

CAPITULO 4

Para poner en practica – Página 106

 Un mundo virtual - Relevante

Mochón, F. (2012). ***Un mundo virtual: ¿amenaza u oportunidad?*** Recuperado el 10 de abril de: <http://www.elconfidencial.com/opinion/tribuna/2012/04/11/un-mundo-virtual-amenaza-u-oportunidad-9024/>

Un mundo virtual ¿Amenaza u oportunidad?

El mundo es virtual y cuanto más tardemos en reconocerlo menos opciones tendremos de aprovechar las oportunidades que ofrece. La virtualización de la sociedad acelera e intensifica el cambio estructural y crea tanto perdedores como ganadores, según la capacidad de adaptarse rápidamente al profundo cambio motivado por el uso intensivo de las TIC, las nuevas formas de hacer negocios y los requerimientos de los mercados. Una muestra de estos cambios es la transformación experimentada por Internet, que surgió como una herramienta de comunicación e información, se fue convirtiendo en un mecanismo de interacción y se está consolidando como una plataforma para las transacciones mercantiles. Por ello, los beneficios asociados a una economía virtual y global no se reparten igualitariamente. De hecho buena parte de ellos han sido capturados por un núcleo muy reducido de “superganadores”; las grandes empresas relacionadas con internet, *Google, Amazon, eBay, Facebook o Apple.*

La virtualización como amenaza

Las TIC han propiciado el *taylorismo digital* pues buena parte de la mano de obra que había sido contratada por su talento está siendo estandarizada y sustituida por las TIC. El resultado es un aumento del paro estructural, especialmente en aquellos empleos de poco valor añadido y alta rutina mecánica. En consecuencia el empleo en las economías occidentales, que ya se había visto negativamente afectado por la deslocalización asociada a la globalización, se enfrenta ahora la virtualización de tareas. El problema para Occidente no es ya únicamente el mayor coste laboral sino la falta de agilidad y capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías. Además, a la escasa flexibilidad de las instituciones occidentales (especialmente las europeas), la abundancia de normas y la lentitud de procedimientos hay que añadir la pérdida progresiva de la ventaja competitiva que hasta hace unos años otorgaban las instituciones educativas occidentales. Baste recordar que los sistemas educativos asiáticos ocupan 4 de los 5 primeros puestos del ranking PISA 2009.

Las claves del éxito

A pesar de la amenaza derivada de la virtualización queda mucho por hacer y las oportunidades son inmensas. Para aprovecharlas hay que tener en cuenta:

1. Que gracias a Internet se puede acceder a un gran número de clientes de forma muy rápida y se pueden desarrollar negocios de una forma que antes no era posible. Por ello, desde el arranque de un negocio hay que pensar que estamos en un mercado global y la escalabilidad es un requisito imprescindible. Si “tu no ocupas el mercado hoy tu competencia lo hará por ti”.
2. Que hay que estar preparados para gestionar con flexibilidad y eficiencia cambios radicales. Un buen ejemplo es la profunda transformación experimentada por Internet, donde la computación móvil y la computación en la nube están adquiriendo una posición dominante.
3. Que las redes sociales se han integrado en el mundo de los negocios. Las redes sociales siempre han existido, lo novedoso ha sido la forma en que gracias a Internet se han imbricado en el mundo empresarial y profesional.

Estas características definen el terreno de juego donde se dilucidarán los triunfadores del futuro. Estos serán, más que aquellos que incorporen a la economía real as posibilidades que ofrece Internet, los que sean capaces de configurar nuevas ramificaciones de éxito. En este nuevo paradigma las claves para estar entre los ganadores son movilidad (en el sentido de uso intensivo de dispositivos móviles), la nube y redes sociales. Para subir de categoría y lograr formar parte de los superganadores a estas condiciones habría que añadir un requisito, el logro de un cierto tamaño, que algunos estiman en el 15% de la población mundial. Estos son condicionantes que empresas como Telefónica o Indra deberían tener en cuenta.

¿Qué hacer para generar empleo en un mundo virtual?

Para triunfar en un mundo digital la economía de Estados Unidos nos está mostrando el camino. Las cuatro empresas líderes en Internet (Google, Apple, eBay y Amazon) son estadounidenses y este país mantiene un claro liderazgo en el mundo de las aplicaciones para los teléfonos inteligentes, las tabletas y las redes sociales. Una muestra de la importancia de este subsector es que en plena crisis, entre 2007 y 2011, la economía de las aplicaciones ha creado 466 mil nuevos empleos (311 mil empleos directos y 155 mil indirectos) en Estados Unidos.

Pensando en el futuro de un pequeño país occidental como España, por lo que respecta al empleo no cualificado, hay que empezar admitiendo que este se mantendrá en determinados sectores tradicionales como la construcción o el turismo, una vez que su dimensión se adapte a las necesidades reales de la economía. Pero incluso en los sectores tradicionales, si se quiere preservar la viabilidad de los negocios, habrá que ser activos en materia de virtualización. Por lo que respecta a la industria, admitida la dificultad para competir globalmente en aquellos segmentos de poco valor añadido, habría que centrar los esfuerzos, por una parte en la I+D+i, y, por otra, en los servicios de valor añadido. En el futuro gran parte del crecimiento de las manufacturas provendrá de los “manuservicios”: la combinación de manufacturas avanzadas con un amplio rango de servicios. El

diseño, el *marketing*, los desarrollos informáticos y las aplicaciones forman parte de esos servicios, que requieren un conocimiento de tendencias y comportamientos de los consumidores, (en los que empresas españolas como *Inditex* o *Zed* son un referente mundial), que es imprescindible para ofrecer servicios innovadores y diferenciadores, que son los únicos que resultan difíciles de imitar.