



El Walkman, el iPhone y la tormenta perfecta de innovación

Los cambios más disruptivos en los últimos años han surgido por una combinación de factores empresariales, sociales y culturales cuyo resultado ha supuesto un cambio definitivo en los comportamientos de los usuarios. La innovación digital es resultado de estos cambios y transformará los modelos y métodos de trabajo.

Andrés García-Arroyo, Director General para Iberia de Workday.

Si ya tiene algún que otro año a sus espaldas y conserva una buena memoria, puede que recuerde cuando en junio de 1980 Sony lanzó en Estados Unidos el primer reproductor estéreo portátil de bajo coste, el Walkman, a un precio de 150 \$. Masaru Ibuka, cofundador de Sony, quería escuchar ópera durante sus frecuentes viajes transpacíficos en avión, y el Walkman se comercializó como la oportunidad perfecta para que los amantes de la música pudieran disfrutar de su tiempo de viaje.

El modelo inicial se rediseñó en distintas ocasiones, ya que Sony cambió de la cinta al CD, después al mini-disc y más tarde al mundo digital del MP3. Sony estableció un nuevo enfoque personalizado para escuchar música que le permitió mantenerse por delante de la competencia entre los 80 y los 90. Durante un periodo de tiempo

considerable, el Walkman y sus posteriores versiones fueron el dispositivo preferido para escuchar música en cualquier lugar. La situación cambió en 2001, año en el que Apple presentó el iPod, que más tarde evolucionaría para convertirse en el iPhone. El iPod, con la ayuda del ecosistema iTunes, cambió radicalmente el mercado de la música tal y como lo conocemos. Esto supuso el adiós al Walkman.

Vamos a cambiar nuestro punto de vista. En lugar de centrarnos en el modo en el que determinados dispositivos, como el iPod, cambiaron la forma en la que escuchamos música, pensemos en la convergencia de diversos factores macro, en la tormenta perfecta de factores empresariales, sociales y culturales que precedieron al dispositivo en y que motivaron el cambio de comportamiento. Desde mi punto de vista, el iPod es la representación perfecta de una convergencia de cambios;

no apareció y provocó los cambios; fue el resultado de los cambios, más que su motivador. Es decir, el éxito del iPod es el resultado de la generalización de la música digital, que permitió que los usuarios no solo crearan sus listas de reproducción personalizadas sino también llevar miles de canciones encima. Así, iTunes pasó de ser una herramienta con la que organizar la música digital para convertirse en un mercado que permite que los artistas y los sellos discográficos obtengan ingresos de la música digital.

Estas disrupciones lideradas por Apple no son incidentes aislados. Recordemos las guerras de software de oficina que tuvieron lugar entre los 80 y los 90, cuando Microsoft, Borland, WordPerfect y Lotus —entre otros— lucharon por convertirse en la opción elegida por los usuarios de ordenadores. El aumento de la potencia informática que posibilitó la ley de Moore y el cambio de necesidades de los usuarios animaron esta lucha encarnizada. La gente quería crear gráficos, diseñar presentaciones y compartir archivos más rápido tanto en casa como en el trabajo. Estas necesidades crearon una exigencia de innovación y de productos que permitió a los usuarios de ordenadores trabajar desde casa como si estuviesen en la oficina. De nuevo, la convergencia de megatendencias y avances tecnológicos se produjo en el momento justo para cambiar completamente el panorama. Microsoft ganó la batalla, pero la necesidad de conectar y aprender de otros se tradujo en otro cambio radical: los usuarios dejaron atrás los paquetes de software para PC para mudarse a Internet.

LA CAMBIANTE RELACIÓN ENTRE FINANZAS Y RR.HH.

Cuando miro al mundo empresarial actual, y especialmente al mundo que yo vivo en Workday, veo que se está produciendo un cambio similar en el que varios puntos de convergencia redefinen el panorama. Analicemos la cambiante relación existente entre Finanzas y RR.HH. Ambos son actores estratégicos del negocio, pero, desde una perspectiva empresarial y tecnológica, tradicionalmente siempre han sido dos funciones muy distintas, tanto en la forma en la que tratan los datos como en la que colaboran para prestar su apoyo al negocio. Sin embargo, una serie de fuerzas externas han creado la necesidad de que estas funciones trabajen conjuntamente, y esto requiere una arquitectura tecnológica capaz de sustentar esta más estrecha colaboración.

En lo que respecta a la parte empresarial, nuestro mundo ha cambiado de una economía de producción a una economía de servicios, en las que las organizaciones ya no miden la rentabilidad puramente mediante la producción de bienes (utilizando, por ejemplo, sistemas de ERP tradicionales). Las organizaciones están migrando a un mundo más complejo en el que deben analizar y generar

informes sobre elementos intangibles como las personas y el contexto. Esto supone crear una mejor visión de la relación existente entre personas y finanzas. A otro nivel, la globalización continua de las empresas y otros factores, como el Brexit en el Reino Unido y la reforma de la Ley de Protección al Paciente y Cuidado de Salud Asequible de los Estados Unidos (conocida como Obamacare), conllevan que las organizaciones deben ser más ágiles y capaces de implementar y gestionar una plantilla móvil en épocas de constante cambio.

Después están los macromotivadores, o lo que Gartner describe como «el Nexo de Fuerzas: social, móvil, cloud e información» que se añan para cambiar la forma en la que las empresas pueden y deben actuar en todos los niveles. Este hecho puede incluir el uso de analytics para mejorar la toma de decisiones, ofrecer aplicaciones empresariales con una experiencia de usuario mediante dispositivos móviles o promover la colaboración social en todos los contextos del lugar de trabajo.

Al final es como intentar adivinar si primero fue el huevo o la gallina; la cuestión es que los clientes exigen constantemente hacer las cosas mejor y de un modo más eficiente, y contar con tecnología que nos ayude a movernos en un mundo empresarial en el que reina la incertidumbre. Igual que el iPod de Apple y Microsoft Office fueron símbolos de cambio, creemos que los proveedores de servicios cloud como Workday, Salesforce, Amazon, Google, Box y Slack serán marcas representativas de la transformación de los métodos de trabajo, y definirán la «nueva normalidad».

La innovación tecnológica suele surgir de personas y empresas que detectan los cambios radicales en el mundo de los negocios y en la sociedad, aquellas que tienen la amplitud de miras suficiente como para reconocer que esos puntos de convergencia van a transformar los comportamientos, los modelos empresariales y los métodos de trabajo y, por lo tanto, son capaces de crear nuevos mercados o cambiar radicalmente los ya existentes para lograr un futuro mejor.

Creo que, dentro de no mucho tiempo, los líderes empresariales se preguntarán «¿Pero no ha sido así siempre?». Contar historias de sistemas on-premise y tener que mover datos manualmente de un sistema a otro será como explicarle a un millennial la forma en la que nos poníamos en contacto con nuestros amigos antes de la existencia de los teléfonos móviles... Con las miradas de incredulidad y asombro que esto provocaría. Aquellas organizaciones a las que les asuste realizar cambios en sistemas vitales como los de finanzas y RR.HH., o que duden de la capacidad de las plataformas cloud para resistir las cargas de trabajo empresariales más exigentes, deben tener siempre presente que la idea de un reproductor de cintas portátil también pareció una quimera no hace demasiado tiempo. ■