

La rapidez del cambio

Por: Dr. Héctor Montiel Campos

Profesor de tiempo completo

Departamento de Administración de Empresas de la UDLAP

hector.montiel@udlap.mx



La naturaleza de la competitividad ha estado cambiando en las últimas décadas. La realidad demuestra que los recursos financieros son escasos y que los mercados son cada vez más volátiles y exigentes. Aquella premisa básica de «bueno, bonito y barato», ya no es suficiente, ahora se ha agregado «y a tiempo». En el escenario actual, los supuestos de un mercado estable son reemplazados por nociones inherentes de inestabilidad y cambio.

En ocasiones, el cambio lo vemos venir, pero en otras no es así. El cambio es algo que tal vez no nos sorprenda, ya que los productos o servicios que consumimos pueden llegar a aburrirnos antes de que sean obsoletos. Esto lo tienen claro las empresas, al menos, algunas de ellas, en el que los consumidores necesitamos y deseamos experiencias nuevas, porque la monotonía, es el principal verdugo de un producto o servicio.

Entonces, si el cambio ha dejado de sorprendernos, ¿qué es lo interesante? Lo interesante y tal vez preocupante, es la rapidez del cambio. Hace siete años –aproximadamente– Nokia era dueña del 50% del mercado de la telefonía móvil a nivel mundial. En ese tiempo, Apple, era dueña del 0%. Siete años después Nokia se ha reducido a un máximo del 5%. En este tiempo, vimos surgir y prácticamente desaparecer a Blackberry. En estos mismos siete años surgió un nuevo mercado: el de las tablets.

Todo esto se lo debemos a la tecnología, gracias a la cual, en ocasiones podemos alcanzar la obicuidad, para bien o para mal. La tecnología provoca que se rompan paradigmas, ya

sean culturales, sociales, y por supuesto, los de consumo. En principio, la tecnología viene a resolvernros, o al menos, a facilitarnos o hacernos más placentera la vida, siempre y cuando entendamos de qué van las cosas. Basta observar el mar de aplicaciones que hay para los teléfonos inteligentes. Queremos tener todo al alcance de nuestro dedo. Pero aquí también interviene aquella rapidez de la que venimos hablando, ya que la vida útil de una aplicación es de dos años.

Los cambios drásticos y no anticipados pueden poner en aprietos a varios actores en el mercado, pero cuando eso ocurre, no hay más remedio que adaptarse y mientras más rápido sea, mejor. El mundo está cambiando y las tendencias no se pueden detener. Debemos estar preparados para lo que el día de hoy no existe, pero que el día de mañana será una realidad. Algunas cosas nos harán gracia, otras no, pero además del cambio, también debemos aprender a vivir con esa diversidad.