

6

El rebaño

Iñigo Babot

En la sesión *Cap a una economia del coneixement*, cap a l'empresa en xarxa, debe debatirse el impacto de las Nuevas Tecnologías en las empresas del s. XXI.

Analicemos el entorno de las llamadas *Nuevas Tecnologías*. Este es un sector que, hoy en día, no está de moda. De hecho, está muy denostado: los valores bursátiles de las empresas tecnológicas y de telecomunicaciones se desploman, hay despidos masivos, escándalos financieros, se cuestiona casi cualquier inversión en infraestructuras digitales, etc., etc. En resumen, cuando nos encontramos a alguien que habla de soportes interactivos (sea Internet fijo o móvil, sea telefonía móvil, sea televisión o radio digital, sea navegadores de coche o sea lo que sea) parece que más vale salir corriendo en dirección contraria, no sea que nos pegue alguna terrible enfermedad contagiosa. ¡Cuidado, cuidado, que vienen los apestados!

Sin embargo, si nos remontamos sólo a principios de 2000, hace poco más de dos años, la percepción era exactamente la contraria. Y, además, estaba muy, muy extendida. Existía la creencia global de que lo que sonaba a alta tecnología convertiría en oro todo lo que tocara. Todo, todo. La bolsa se disparaba, la especulación financiera campaba a sus anchas, los profesionales de sectores tradicionales se precipitaban a abrir su propio negocio *punto com* y cualquier pipiolo con una buena presentación en Power Point podía conseguir un dineral por sus ideas. Lo peor es que ese dineral lo obtenía de fuentes solventes, de gente inteligente y de prestigio contrastado. ¡Corramos, corramos, no perdamos el tren que va a las minas de diamantes! Un conocido, veterano y muy reputado profesor del IESE lo llamó *histeria* colectiva. Pero era de los pocos, de los poquísimos, que lo decía.

¿Qué nos sucede a los seres humanos? ¿Qué pasa por nuestras cabezas? ¿Cómo podemos ser, a veces, tan *histéricos*? ¿Por qué, en tantas y tantas ocasiones, ricos y pobres, grandes y pequeños, cultos e incultos, conocidos y desconocidos, actuamos como un rebaño sumiso? ¿Acaso no podemos pensar por nosotros mismos? ¿Siempre hay que seguir la corriente y punto? Porque lo cierto es que caemos continuamente en el mismo error: dejarnos arrastrar a la mínima que crece la presión en el entorno. Lo hacemos una, y otra, y otra vez, hasta la extenuación. Ya lo decía un clásico: no hay nada nuevo bajo el sol. Repetimos viejos errores aunque la Historia nos lo advierta, a gritos.

Bueno, afortunadamente queda siempre algún atrevido que osa oponerse a la masa. De entrada, la gente se ríe de sus ideas. Luego, si tiene razón, lo llaman visionario y se admiran de su fina inteligencia. Yo diría más bien que es alguien con sentido común, tranquilidad y que pone *lucres largas*: mira a largo plazo y no sólo ve sus zapatos.

Con las Nuevas Tecnologías y sus aplicaciones empresariales ha ocurrido, y sigue ocurriendo, un paradigma de lo antedicho. Antes, *histeria proactiva* (que la hubo, no cabe ninguna duda). Ahora, *histeria depresiva*. Dicen que lo que ocurre hoy es una corrección de lo que pasaba anteriormente pero no es así: es una auténtica depresión y una espiral de pesimismo sin ninguna base real. Ninguna. No la tuvo el exacerbado optimismo anterior ni la tiene el profundo desánimo actual. Una

corrección se produciría si la situación quedase en su justo punto. Pero no lo está. Está mucho peor de lo que debería.

Vamos a intentar ver el panorama con calma y serenidad, tratando de abstraernos de engañosos movimientos pendulares.

