

## COORDENADAS

# La lección de Steve Jobs

ENRIQUE QUINTANA



Para variar, uno de los empresarios más exitosos de la historia nos vuelve a dar una lección a todos.

Estamos en crisis o, en el mejor de los casos, apenas saliendo de ella.

Y, sin embargo, una empresa de alcance mundial como Apple lanza un nuevo producto que **pretende crear un mercado nuevo** en el mundo de las **computadoras, las telecomunicaciones y los medios**.

La creatividad en el mundo empresarial contemporáneo tiene nombre y apellido: Steve Jobs.

En 1984, este personaje revolucionó el mundo de las computadoras personales cuando lanzó **Macintosh**.

Quienes tenemos edad suficiente para haber usado esas computadoras que requerían todavía dos discos flexibles para arrancar y utilizaban el sistema operativo CPM como opción al DOS, recordamos que la Mac parecía una rareza, apenas quizá para diseñadores y algunos otros que requerían una peculiar interfaz gráfica.

Bueno, pues la Mac se convirtió en referencia en poco tiempo y hasta Bill Gates acabó **imitándola cuando lanzó Windows**.

Luego de muchas innovaciones específicas, como el uso del diseño del producto para reposicionarlo en el mercado, Jobs volvió a revolucionar al mundo cuando en 2001 lanzó **el iPod**.

Perdón por la exageración, pero creo que sería **inimaginable el mundo contemporáneo** sin el iPod y sus accesorios. Cambió la manera en la que la gente escucha y compra música y videos.

No fue todo.

Hace apenas 3 años, Jobs volvió a hacer de las suyas y puso en el mercado un teléfono singular, **el iPhone** que, aún sin llegar a impactar como lo hizo el iPod, se ha convertido en el dispositivo de crecimiento más rápido en su mercado.

Y ahora pone sobre la escena una especie diferente: **la iPad**.

Es cierto, como dicen algunos expertos, que la iPad todavía le quedó a deber a

los usuarios que esperaban en verdad un milagro tecnológico, como los que ha hecho Jobs en diversas ocasiones.

Sin embargo, la iPad es un paso nada despreciable en **una revolución** que -de

acuerdo con The Economist- involucra tres industrias: la de las computadoras, de las telecomunicaciones y la de los medios.

Es probable que para que esta revolución cristalice se requieran todavía algunos pasos más. Pero la senda está clara.

Le pongo un ejemplo. Para quien ha usado una **Kindle**, el dispositivo de compra y lectura de libros de Amazon, **el mundo ha cambiado**.

En México, por ejemplo, ya no hay que esperar varias semanas o gastarse muchos dólares si se quiere obtener rápido un libro comprado en Amazon. Casi todos cuestan cuando mucho 11 dólares y, tras pagarlos, los obtiene uno de manera inmediata, disponibles para leer.

O, incluso, se pueden pedir extractos sin costo para poder tomar informadamente la decisión de comprar o no.

La iPad obviamente va a ir mucho más allá y así sea gradualmente y luego de que se generalicen sus secuelas, va a cambiar las tres industrias que le refería.

The Economist califica a la iPad como un iPhone gigante y con potencia de esteroides.

Quizá ni siquiera vaya a ser el dispositivo que acabe conquistando el mercado.

Pero **el impulso que le va a dar al mercado**, incluso al que pueden capitalizar sus competidores, será espectacular.

La lección que nos vuelve a dar Jobs es que si la creatividad se emplea a fondo, es irrelevante que el mundo esté en crisis.

Al final, los consumidores van a adaptar sus hábitos y sus bolsillos a los productos que realmente satisfagan sus necesidades.

enrique.quintana@reforma.com

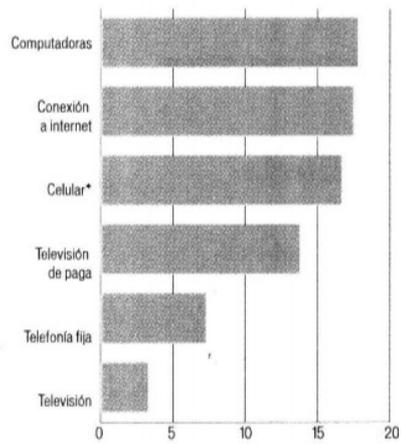


Continúa en siguiente hoja

Página 1 de 2  
\$ 59425.95  
Tam: 299 cm2  
RGARCIA

## Despegue acelerado

(tasas anuales medias de crecimiento % 2001-2008)



\*2004-2008

Fuente: Encuesta sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. Inegi