

## Las TICs firmes ante la crisis económica.

### Introducción

Ha culminado la primera década del siglo XXI y la humanidad ha sido testigo de críticas situaciones climáticas, letales pandemias, disputas militares, enfrentamientos políticos y una crisis económica global que clasifica entre las más grandes de la historia.

Los enormes efectos de las situaciones anteriores influyen sobre los grandes sectores del ámbito social y empresarial, aunque varían de un sector a otro. Por este motivo, en el presente artículo se pretende aportar los elementos necesarios para definir el impacto de la crisis financiera internacional sobre la penetración de las TICs, señalar los elementos que marcan diferencias en este sector y predecir su comportamiento futuro a corto plazo. Para lograrlo se han definido tres preguntas clave que serán abordadas a lo largo del artículo.

### ¿Ha generado la crisis económica un retroceso en la penetración de las TICs?

Al igual que la inmensa mayoría de los sectores, el tecnológico también ha dado muestras de afectaciones, principalmente en los sectores productivos y de los servicios, como consecuencia de las situaciones económicas existentes. Un ejemplo en este sector, lo constituye el anuncio de una caída del 30% en la bolsa de valores durante el 2011, de la compañía Nokia. Tal situación ha generado un plan de despido de más de 6 000 empleados en la compañía europea, que es una de las principales del mundo en cuanto a telefonía celular se refiere. [1][2]

A la fuerte incidencia que pudiese tener la crisis económica sobre situaciones como estas, se debe sumar el crecimiento de la competencia tecnológica actual. Especialmente, porque resulta interesante el hecho de que aunque los usuarios dirigen sus compras hacia necesidades puntuales, no existe un retroceso en cuanto al consumo y penetración de las TICs.

En primer lugar, las compañías tecnológicas continúan a la vanguardia de la economía mundial, así lo muestra la figura 1 en una comparación elaborada a partir de las ediciones 2005 y 2011 del FORBES 2000. Esta imagen resume un ranking anual confeccionado por Forbes, una de las revistas económicas más prestigiosas del mundo. Tanto en la edición que pudiese simbolizar el “antes de la crisis” (2005), como en la que pudiese enmarcarse en el supuesto “después de la crisis” (2011), se tomaron las 50 compañías de mayor valor en el mercado mundial y se determinó el valor total general. Posteriormente se delimitó el valor total del segmento de compañías tecnológicas dentro de las cincuenta y se determinó el porcentaje representado por el sector tecnológico sobre el valor total general. [1][2]



Figura 1. Valor en el mercado mundial de las empresas tecnológicas

Como bien muestra la figura 1, en el 2005 “antes” de la crisis, el valor de las compañías tecnológicas, representaba un 25% del valor total general, mientras en el 2011 representan un 29%. Este crecimiento demuestra claramente la firmeza del sector en los últimos seis años y confirma la continuidad en el proceso de penetración de las TICs.

### ¿Por qué la tecnología crece mientras la mayoría de los sectores retroceden?

El hecho de que los índices económicos del sector tecnológico sean favorables, puede tener infinitas causas, pero en opinión del autor de este artículo es el resultado de una labor desarrollada durante años, con la misión de insertar la tecnología en los más inverosímiles campos y estableciendo vínculos entre sí, que en ocasiones toman un carácter casi indispensable.

Atendiendo a esto, muchas propuestas tecnológicas, han pasado rápidamente de uso opcional a un empleo prácticamente obligatorio, lo que ha ido aportando a la construcción de una sociedad cuya estructura de vida hará al hombre moderno cada vez más dependiente de las TICs.

La acelerada capacidad innovadora y evolutiva del sector tecnológico es una de las razones fundamentales por la que esto ha sido posible. En la figura 2 se muestran algunos ejemplos de cuánto se ha desarrollado la tecnología en apenas 11 años.

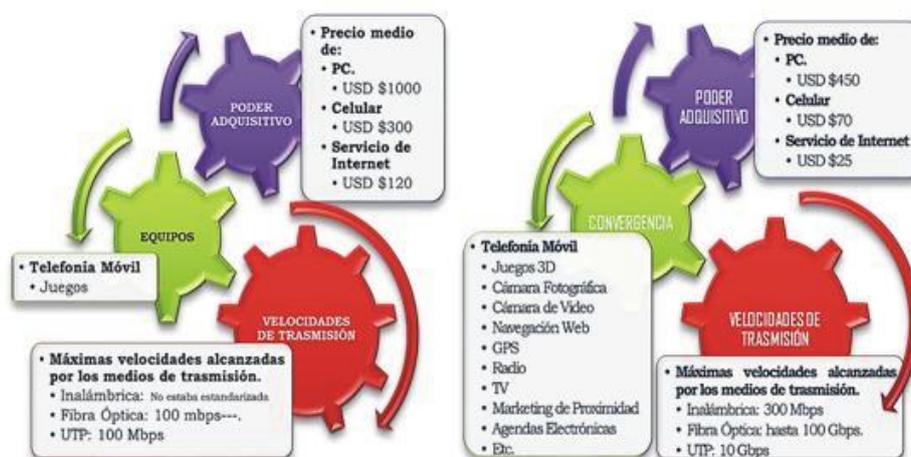


Figura 2. Estado del sector tecnológico en los años 1995 y 2011.

