

Manager Focus

es una publicación mensual elaborada por directivos y profesores de las más prestigiosas Business Schools (Harvard, Berkeley, IESE, IE, ESADE, Caixanova, etc.) que, de forma rigurosa, selecciona aquellos títulos que son valorados como los más relevantes y que mayor aportación realizan a la empresa española. Pretende ser un avance de los títulos y una incitación a la lectura de dichos libros.

Comité Editorial

R.M. Álvarez del Blanco,
J.M.ª Insunza, J.C. Jarillo,
J.L. Nueno, P. Nueno,
J. Vega y E. Villaizán

© Ediciones PMP
Professional Management Publications

Ningún texto publicado en *Manager Focus* puede ser reproducido, total o parcialmente, en cualquier forma o por cualquier medio, sin autorización escrita del editor.

ISSN: 1885-9321
D.L.: BI-368/06
Impreso en España

Para solicitar más información o reservar su suscripción, puede contactar con nosotros mediante:

Tel.: 902 104 127

Fax: 902 104 128

managerfocus@pmp.es

www.managerfocus.com

Las grandes revoluciones suelen tener elementos en común: el primero, habitualmente, radica en las dificultades para anticiparlas de muchos implicados en ellas. El segundo, casi contradictorio, viene de lo fácil que era, en realidad, entenderlas: al enfrentarse a una explicación medianamente bien estructurada sobre las dinámicas de cambio, las personas experimentan una "caída del caballo", una epifanía en el mejor estilo Saulo de Tarso, y se dan cuenta de que, en realidad, la revolución que antes habían descartado por extravagante o absurda tenía muchísimo sentido.

En realidad, la dinámica del cambio es profundamente simple, aunque de tan poderosas consecuencias que está alterando la manera en la que las empresas compiten y desarrollan todas sus actividades. Por un lado, ha cambiado la tecnología. Se ha hecho más simple, más fácil de desarrollar, utilizar y comprender, permitiendo que un creciente número de personas puedan crear aplicaciones, reutilizar piezas creadas por otros, compartir funcionalidades e ideas en aplicaciones de código abierto y, en general, conseguir que sea más barato lanzar una aplicación para ver cómo reaccionan los usuarios que hacer un *focus group*.

Nuevos entornos y lenguajes de programación, *mashups* (mezclas) de aplicaciones preexistentes que hacen disponibles sus API (*Application Program Interface* o conjunto de funciones y procedimientos que ofrece un programa para poder ser utilizado por otro), nuevas metáforas visuales más fáciles de manejar y personalizar, un desplazamiento imparable y progresivo hacia el software de código abierto y hacia programas que funcionan como servicios ofrecidos a través de la *Web*... Todo un conjunto de cambios que generan el sustrato más fértil de los últimos siglos para el desarrollo de una nueva revolución, la más importante de todas las revisiones que ha vivido el capitalismo desde su origen.

Por otro lado, un cambio en el modelo de atención y comunicación, similar a lo ocurrido en el escenario tecnológico: siguiendo el principio marxista de democratización de los medios de producción, ahora prácticamente cualquier persona puede convertirse en un medio de comunicación, crear contenidos y distribuirlos, en un derroche antes sólo permitido a poderosos empresarios.

El escenario resultante es tan rico en contenidos que la generación actual se convierte en radicalmente multitarea, capaz de explotar su cerebro de una manera más eficiente, de acceder a cualquier contenido con un simple movimiento de su ratón (para desesperación de quienes antes controlaban el acceso a muchos de esos contenidos), de digerir información a gran velocidad y de hacerlo, además, de una manera intrínsecamente divertida, mezclando trabajo y placer.

"Ahora prácticamente cualquier persona puede convertirse en un medio de comunicación"

Es la generación de los denominados "prosumidores", que están ya saliendo de las universidades, accediendo a puestos de trabajo y convirtiéndose en una parte cada vez más significativa de unos mercados que funcionan de maneras completamente diferentes, mercados en los que la transparencia y la comunicación directa son parte fundamental de las reglas de juego, en los que el poder de lo colectivo es mucho más fuerte e imparable que la iniciativa de una sola empresa. Acéptalo: cuando todos estos cambios empezaron a fraguarse, estabas mirando hacia otro lado. El mundo ha cambiado; es el momento de intentar entenderlo. ■