Caso práctico:

¿Qué pasa con Gmail? La chispa de los mil millones de dólares

|  |  |
| --- | --- |
| Palabras clave (meta tag) | Ágil, intraemprendedor, Gestión de Recursos, Gestión intraemprendedora |
| Proporcionado por | CCG Europe |
| Idioma | Inglés |
| Caso práctico |
| La esencia de Google es la innovación. Su reconocida política de tiempo del 20 por ciento, que permite a los empleados dedicar aproximadamente un día cada semana a iniciativas fuera de sus áreas de responsabilidad, es una característica importante del entorno de trabajo creativo de Google. Al hacer esto, Google inspira a su personal a actuar como intraemprendedores y pensar creativamente. La mayoría de las veces, los empleados de Google que trabajan en el 20 % de los proyectos se unen con otros para lanzar una *startup* interna.Gmail es uno de los ejemplos más conocidos y efectivos de esta estrategia. Paul Buchheit, un empleado de Google, tuvo la idea inicial de ampliar las ofertas de la compañía mediante la creación de un correo electrónico basado en la web que podría funcionar como un motor de búsqueda.Aunque la mayoría de los empleados de la organización creían que desde un punto de vista estratégico y de producto, esta era una idea horrible. Pero cuando los cofundadores de Google Larry Page y Sergey Brin tomaron la decisión de patrocinar la iniciativa de Paul, todas las preocupaciones se pusieron a descansar.Debido a esto, Gmail de Google se lanzó en 2004 y rápidamente se convirtió en el primer icono en su oferta desde el lanzamiento de su servicio de motores de búsqueda en 1998. Más de 1.500 millones de consumidores usan Gmail a diario. A partir de un pequeño experimento interno, se ha convertido en uno de los servicios principales de la línea de productos de Google.Este es un gran ejemplo que demuestra que mantener una mente abierta y apoyar a los innovadores con soporte de gestión puede lograr resultados maravillosos. |
| Referencia | <https://gaussianco.com/insights/how-intrapreneurship-accelerates-organizations-case-studies> |