Internet fijo y móvil, la telefonía móvil y otros sistemas de transmisión telemática son canales de información, comunicación y comercio de valor incuestionable, sean cuales sean las cotizaciones bursátiles y las caprichosas tendencias del mercado. Cada vez tienen una penetración mayor y más profunda en la población (recomiendo al lector ver www.netsizer.com para comprobarlo), independientemente de las euforias y las neurosis del capital. Esta penetración se puede medir fríamente, de forma objetiva... y va en crecimiento muy evidente. Los soportes interactivos están imbricándose en los hábitos de trabajo y en la mentalidad colectiva de forma muy profunda. De forma irreversible, para ser exactos.

Pensemos qué haríamos hoy si no dispusiéramos de eMail o teléfonos móviles, cómo actuaríamos sin poder consultar la Internet. Todos estos canales permiten una verdadera globalización, una actualización de la información en tiempo real, se benefician de los efectos de red y posibilitan una conectividad sin barreras. Y esto tanto para individuos como para organizaciones. Todo ello resulta fundamental en nuestro, cada vez más, pequeño mundo.

Pero éstas no son las únicas formas de comunicación y comercio. En absoluto. Existen otros métodos, mucho más antiguos y conocidos, entre nosotros. Y al ser humano le cuesta muchísimo variar sus costumbres y aprender algo nuevo: somos alumnos duros de convencer, difíciles de reeducar, lentos y tozudos. Ya lo vimos con los cajeros automáticos: tardaron una década en implantarse pero hoy en día, ¿quién no los usa?

Hace un par de años cometimos errores importantes. Creímos que todos los ciudadanos acogerían la digitalización con los brazos abiertos y de inmediato. Por eso corrimos demasiado e intentamos autoconvencernos de que cualquier hijo de vecino iba a comprarlo todo, en dos meses, valiéndose de medios interactivos. Ninguna revolución del comportamiento colectivo ha sido, nunca, tan rápida. Obviamente, pasarán algunos años más hasta que exista un uso generalizado y recurrente de todas las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestro alcance. Pero, para ciertas aplicaciones, estos modelos resultan claramente superiores y, por tanto, la población irá habituándose a emplear dispositivos digitales para muchos usos. Cuestionar ahora sus buenas expectativas resulta un error de la misma magnitud que pensar antes que eran la panacea universal.

Los más jóvenes ya lo viven desde la cuna. Un amigo los llama la *Nintendo Generation* porque ven y (sobre todo) verán la tecnología aplicada por doquier. Por ejemplo, mi hijita Blanca, de tres años, usa el ratón de mi PC con cierta soltura (aunque aun no sabe muy bien para qué, lo cierto es que ya aprende a hacer cosas sencillas con programitas adaptados para preescolar) y se sorprende al ver teléfonos con cable, porque ya está mucho más habituada a los móviles de sus padres. Eso no hay quién lo pare. No lo parará la crisis de Deutsche Telekom, la caída bursátil de Yahoo! o los malos resultados de AOL: es mucho más importante y hondo que estos problemas coyunturales.

Los sectores de la logística, la educación, las finanzas, la documentación, el comercio, la distribución, el entretenimiento o los medios de comunicación, ya se están viendo tremenda y dramáticamente afectados por este fenómeno. Esto no se detendrá: irá en aumento. Son cambios demasiado profundos. Se trata de una evolución estructural.

Por todo ello, sin ninguna duda, nos dirigimos hacia empresas en red y hacia economías basadas en el conocimiento y la información. Sin ninguna duda. Puede que lo alcancemos lenta y torpemente, pero ese será el próximo escenario donde crecerán las compañías modernas. Sus ventajas son incuestionables en muchos aspectos y todos lo sabemos (o casi todos): es demasiado evidente.

Si nos apartamos un poco del rebaño, levantamos la vista y miramos al horizonte, muchos de nuestros miedos y recelos sobre un buen número de compañías tecnológicas desaparecerán. Los mercados se irán reajustando (esta vez sí) adecuadamente: a niveles muy inferiores a las frívolos valores alcanzados en 1999-2000 pero muy superiores a los ridículos de 2002. Los crecimientos serán lineales y sostenibles: no como los pronosticados unánimemente hace dos años (exponenciales) pero tampoco como las caídas libres que se auguran ahora.

Pero hay que apartarse del rebaño y eso, a los seres humanos, nos cuesta mucho.