



knowsquare .

ANTONIO GARCÍA SANSIGRE

3 DE JULIO DE 2012

# GOOGLE: INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

---

RESUMEN DE LA CONFERENCIA DE BERNARDO  
HERNÁNDEZ

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor  
y Know Square S.L.

FECHA CONFERENCIA – 24 de mayo de 2012

RESUMEN DE – Antonio G. Sansigre

SOBRE – Resumen-crítica de la conferencia de Bernardo Hernández

PONENTE – Bernardo Hernández, director de producto de Google

ORGANIZADOR – HSM - Expomanagement

DÓNDE – Palacio Municipal de Congresos de Madrid

ASISTENTES – 700 personas

## **Sobre el ponente**

Bernardo Hernández González es director de producto en Google. Es socio de varias compañías tecnológicas de éxito: Tuenti, Idealista.co, 11870, entre otras. Es licenciado en ICADE y miembro del consejo de administración de bodaclick.com, y miembro del Jurado de los Premios Príncipe de Asturias.

## **Comentario crítico**

- Conferencia de corte futurista, con un continuo aviso a directivos: les mete miedo diciéndoles de que es fundamental que se pongan en marcha con las redes sociales e Internet. El tiempo corre en su contra. Nos preconiza una destrucción creativa de ejecutivos.
- El ponente además le continúa dando servicio a Google al lanzar un mensaje de que la tecnología va a dominar todo. Da la impresión de que Google ha decidido no cometer el error de otras empresas exitosas en el pasado: no se duerme en los laureles y quiere estar en la siguiente ola.
- Define Internet como un mundo de perfiles de usuarios, de identidad personal, pero se soslaya el gran reto que es la protección de privacidad, continuamente vulnerado por las empresas tecnológicas.

## **Resumen de la charla**

*“Te despistas 6 meses y pierdes el tren de lo que está pasando”*

*“No es lo bueno que eres, es lo que quieres ser”*

- ¿Qué implicaciones tiene el desarrollo de las nuevas tecnologías para nosotros como consumidores y usuarios?
  - o La suma de los valores de algunas compañías en California (Google, Apple, Oracle, Facebook, etc.) equivale a la suma de la economía española en 2011, unos 1,45 billones de dólares. España es la undécima economía mundial.
  - o No es necesario que todos seamos empresarios innovadores, pero con tener ideas innovadoras podemos causar un gran cambio en nuestras economías.
- La revolución digital es de calado tan importante como las revoluciones previas, el motor de combustión y la electricidad.

- o La revolución digital permite procesar y transmitir grandes datos. Tiene implicaciones muy importantes en modelos de negocios.
- o Comenzó hace 60 años en 1950, con el ordenador personal, le sigue Internet, el móvil, el *cloud computing*, las redes sociales, las tabletas, etc. Son los mimbres de cambios mucho más importantes que están sucediendo y lo que está por venir.
- Nuevos modelos de negocio se imponen y renuevan a los antiguos. Democracias y dictaduras controladas están cayendo.
- La revolución digital tiene dimensiones extraordinarias y NO estamos preparados para entender sus consecuencias. Esta es una de las grandes preocupaciones de Google: transmitirle a los directivos de las empresas tradicionales la dimensión de esos cambios.
  - o 2.300 millones de personas conectadas a Internet.
  - o Casi 600.000 millones de dólares en ventas online.
  - o 350.000 millones de correos electrónicos diarios.
- La velocidad de implantación es cada vez más rápida:
  - o La máquina de vapor tardó 100 años en implantarse a la industria.
  - o La televisión tardó 60 años en generalizarse.
  - o Con la revolución digital va mucho más rápido y de forma exponencial: en sus primeros 3 años de vida AOL consiguió 8 millones de usuarios, el navegador Netscape 18 millones. Internet por móvil en Japón 31 millones y el Iphone 81 millones.
  - o Instagram se vendió recientemente a Facebook, creada por un chico de 18 años que trabajó en Google conmigo. Consiguió 30 millones de usuarios con un valor de 1000 millones en tan sólo 18 meses.
- No sólo el tamaño es inmenso porque tiene naturaleza global. También lo es la velocidad:
  - o El 16% de las búsquedas de Google (de los miles de millones que hay) son nuevas: no se habían hecho nunca antes en Google.
  - o La estimación es que en 2020 haya 5 mil millones de usuarios de Internet. Se multiplicará por 2 y será casi el 70% de la población mundial. Y la cantidad de información será 67 veces mayor de la que existe hoy.
  - o Los clientes YA están en el móvil: en el último trimestre de 2011 por primera vez el número de dispositivos móviles producidos superó al número de dispositivos de mesa y portátiles. Y sin embargo, en España el 70% de las PYMES no tienen Internet todavía.
- El paradigma de entender Internet es móvil porque en el móvil están los usuarios.
  - o Cada vez hacen cosas más parecidas a los ordenadores tradicionales. Hace 3 años sólo el 3% eran smartphones. Ahora es casi el 75% entre Android, Apple y Microsoft.
  - o Google Maps se usa más por móvil que por PC.

- o En Estados Unidos las búsquedas por móvil de Google se han multiplicado por cuatro.
- o Los hábitos de consumo son distintos. El usuario está más tiempo conectado a un móvil cuando llega a casa que al ordenador.
  
- La identidad digital de las personas es hoy fundamental.
  - o Antes sólo importaba lo que hacía el usuario por Internet, no importaba su identidad. Era un Internet de vínculos.
  - o A medida que hacemos más cosas por Internet, se ha construido nuestra identidad. Si no la tienes en cuenta, pasas a ser irrelevante.
  - o Importa el usuario y no la información en sí misma. Es la naturaleza de las redes sociales: el perfil digital del usuario es la piedra filosofal. Cuando juegas por Internet y sabes con quién juegas y guardas un historial de los juegos, eso se convierte en más relevante.
  - o Las redes sociales no son un producto en sí mismo, sino que son una condición necesaria de la Internet que viene.
  - o Google Plus no es sólo una red social: el mundo no necesita otra red social. Lo que se busca es que pongan sus fotos, miren Google Maps, hagan búsquedas y lo hagan de una forma integrada. El valor añadido de los productos es mayor.
  - o Con un respeto escrupuloso de la privacidad.
  
- La tecnología en sí misma es la otra condición.
  - o La ley de Moore nos dice que aproximadamente cada 18 meses se duplica el número de transistores en un circuito integrado y consecuentemente cae su precio. Ha tenido una trayectoria lineal en los últimos años y ha contribuido a aumentar la eficacia y rendimiento de la tecnología.
  - o La capacidad de proceso de los ordenadores ha aumentado 3.500 veces, el precio de la memoria RAM se ha reducido 45.000 veces.
  - o La nanotecnología y los avances que nos permiten ir más allá de la silicón hacen que la curva sea exponencial. Ahora es más del doble de lo que dice la Ley de Moore.
  
- Las máquinas pueden solucionar problemas mucho más importantes de los que hoy les damos.
- A nivel de negocio, si te sientes a salvo hoy, no te sientas cómodo porque, si no asumes tú el desafío, la tecnología lo hará por ti.
  - o Se pensaba que Internet era la desintermediación, pero es la nueva intermediación. Hoy si no estás al día puedes ser sustituido. Si utilizas las herramientas adecuadas, sobrevivirás. Estratégicamente entender cómo va a cambiar tu industria y los hábitos de consumo de tus clientes es fundamental.
  - o Casi ninguno de los modelos de negocio ha desaparecido, han cambiado. Otros modelos de negocio han cambiado poco: banca, educación, reservas locales, telefonía, alquiler de coches,...
  - o Absolutamente todo lo que no ha sido re-intermediado lo será.

- Ya utilizamos la tecnología para producir cosas de modo mucho más eficiente.
  - o Las empresas del Fortune 500 han crecido las ventas un 20%, los beneficios un 5% pero contratan mucho menos: un 1% más.
  - o Hacen un uso más óptimo de la tecnología.
  - o EE.UU. produce lo mismo que China con un 30% de la fuerza laboral china.
  - o Los puestos de trabajo tendrán que cambiar. En Estados Unidos tiene un 8% de paro (14 millones) y 3 millones de puestos de trabajo que no se pueden cubrir por ser muy específicos. La tecnología pide nuevos puestos de trabajo.
  - o No tiene sentido seguir produciendo profesiones tradicionales cuando necesitamos ingenieros que sepan trabajar con las máquinas.
- Hay impresoras 3D que te permiten producir un objeto físico a la velocidad de una impresora.
  - Larry Page propone usar la tecnología a los coches para reducir la siniestralidad del tráfico (muestra vídeo con un ciego que va con un coche totalmente automático, que conduce por él).
- La información está infrautilizada.
  - o Nuestro mayor reto será gestionar esos datos: identificar oportunidades en el momento en que aparecen, solucionar problemas desde su inicio...
  - o La información digital va a poder ser procesada y se va a acceder a ella a través de la nube.
  - o Hoy existe tanta información digital como 20.000 veces toda la información escrita en papel a lo largo de toda la historia.
  - o Hemos creado en Google un prototipo de gafas de realidad aumentada.
- Marketing es las nuevas finanzas.
  - o Sugestión, compra y experiencia son seguíbles, cuantificables y analizables.
  - o Se puede conocer el 100% del perfil de tus clientes y ajustar tus estrategias de marketing a sus necesidades y perfiles.
  - o El marketing pasa de ser un marketing creativo a uno analítico.
- Los directivos que entiendan la velocidad de estos cambios y los afronten replazarán a los directivos complacientes. El cómo y cuándo van a suceder son las preguntas que hay que responder, no si va a ocurrir.
- En California, como trabajador, tienes una sensación tremenda de coste de oportunidad y sientes la presión por salir de Google para poner en marcha nuevos negocios. Es el caso del fundador de Instagram.
  - o Nunca antes había sido tan fácil poner en marcha una empresa de éxito.

o Silicon Valley no se puso en marcha con ayudas estatales, sino con la Universidad de Stanford y con gente que supo ver lo que venía. Al margen de lo que pueda ayudar el Estado, que bienvenido sea, podemos hacer como individuos tres cosas:

- Tener ambición de hacerlo: daba clases en ICADE y el 50% quería sacarse una oposición
- Tener preparación técnica. Hay que ser competitivo en este mundo. En Tuenti la mayor parte de los programadores eran extranjeros porque la Universidad española no los producía.
- Tener una creatividad tremenda para intentar formas nuevas de hacer las cosas: no ser conformistas. La innovación no está escrita. Hay que tener un continuo desasosiego.

## Notas Como Speaker

- La combinación de directivo de Google y español hace a este ponente muy atractivo. Además, coge el reto y ofrece una conferencia futurista.
- Se mueve bien por el escenario, con buen aspecto.
- Habla en castellano para un público español y portugués, aunque domina el inglés.
- Tiene la conferencia muy trabajada y la presentación también. Se ha convertido en un excelente conferenciante profesional, respetado y de habla hispana.
- Charla de 40 minutos, ajustada a tiempo, con vídeo incorporado. Posteriormente, se maneja bien en la sección de preguntas y respuestas.

## Transparency Vow

El autor de este resumen no conoce personalmente al ponente.  
Sí conoce a la empresa organizadora y a su director (HSM).