Con la mira puesta permanentemente en la funcionalidad, la tecnología casi ha logrado una relación en su desarrollo directamente proporcional a su grado de penetración. Un gran ejemplo de esto es el teléfono móvil, que hace menos de una década representaba una distracción incisiva y casi una adversidad en las aulas de estudios. Sin embargo, el uso de los denominados Smart Phone- Mobile Learning Devices o teléfonos inteligentes, constituyen una de las principales tendencias educativas de la actualidad.

Lo anterior ha sido generado por las múltiples capacidades agregadas a la excelente portabilidad que ya tenían los teléfonos móviles; especialmente el acceso a redes e Internet y gestión de archivos sobre sistemas operativos, muy similares a los de una computadora personal (Windows Mobile, Android, etc.). Un sector progresista de la educación ha visto en

esto la oportunidad educativa para garantizar lo que han llamado **aprendizaje en cualquier momento y en cualquier lugar**.

Pero hay otro logro intrínseco del sector que tal vez muchos no destaquen y es importante resaltar. A pesar de los procesos acelerados y la gran competencia, el sector tecnológico en general, ha sabido manejar las situaciones lo suficientemente inteligente, como para ganarse la admiración y respeto de las sociedades. Un ejemplo de ello es que dos empresas tecnológicas como Apple y Google, encabezan el listado de las compañías más respetadas del mundo, donde, el 40% de las primeras diez pertenecen al sector tecnológico como muestra la figura 3. [3]



Figura 3. Compañías más respetadas del mundo según FORTUNE y CNNMONEY

### ¿Seguirán avanzando las TICs con este paso firme?

Predecir será siempre polémico y augurar un comportamiento similar o mejor en los próximos años, pudiese resultar controversial, especialmente cuando ni los propios especialistas en materia económica presentan opiniones consensuadas al respecto, ante las circunstancias adversas que aún vive el planeta.

Sin embargo, en opinión del autor de este artículo, la gran variedad de sectores que hoy en día mantienen una intrínseca relación con la tecnología como es el caso de la salud, la educación, el comercio y la profundidad con que estas penetran en sus núcleos, evidencian una continuidad igual o superior a la obtenida hasta el momento. Especialmente porque al analizar pilares clave en el desarrollo acelerado de la tecnología en los últimos años como el marketing, que a su vez constituye un mínimo común entre el gran número de sectores existentes, así lo confirma. Al estudiar las principales tendencias publicadas por compañías como JWT, Euro RSCG Worldwide, el diario La República de Colombia, el grupo de fomento PYMEXPO y varios sitios digitales, sobre el marketing en el 2011, resulta que casi nueve de cada diez tendencias de marketing están vinculadas a la tecnología. El resultado anterior se muestra en la figura 4. [4][5][6]

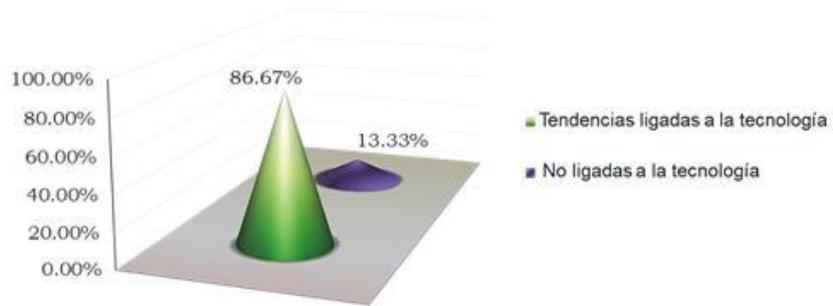


Figura 4. Tendencias de marketing ligadas a la tecnología.

Las redes sociales públicas y corporativas, el marketing móvil, la publicidad basada en geolocalización, los servicios de Google Real Time, Google Instant, la explotación de los CMS y el mencionado uso de los teléfonos inteligentes en el sector educativo, son apenas algunas de la herramientas y servicios tecnológicos que conforman estas tendencias.

## **Conclusiones.**

Es cierto que la tecnología no ha estado inmune a la crisis económica mundial. Sin embargo, se puede afirmar que en términos generales el sector tecnológico ha mantenido una estabilidad privilegiada respecto a otros sectores. El proceso acelerado de penetración de las TICs se ha mantenido relativamente constante durante este período y lo ha logrado además con estrategias muy certeras que auguran incluso un extraordinario futuro a corto plazo.

## **Referencias Bibliográficas**

[1] Forbes. Forbes Global. 2005 [cited; edición 2005 ]

[2] Forbes. Forbes Global. 2011 [cited; edición 2011]

[3] Money C. "Worlds most admired companies". 2011 [cited; Fortune and CNN Money].

[4] Marian Salzmanpderwpee. Tendenciasde Marketing para 2011.

[5] Villa CF. Tendencias de mercadeo para 2011.

[6] Ann Mack. 10 Tendencias que marcarán 2011. 2011 [cited; Available from: [www.jwt.org](http://www.jwt.org) ]