

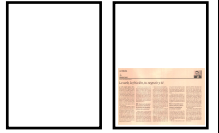


Tirada: **79.384**
Difusión: **50.395**
(O.J.D)
Audiencia: **176.382**
(E.G.M)
Ref: **2012441**

Expansión

Economico **Diaria**
Economía
2ª Edición **13/06/2008**

Superficie: **470,00 cm²**
Ocupación: **41.56%**
Valor: **4.806,22**
Página: **23**



1 / 1

LA TRIBUNA



ENRIQUE DANS

Profesor de IE Business School



La web, la fricción, tu negocio y tú

La web cumple quince años.

Quince años han pasado desde que Tim Berners Lee y Robert Cailliau decidieron, en el CERN, cambiar el mundo poniendo los códigos de su funcionamiento a disposición libre y gratuita para todos, dando origen a una de las plataformas de desarrollo con más potencial en la historia de la tecnología. Ahora, tras quince años de usar la web, de ver su crecimiento y su entrada en la adolescencia, es un buen momento para pensar en el futuro: tanto en el de la web, como en el nuestro o el de nuestro negocio.

Si algo resulta evidente, es que la web se ha convertido en uno de los mayores reductores de fricción jamás puestos a disposición del género humano. Entrar en un motor de búsqueda como Google, teclear cualquier cosa y apretar un botón produce en una fracción de segundo una página de resultados que antes habríamos tardado horas en generar. Y la fricción, como dice la Economía clásica, es una parte muy importante de los negocios.

La fricción es, en muchas ocasiones y para muchos productos o servicios, la verdadera razón de ser: yo podría, en la mejor de las teorías, construirme mi propio automóvil, pero la fricción inherente a ello hace que, salvo en casos muy especiales, prefiera pagar a alguien que ha desarrollado una experiencia determinada en hacerlo, que domina mejor el proceso y que ha tratado en más ocasiones con los problemas y limitaciones que yo.

“Quince años después de la creación de la Red, es el momento de plantearse el futuro de las empresas”

Podría unirme a otras personas para programar conjuntamente, por ejemplo, un sistema operativo, pero, ante la magnitud de la tarea, prefería tradicionalmente irme a una empresa que tuviese esos equipos de programadores ya creados y funcionando, lo que le permitía ser más eficiente en las tareas de coordinación

y obtener el resultado más rápido.

Antes de la web, este tipo de decisiones era lo que los americanos llaman un *no-brainer*, una evidencia: a nadie en su sano juicio se le ocurría ponerse a fabricar un automóvil o crear un sistema operativo, razón que permitía a empresas como Ford o Microsoft vivir de llevar a cabo, precisamente, esa tarea. Sin embargo, la situación ha cambiado: si bien la tarea de fabricación del coche sigue llevando aparejada una cantidad de fricción tal que hace que pocas personas se planteen hacerlo por su cuenta, la del sistema operativo ya ha demostrado ser incluso más eficiente cuando se hace así.

Un sistema operativo creado por cientos de personas con contribuciones de todo tipo, desarrollado al margen de una empresa determinada, es hoy el más estable, el más barato y hasta el más bonito en su uso, obligando a Microsoft a repensar su modelo de negocio y a tener que competir contra una especie de “enemigo invisible” provisto de un número casi infinito de ojos y ma-

nos, que incorpora mejoras y corrige errores a mucha más velocidad que la propia empresa. Un proyecto como Linux habría resultado completamente impensable antes de Internet.

De hecho, fueron evidencias como éstas, además de una falta de visión palmaria, las que llevaron a Microsoft a ignorar la web durante años y a llegar tarde a su desarrollo: la empresa no veía nada claro que el resultado de tanta libertad y falta de

“Es imposible ignorar Internet, porque un día los clientes y competidores se comerán ese plato”

fricción fuese a ser bueno para ella, y prefería apostar por modelos como el que tenía AOL en un principio y como el que intentó ser MSN; plataformas cerradas y propietarias donde todo aquel que quería dar un paso, debía contar con la venia del propietario.

Pero no es Microsoft ni las em-

presas de software las únicas que deben repensar sus actividades a la luz de la web. Todos debemos hacerlo. Para las instituciones académicas, por ejemplo, la web plantea también retos importantísimos. Los trabajos que antes exigíamos a nuestros alumnos se centraban casi en enseñarles a obtener y utilizar la información, en compilar y presentar información, algo que hoy pueden hacer en cuatro clics y unas cuantas acciones de copiar y pegar. Pero no son ellos los que hacen algo malo, sino nosotros, por haberles pedido un trabajo que podía llevarse a cabo de manera tan sencilla en el mundo de hoy.

Ese trabajo, el de evaluar nuestro negocio a la luz del inmenso reductor de fricción que la red supone, es el que nos corresponde como directivos cuando la web cumple quince años. Es imposible ignorar la web o vivir al margen de ella, porque, tarde o temprano, se encontrará con que sus clientes o sus competidores se comen el plato que usted dejó sobre la mesa.