

Las compañías “para siempre”

Descrição

Pocos conceptos resultan tan célebres en economía como el de la creación destructiva. El mismo fue acuñado en 1942 por el austríaco Joseph Schumpeter en su obra *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. De acuerdo al autor, la noción aludía al proceso que incesantemente revoluciona a las estructuras económicas desde adentro, destruyendo a las viejas para crear a las nuevas.

Pocos conceptos resultan tan célebres en economía como el de la creación destructiva. El mismo fue acuñado en 1942 por el austríaco Joseph Schumpeter en su obra *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. De acuerdo al autor, la noción aludía al proceso que incesantemente revoluciona a las estructuras económicas desde adentro, destruyendo a las viejas para crear a las nuevas.

A comienzos de milenio AOL constituía un portento tecnológico similar a lo que hoy es Google. Tan poderosa era esta empresa que, emitiendo parte de su paquete accionario como forma de pago, adquirió el mayor imperio comunicacional y del entretenimiento de Estados Unidos: Time-Warner-CNN. ¿Quién se acuerda hoy, sin embargo, de AOL? Otro tanto podría decirse de Yahoo o de MySpace, que en su momento lucían indetenibles y que hoy juegan un papel menor.

También podríamos traer a la memoria los casos de fabricantes de teléfonos celulares como Motorola, Nokia o RIM (fabricante del Blackberry). Cada uno de ellos lució, en fecha no lejana, como omnipresente. Y, sin embargo, al igual que AOL, Yahoo o MySpace, quedaron como simple memoria de empresas desplazadas por competidores más eficientes.

¿Ocurrirá lo mismo con Amazon, Microsoft, Google o Facebook? El reconocido columnista de tecnología de CNN Dylan Byers ha rechazado de plano esta posibilidad. De hecho, acuñó el término de “Compañías Para Siempre”, para referirse a ellas. Es decir, como empresas indestructibles, llamadas a mantener su preeminencia por tiempo indefinido.

¿Es posible tal cosa? Refiriéndose al mundo de la alta tecnología, Nathan Myrhold hizo célebre hace un par de décadas la frase según la cual sólo el paranoico sobrevivía. Es decir, sólo quien resultase capaz de anticipar todos sus flancos débiles, reales o potenciales, podía lograrlo. El resto tenía como destino el desván de las celebridades desvanecidas.

No en balde, la principal línea de defensa de las “Compañías para Siempre” ha sido la de comprar a las empresas emergentes con tecnologías que pueden llegar a representarles una amenaza. Buen ejemplo de ello han sido las adquisiciones de Instagram o WhatsApp por parte de Facebook. Sin embargo, cuando la testarudez impide la compra, la destrucción de los testarudos se hace inevitable. Es la política de Herodes: masacrar a los recién nacidos, para evitar que se cumpla la profecía de su asesinato por uno de ellos décadas más tarde.

Otra forma de mantenerse vigentes ha sido la de expandirse hacia tecnologías laterales. Google ha sobresalido en este sentido, abriéndose espacio hacia sectores tan lejanos a su núcleo central como la de los vehículos autónomos. Otras como Amazon lo hacen abriéndose hacia tecnologías que en el futuro resultarán convergentes con su núcleo central de actividad. Es así que está involucrándose en la tecnología de los drones, que en fecha no lejana podrán distribuir a domicilio los productos que mercede. Sin embargo, Bezos su mayor accionista se ha convertido en pionero de los viajes al espacio.

Más allá del riesgo de verse desplazados por los que vienen por detrás (que se amortigua con la adquisición o destrucción de quienes plantean una amenaza potencial, o de la expansión hacia nuevas tecnologías), las “Compañías para Siempre” confrontan un serio peligro. Este deriva de la convergencia de dos amenazas distintas. De un lado, no la de los que vienen por atrás, sino la de los que vienen desde lejos. De otro lado, la del poder político doméstico. Por separado, estas dos amenazas resultarían superables. Juntas, podrían llegar a representar su perdición.

Los que vienen desde lejos son básicamente los llamados “Dragones del Silicón”. Es decir, gigantes chinos de la alta tecnología como Alibaba, Baidu, Tencent o Xiaomi, que compiten directamente con sus núcleos centrales de actividad.

Junto a ellos se encuentran los llamados unicornios chinos. Es decir, empresas emergentes mil millonarias portadoras de tecnologías revolucionarias. Estas surgen como el pasto en China, al amparo de un capital de riesgo que creció 15 veces entre 2013 y 2018 y que ya ha sobrepasado el nivel de crecimiento de ese mismo capital en Estados Unidos.

De su lado, el poder político doméstico se plantea como amenaza por la tendencia creciente en Estados Unidos a poner bajo cintura a las grandes empresas de Silicon Valley. No son pocos los que en Congreso persiguen su desmembración por vía de la aplicación de la legislación antimonopolio. Por su parte, el Departamento de Justicia ha venido trabajando en el ámbito regulatorio de sus actividades.

Por separado ambas amenazas podrían ser enfrentadas. Sin embargo, si al choque de una poderosa competencia extranjera se suma su debilitamiento desde adentro, el reto pasaría a hacerse mayor. De ser así, es posible que las “Compañías para Siempre” puedan terminar también al desván de las celebridades desvanecidas. La creación destructiva, en efecto, ha probado ser tan implacable como persistente.

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Outros

ETIQUETAS

China Galicia USA internacional

IDIOMA

Castelán

INVESTIGACION

Relações Internacionais e Geopolítica

Data de criação

Julho 7, 2021

Metacampos

Autoria : 3733

Datapublicacion : 2021-07-07 00:00:00