

La digitalización del mundo y la economía que se viene



Santiago Bilinkis
Economista y cofundador de Officenet

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo Año VIII – Nº 37 – Septiembre 2015 – ISSN 1851-6610



Santiago Bilinkis, economista y cofundador de Officenet –luego comprada por la global Staples-, expuso en el panel económico de la 2ª Convención de nuestro Consejo, titulado “La Argentina frente a los desafíos de la nueva economía”. El emprendedor brindó un vertiginoso pantallazo del impacto de la “digitalización del mundo” y ofreció consejos para “sobrevivir al futuro” y evitar seguir el camino de empresas que sucumbieron ante los cambios. “Lo único que no podemos seguir haciendo es lo que estamos haciendo”, advirtió.

“La sensación de aceleración del cambio no es nueva, ya la describió Alvin Toffler en *El Shock del Futuro*, en 1965”, dijo Bilinkis y apuntó a la “digitalización del mundo” como el fenómeno que está detrás de ella, con PCs que duplican su poder de velocidad o procesamiento cada dos años (la llamada “Ley de Moore”, acuñada en 1970).

“En el inicio de este cambio están los dispositivos digitales”, aseveró y brindó ejemplos del impacto de este fenómeno. Por ejemplo, los genomas de plantas, animales y humanos ya son información digital que las computadoras pueden leer y escribir, volviendo a la vida “programable”. La tecnología también permite la lectura del lenguaje cerebral, haciendo posible así la construcción de prótesis de miembros conectadas al sistema nervioso o la generación de órganos humanos en impresoras 3D, lo que reduce a cero el riesgo de rechazo.

Estas herramientas prometen trascender la biología. “El verdadero enemigo último no es la enfermedad, sino el envejecimiento”, aseveró y se refirió a la empresa de biotecnología Calico, creada por Google, que busca llevar la expectativa de vida humana a 200 años en la próxima generación.

Ante estos avances asombrosos que, lejos de ser escenas de películas de ciencia ficción, están ocurriendo en la actualidad, el economista auguró: “Lo que viene es extremadamente más disruptivo” dado que ninguna tecnología inventada en el pasado sostuvo la evolución exponencial que se observa ahora.

El emprendedor invitó a los asistentes a “abrazar el cambio” y a salir de la zona de confort y ofreció una “guía para sobrevivir al futuro”. Recomendó reconocer la situación actual -no ignorar las señales- y tenerla en mente a la hora de elegir estudios universitarios y alternativas profesionales. “Estamos viviendo la desaparición de profesiones”, aseguró y citó la traducción y la conducción de camiones entre las más amenazadas por el avance de la automatización.

Lo que viene es extremadamente más disruptivo dado que ninguna tecnología inventada en el pasado sostuvo la evolución exponencial que se observa ahora.

El economista comparó la situación que a nivel personal y organizacional implica este contexto de cambio con estar acostados en las vías y el tren que viene. “La única reacción que no podemos tener es pretender que el ferrocarril pare”, consideró. A continuación dio una serie de ejemplos de compañías que supieron adaptarse a los cambios y otras que, por el contrario, desaparecieron por insistir con viejos esquemas de negocios.

Kodak, líder mundial de la fotografía en su momento, fue una de las que “decidió intentar parar el tren”. Ante el surgimiento de la fotografía digital, la compañía optó por insistirle al consumidor sobre las bondades de la fotografía analógica, lo que en unos pocos años la llevó a la quiebra, explicó el economista. “Hoy sacamos 50 veces más fotos que antes. Su mercado se multiplicó por 50, pero Kodak terminó en bancarrota”, añadió. “Cuando el modelo de negocios cambió, Kodak se inmoló abrazada a su éxito pasado”, dijo. Sin embargo, Bilinkis destacó que este final no era inevitable y mencionó a la competidora Canon, como un caso de éxito, ya que se adaptó y en el mismo período logró un 100 % de retorno a sus accionistas.

En la industria de la música, el economista también destacó a Apple como un caso de éxito de adaptación al paso de lo analógico a lo digital, donde Steve Jobs vio una oportunidad y se lanzó al mercado de la música digital con el iPod y iTunes, mientras que discográficas como Warner, entre otras, se convirtieron en las grandes perdedoras.

“Cada cambio, en el plano personal, profesional, organizacional y nacional, puede ser visto como una amenaza o una oportunidad, y nos obliga a decidir: ¿Quiero ser Canon o Kodak? ¿Quiero ser Apple o Warner?”, reflexionó. “El cambio es bueno para aquellos que estén dispuestos a cambiar”, concluyó.



consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires