



Las 10 leyes de los negocios en el siglo XXI

El sueño de muchos gerentes y dueños de empresa es poder anticipar el futuro. Millones de dólares se gastan anualmente tratando de predecir el rumbo que tomarán los mercados, las industrias y las empresas. Sin embargo, la complejidad y la gran cantidad de factores que influyen en los acontecimientos, lo hacen un objetivo elusivo.

Pero hay esperanzas: existe un puñado de leyes, enunciadas por algunas de las mentes más brillantes de los negocios y las tecnologías, que parecieran explicar con bastante certeza muchos de los desarrollos recientes. Quienes han interpretado correctamente estas leyes, han cosechado grandes éxitos en los negocios.

Las leyes son:

Ley de Moore, cada 2 años hay una evolución tecnológica: enunciada por Gordon Moore (quien 3 años después sería co-fundador de Intel) en 1965, decía que cada 18 meses, la cantidad de componentes en un micro-chip se duplicaban; en 1975 se enmendó a 24 meses. Mucho más allá de la industria de los chips de silicón, esta ley explica por qué cada 2 años (un poco más, un poco menos) los aparatos digitales (agendas personales, PCs, etc.) se vuelven 2 veces mejores, a un precio similar.

El otro lado de la Ley de Moore, hoy tu computadora vale el 60% de lo que valía hace un año: indica que cada año, el precio de los aparatos digitales baja entre 30% y 40%, dado un mismo nivel de desempeño. Es por esta ley que el precio de una computadora de bolsillo hoy es tan poderoso como un PC de hace 15 años, y cuesta una fracción de lo que este costaba.

Ley de Andy y Bill, aprovechamiento vertiginoso de las ventajas competitivas: surgió de una frase dicha en una conferencia de computación en la década de los 90: "Lo que Andy da, Bill se lo lleva". Traducción: cada vez que Andy Grove, para entonces CEO de Intel, sacaba un nuevo procesador al mercado, Bill Gates, para entonces CEO de Microsoft, actualizaba su software para aprovechar al máximo el potencial. De allí que cada tanto tiempo, además de las mejoras incrementales en el software, hemos presenciado grandes saltos como la computación gráfica (1980s) y la web (1990s).

Ley de Metcalfe, la red crece exponencialmente: enunciada por Robert Metcalfe, inventor de Ethernet (el protocolo de redes), dice que la utilidad de una red aumenta según el cuadrado de la cantidad de nodos que existe en ella. Esta ley explica el crecimiento explosivo de las redes telefónicas, Internet y negocios como eBay.

Ley de Gilder, Deshazte de lo más barato, conserva lo más costoso: enunciada por el futurista George Gilder, indica que los mejores modelos de negocio se deshacen de los recursos baratos de la época para conservar los más costosos. Hace un siglo, las empresas que prosperaron se deshicieron de los caballos (el recurso barato), para utilizar vapor (el costoso). Hoy en día, las empresas exitosas aprovechan el poder de las computadoras y el ancho de banda (que son día a día más económicos, gracias a las leyes anteriores), mientras conservan en lo posible en su recurso máspreciado: gente.

Ley de Ricardo, no hay donde ocultarse, negocios transparentes: los principios de Ventaja Comparativa enunciados por el famoso economista del siglo



Comunicaci3n Alternativa Del concepto al resultado

XIX David Ricardo cobran cada d3a m3s sentido a medida que la econom3a se hace m3s y m3s transparente. La Internet se ha convertido en la mayor ventana hacia la transparencia, y en consecuencia hacia la Ventaja Comparativa. Si su modelo de negocios es malo, o sus precios elevados, est3 en problemas: todo el mundo lo sabr3.

Ley de Wriston, el futuro es ahora: Walter Wriston, conocido banquero y financista, predijo en 1992 el surgimiento de las redes electr3nicas y su principal consecuencia: gracias a estas, el capital (tanto dinero como ideas), viajar3an libremente a la velocidad de la luz, ir3an a donde quisieran, y se quedar3an donde las trataran bien. Analizando este flujo de dinero y talento, se puede predecir el 3xito de empresas y pa3ses.

Curva de Laffer, restar para sumar, ofrecer incentivos: el joven economista Arthur Laffer, en los a3os 70, propuso una idea radical: reducir los impuestos sobre la renta y el capital, para aumentar (no disminuir) la recaudaci3n total. Al reducir el impuesto, saldr3an de su escondite grandes capitales que se invertir3an en hacer a las personas y los negocios m3s productivos. Esta teor3a explica el 3xito econ3mico de Estados Unidos en los 80 y 90, y el actual crecimiento de India.

Ley de Drucker, La contribuci3n es la clave de los negocios: aunque parezca extra3o, lograr3 mejores resultados en su carrera y negocio si elimina la palabra "logro" de su vocabulario, y la reemplaza por la palabra "contribuci3n". Contribuci3n pone el 3nfasis donde debiera estar: en los clientes, empleados y accionistas.

Ley de Ogilvy, La gente hace la diferencia: uno de los m3s grandes publicistas de la historia, sol3a regalarle a todo nuevo gerente una mu3eca rusa (matruska). Al abrirla, hab3a una m3s peque3a adentro. Dentro de esta, otra m3s peque3a, y as3 sucesivamente. Dentro de la 3ltima, hab3a una nota que dec3a: "si cada uno de nosotros contrata a alguien m3s peque3o de lo que somos, tendremos una empresa de enanos. Pero si contratamos a alguien m3s grande, seremos una empresa de gigantes". En otras palabras, es la gente la que hace la diferencia en una empresa.

Estos sencillos enunciados han soportado el paso de las 3ltimas d3cadas, y pudieran seguir siendo v3lidos en el futuro. ¿Quiere apostar?