, que es lo que va a hacer de mucha importancia y de mucha motivación para el usuario.

Por lo tanto, es más fácil que el gobierno realice este tipo de espionaje sin que la gente sepa que sus datos personales sean registrados o que siguen siendo registrados. Mientras que el gigante Google sigue digitándolo todo a su camino, por ello acumula nuevos eventos, puesto que la ciudad de Washington ha optado por

desvincularse de Microsoft por lo que pasado las aplicaciones de Google por su oferta de vida más barata y colaborativa en su nube demuestra ser demasiado jugosa como para ser rechazado.

38' Asimismo, el favor de la confianza es primordial en Google, es decir, que, si alguien quebrantara dicha confianza, la prensa los divulgaría, lo que hacía efectos negativos para la empresa. Del mismo modo, esto trae como consecuencia como, por ejemplo: Los ingresos bajarían, dejarían de buscar en los navegadores y muchos casos más terribles para la organización de Google, por ello es que este punto lo toman muy en serio.

Por ende, la gente que aún no entiende que se trabaja para ellos, sino que ellos ven intenciones ocultas como que quieren gobernar el mundo o cosas así, pero que se procede a actuar de buena forma y con total transparencia de acuerdo a tonos académicos.

Google también debería de preocuparse de un grupo de principiantes que tiene la mentalidad de querer cambiar el mundo, descartando el modelo de Google, por lo que los medios de buscadores de datos se van acercando con la misma idea, pero desde otra perspectiva, quienes quieren controlar el poder a lo que ellos llaman la sabiduría de los amigos.

39' A todo esto se puede agregar que también existe un punto de quiebre en donde se va a definir los próximos años de lo que el internet y el mundo van a llegar a ser medios importantes para la civilización.

40' En otro momento, Google ha estado observando a Friendfeed, para una posible adquisición, pero antes de que la empresa ya mencionada llegara su segundo año, se vio envuelta por una red social llamada Facebook, lo cual se estima por unos 50 millones de dólares.

41' Facebook fue difundida por un ex alumno de Harvard en el año 2004, lo cual se ha experimentado un crecimiento explosivo, lo que representó un gran reto para Google. De la misma manera, atrae a una sorprendente cantidad de alumnos, lo cual lo ven como algo novedoso e innovador.

Por esta razón, lo que manifiesta "Greg Badros", señala que el haberse ido de Google y optar por irse a Facebook, demuestra lo convencido que estaba en ese momento y de la importancia que tenía de haberme ido a una empresa prestigiosa como era Facebook.

42' Google entró en las redes sociales con un nombre denominado Orkut, que,

si bien tremendamente fue popular tanto en India como Sudamérica, no pudo conseguir atraer a Europa y Norteamérica.

Google no llegó a entrar en negociaciones de redes sociales debido a la personalidad de sus fundadores, quienes son ingenieros y para ellos no era prioridad hablar con sus amigos, sino obtener información del mundo científico, eso es lo que les importa.

43' Google realmente opina que los datos van a aportarle un gran beneficio a la sociedad, y que va a encontrar la manera de hacer que los datos mejoren nuestras vidas y los hagan más fáciles y poder tomar mejores decisiones.

Imágenes del documental “Dentro de Google”



Fundadores de Google: Larry Page y Serguéi Brin



Serguéi Brin en una de las oficinas de Google



Sofás para siestas de los trabajadores de Google



Comedor de la sede central de Google en California