

Usuarios multiplican valor de redes de telecomunicaciones (El Financiero 31/03/17)

Usuarios multiplican valor de redes de telecomunicaciones (El Financiero 31/03/17) COLABORADOR INVITADO CARLOS RUIZ Viernes, 31 de marzo de 2017 Los datos no podían ser más impresionantes. La semana pasada el INEGI en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2016 informó que 65.5 millones de mexicanos tienen acceso a Internet. Una cifra impactante que a mí me sorprendió. El teléfono llegó a México en tiempos de Don Porfirio Díaz y su cobertura fue avanzando poco a poco. Recuerdo que en 1968, el año de las olimpiadas realizadas en el país, se festejó con "bombo y platillo" el teléfono un millón. La cifra muestra que nos tardamos más de 70 años en llegar a aquel millón que festejábamos. Era un país, que en aquel entonces, tenía 50 millones de habitantes, es decir, estábamos hablando de un teléfono por cada 50 habitantes, y en retrospectiva no era como para enorgullecerse. Recuerdo que en la década de los setenta se podía salir de excursión (era un país más seguro), y era muy complicado hablar por teléfono. Para hacer una llamada íbamos a una oficina de teléfono, una por pueblo, y esperábamos turno sentados en bancas de madera un poco duras. Además, el teléfono daba toques en la oreja (es real, a mí me pasó) y llamar era muy caro. Ni hablar de las llamadas de larga distancia, las cuales, hoy con Skype son prácticamente gratis; podemos llamar a Europa y ver a nuestro interlocutor por unos centavos. En la década de los ochenta era un lujo llamar a Europa o a Estados Unidos, la comunicación no era buena y resultaba muy costoso. Recuerdo además que, en el temblor de 1985 se "cayó" (y se calló) la red de telecomunicaciones telefónicas con Europa. Para 1990, cuando se anunció la privatización de Telmex, el número de teléfonos había aumentado a 6 millones y la privatización aceleró la "telefonización" de México. Ocho años después, en 1998, ya había 10 millones de teléfonos de línea o fijos. El gran detonador fueron los teléfonos celulares, que prácticamente no había en 1992. Ahora funcionan más de 100 millones de ellos, con lo que podemos hablar de un teléfono por habitante, en promedio, incluyendo niños. Claro que hay quienes tienen dos o tres líneas. Otro aspecto muy importante es el porcentaje de "smartphones" que existen, un término que no sé por qué se utiliza si estos teléfonos inteligentes no tienen inteligencia. A mi modo de ver deberían mejor llamarse "computadoras - portátiles" porque los que cuestan unos 2,000 pesos tienen el poder de una computadora de la década de los setenta, aunque son más accesibles, más fáciles de usar y mucho más baratos. El valor de la red. La ley de Metcalfe -formulada por Robert Metcalfe, uno de los inventores del Ethernet y del Wifi, entre otras cosas- dice que el valor de una red de comunicaciones aumenta proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios del sistema (n^2). Así, por ejemplo, una red de 10 vale 10 al cuadrado = 100, y una red de 1,000 no vale 100 veces lo que vale la de 10 (1,000 entre 10 = 100) vale 1,000,000, es decir 1,000,000 (un millón) o sea 10,000 veces más. No voy a llenar de ceros este artículo, pero ya hice las cuentas, la red de teléfonos de México actual -considerando 100 millones- es 10,000 veces más valiosa que cuando había un millón. Datos importantes, sin duda, que se vuelven consideraciones relevantes a la hora de diseñar la estrategia de una empresa. El que existan tantos teléfonos en el país en sí no es ni oportunidad ni amenaza (en un diagnóstico clásico) todo depende de nuestras "fuerzas" (competencias, capacidades o habilidades) para aprovechar ese hecho. Que haya tantos Smartphones no explica por sí mismo el éxito de Waze o de Uber, lo que lo explica es el hecho de que quienes trabajan en ambas compañías fueron capaces de programar algoritmos y aplicaciones apoyados en la enorme base de teléfonos inteligentes actual. Por eso se vuelve muy importante, y hasta crucial, "escanear" el mercado, ver qué está pasando, qué tendencias hay, qué nos depara el futuro y qué habrá en éste que pudiéramos aprovechar. ¿Para qué? Para planearlo, para adelantarnos proactivamente a los acontecimientos, siendo capaces hasta de provocar cambios en el entorno. Finalmente ese es uno de los roles de un director: Crear el futuro (forjándolo.) * El autor es Profesor del Área de Política de Empresa (Estrategia y Dirección) en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE) y Director de programas In-Company de la misma institución. ¿Comentarios acerca de este artículo? : por favor envíe su correo a: