

Transición del comercio hacia las Industrias 4.0

Nicolás Andrés Ortiz Perdomo¹

Resumen

En el presente ensayo se busca evidenciar cómo la industria 4.0 ha revolucionado la economía de tal manera que el internet se ha convertido en el mejor aliado de los empresarios y hasta se podría decir que es el principal recurso que siendo bien aprovechado catapulta a las empresas al éxito. Este tema es de gran relevancia gracias a lo explicado en el diplomado Negocios e Innovación en la Industria 4.0 de la Universidad de Puebla en México, donde se mostró la importancia y relevancia del internet y de todo el desarrollo tecnológico de los últimos años.

Palabras Clave: Industria 4.0, comercio electrónico, streaming

El impacto que podemos ver de esta Industria 4.0 y de nuestro amigo el internet es que para las empresas que se estaban desarrollando dentro de un modelo clásico todo ha sido diferente y aquellos que en años anteriores tenían empresas sólidas y exitosas con la llegada del internet han tenido que replantearse todo o hasta en algunos casos han desaparecido debido a que su modelo de negocios no supo adaptarse a esta nueva industria.

Ahora también vamos a plantearnos si el mundo del comercio según como lo conocemos el día de hoy va a ir siendo reemplazado por un mundo netamente virtual donde las transacciones, visualizaciones de productos o servicios y hasta la interacción cliente-vendedor será por medio de plataformas tecnológicas.

¹ Optante al título de profesional en Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás, nicolasortiz@usantotomas.edu.co

Plataformas de streaming vs entretenimiento convencional.

A lo largo del diplomado de Negocios e Innovación en la Industria 4.0 pudimos ver muchos temas importantes donde se evidencia como la vida de negocios ha cambiado de manera increíble en los últimos años hasta se plantea:

La importancia socioeconómica de la digitalización es enorme. Es uno de los pilares de la Industria 4.0 y afecta a todos los ámbitos de la vida. Ayuda y acelera nuestra vida diaria, relaciones y trabajo. Además, promueve y estimula el aprendizaje y entretenimiento y contribuye a la calidad de vida. también fomenta la autonomía y la innovación y los transforma para lograr el crecimiento. (Karajz, 2021)

Vemos como negocios actuales han superado notablemente negocios del pasado como lo son las nuevas plataformas de streaming que básicamente se encargaron de cambiar las reglas del juego y han derrocado a negocios gigantes. Un caso muy popular que suena en todos lados es el de Netflix y Blockbuster, que fue mencionado en una clase y que me interesó hasta tal punto que decidí adentrarme a investigar un poco más, en este caso se resalta que el gigante del entretenimiento en los años 2000 Blockbuster se sentía muy poderoso, básicamente era el líder en alquiler de películas y llegó a ser también un innovador con su propuesta de alquiler de videojuegos donde se hizo bastante fuerte y simplemente se veía como una empresa totalmente solidificada con presencia totalmente invasiva en los Estados Unidos además de empezar a expandirse por el mundo con su proyecto rompe mercados.

Los creadores de Netflix Marc Randolph y Reed Hastings tenían ideas geniales acerca de lo que deseaban hacer con un modelo de películas como Blockbuster y en varias ocasiones propusieron al gigante de la industria del entretenimiento que se unieran para proyectos, le intentaron vender ideas y hasta quisieron crear un lugar donde ambas marcas pudiesen

compartir clientela y dar un paso enorme. En la Revista GQ se menciona que los creadores de Netflix al comienzo no tenían muy claro que harían con su empresa, pero tenían como referentes a la entonces tienda virtual de libro Amazon (ahora líder en ventas e industria gigante) y Blockbuster (GQ, 2020). Una parte clave de la relación entre estas dos empresas es cuando a raíz del boom que tiene el internet, Blockbuster quiere entrar al mundo digital y promocionar sus productos de esta forma y es donde los dos dueños de Netflix hacen su última propuesta, más o menos en el 2007, que era manejar todo lo relacionado con el mundo digital con Blockbuster, como ya se sabe la gigante estadounidense se negó a esta propuesta y en el año 2008 empezó a tener un declive del que jamás se recuperó mientras que Netflix empezó con una nueva idea que revolucionaría absolutamente todo.

Para hablar de la revolución que generó Netflix primero tenemos que hablar de sus inicios, nace en 1997 como una empresa imitadora del concepto de Blockbuster dando el servicio de alquiler de películas a sus clientes, pero con un detalle diferente que es ofrecer su servicio mediante internet siendo este sencillo acto el que decidiría el destino de la compañía y el que después demostraría por qué la Industria 4.0 llegó para arrasar con todo. La plataforma Netflix supo aprovechar muy bien la herramienta del internet desde un comienzo haciendo que los pedidos de renta de películas fuera netamente online, además que se aprovechó de todas las desventajas de su competencia para poder así ofrecer un producto que corrigiera los errores de su principal rival, un ejemplo de esto es el proyecto que entregan en el año 1999 donde se idean un proceso de suscripción que te presta el alquiler de la película que quieras sin fecha de devolución ni multa en caso de retrasos en la entrega. Ya para llegar al punto crucial del tema en el año 2007 Netflix debuta con su plataforma de streaming, un tema que básicamente revolucionará el mercado, ahora con esta plataforma todos los clientes de Netflix tendrían acceso a sus películas con tan solo visitar una página web, algo que para

mí, un millennial, no suena tan alocado pero que para las personas de la época era un invento simplemente increíble que cambiaría la forma en la que disfrutaríamos las películas y ya lo demás es historia, ahora la plataforma cuenta con más de 200 millones de suscriptores en más de 130 países según datos publicados por la misma empresa en el 2020 (Netflix, s.f.).

Ahora bien, esto demuestra que los modelos de negocios tuvieron que cambiar con la llegada de la Industria 4.0 con este nuevo proyecto que busca hacer del internet una herramienta que prácticamente sostenga la economía, si bien Blockbuster era una empresa sólida no podría jamás competir con un negocio que brinda la facilidad de tener una variedad de películas amplia a solo un clic desde el hogar, quienes no se adaptan al cambio mueren en los negocios. Como lo expone Karajz (2021):

Las tecnologías digitales y Big Data: han abierto nuevas perspectivas en todos los campos de la vida. El desarrollo de las computadoras y las tecnologías de red han hecho posible que las personas en diferentes niveles de la sociedad interactúen.

Además, dado que los procesos y datos socioeconómicos se comparten, se ha logrado un sistema eficiente y competitivo establecido donde existe la oportunidad de optimizar y satisfacer las necesidades.

Netflix y Blockbuster son solo un ejemplo, pero podemos ver que la llegada de plataformas de streaming de música también revolucionaron el mercado e hicieron que tiendas de discos prácticamente desaparecieran o tuviesen que cambiar de formato, hasta en ese mismo mundo podemos ver como iTunes se vio afectada por las plataformas de streaming musicales siendo iTunes una plataforma digital donde se vendían discos de manera digital y que con la llegada de Spotify, Deezer, etc. Se vio muy afectada y tuvo que transformarse de iTunes a Apple Music, una plataforma de streaming igual a las demás con pagos por suscripción para no desaparecer.

La aparición de estas plataformas han cambiado por completo el mundo del entretenimiento. Según McDonald & Smith-Rowsey (2016)

El cambio permanece constante en el frenético ámbito de la televisión. Ahora la definición misma de televisión parece ser objeto de debate. Con lo arraigados que se han vuelto Netflix y la visualización en línea en la vida cotidiana de muchas personas, es difícil imaginar un futuro sin ellos

De unos años para acá han tenido que replantearse las maneras de llegar al público ya que no es un secreto que ahora hasta las grandes cadenas de televisión se han visto amenazadas por las plataformas de streaming hasta tal punto que reconocidas empresas como Disney tuvieron que lanzar su plataforma digital Disney + para no entrar en la obsolescencia y afortunadamente han tenido gran acogida. Vemos que en el mundo de la televisión cada día es más común la aparición de plataformas de streaming pero no es el único sector del entretenimiento que ha vivido estos cambios

La industria de la música también vivió un fenómeno muy interesante hacia la década de los 2000 cuando la aparición de plataformas digitales para la venta y descarga de música cambió las reglas del juego. En el año de 1999 aparece la primera plataforma digital de música llamada Napster, esta plataforma básicamente lo que buscaba era prestar el servicio de descarga de archivos MP3 de manera totalmente gratuita dando la posibilidad a los usuarios de tener una gran cantidad de música sin tener que comprar un CD o un vinilo. Esta plataforma llegó para ser una amenaza para las disqueras ya que las mismas estaban teniendo un gran problema con las ventas debido a que por obvias razones los consumidores de música preferían descargarla en sus computadores de manera gratuita antes que ir a comprar los discos en una tienda por lo que no tardaron en llegar las demandas a esta plataforma que

violaba derechos de autor, según la revista Shock “Tras una larga batalla legal, en 2001 un juez ordenó el cierre de los servidores de Napster y un pago a las disqueras que superaba los 26 millones de dólares. La plataforma llevaba solo 2 años de ser creada” (Revista Shock, 2019).

Hacia el 2001 llega iTunes al mercado, pionero de lo que cambiaría la industria musical, dando un concepto muy interesante y moderno. En iTunes se daba la compra digital de canciones o álbumes para los usuarios, principalmente este se creó luego de que la gigante Apple lanzará su primer iPod que como todos sabemos era un dispositivo portable creado principalmente para escuchar música que fue un hit en ventas y que hizo que Apple arrasara el mercado. La forma en la que funcionaba iTunes era supremamente sencilla, simplemente los usuarios de la plataforma entraban a la misma, buscaban los últimos lanzamientos de sus artistas preferidos o las canciones que más les gustaban y dentro de la plataforma se daba la opción de comprar haciendo pagos virtuales con una tarjeta crédito. Las grandes disqueras jamás se opusieron a iTunes ya que era una forma innovadora de vender su música y por supuesto que la venta por este medio le generaba una gran cantidad de ingresos por lo que los mismos aceptaron seguir este nuevo proyecto y apoyar a iTunes.

Para el año 2008 sale al mercado quien cambiaría de manera definitiva las reglas del juego, Spotify se lanza como una gran biblioteca de música con un acceso ilimitado para sus usuarios donde ellos podían hacer uso de la plataforma a su antojo sin ningún tipo de recargo extra, el suscriptor sólo pagaba por acceso la plataforma y ya una vez que tenía acceso a esta gran biblioteca podía descargar cuánta música quisiera, prácticamente se le daba un sin fin de música por un precio muy bajo. Al comienzo las disqueras no veían con buenos ojos la llegada de Spotify, ya que habían visto el daño que las plataformas virtuales le habían hecho

a la industria musical, pero al pasar el tiempo se fueron dando cuenta que esta podría ser la plataforma del futuro por lo que empezaron a unirse poco a poco, sabia decisión, ya que como se menciona en Forbes “El negocio de la música vuelve a crecer en 2015 impulsado por los ingresos de los servicios de transmisión, que ahora representan el 60% de las ventas de música grabada, según estimaciones del mercado.” (Forbes, 2018). Hasta el día de hoy Spotify es la plataforma de streaming líder en el sector musical y pasó a ser una de las plataformas que más aporta en regalías a las disqueras y a los artistas ayudando a esta industria a sobrevivir ya que con la llegada de estos fenómenos digitales habían estado en unas profundas crisis. De acuerdo con Richardson (2014):

Spotify y servicios como este son la salida de la transformación del mercado y la adaptación tecnológica en uno de los mercados más progresistas de la historia reciente. Con el fin de continuar adaptándose y abordar adecuadamente las preferencias y expectativas de los consumidores

El fenómeno de Spotify fue tan grande en los últimos años que al igual que como sucedió con Netflix hizo que su competencia tuviese que replantear sus negocios y hasta hizo que esta competencia tuviese que imitar su modelo para poder sobrevivir, esto lo vemos reflejado en iTunes que fue en el año 2001 quien llevaba el mando en las ventas digitales de discografía, el consentido de las disqueras, pero que con la llegada de Spotify prácticamente murió y obligó a Apple a pensar en un modelo que se acomodara a la actualidad sacando ahora la plataforma de streaming de música Apple Music que reemplaza a iTunes y básicamente funciona de la misma manera que su competidora.

Ahora la llegada de las plataformas de streaming en el mundo de la música se encargaron de destruir finalmente a todas las empresas que se dedicaban a la ventas de discos,

todas estas empresas que anteriormente funcionaban físicamente vendiendo discos para sus clientes fueron desapareciendo ya que para los consumidores era mucho más sencillo tener su música en una plataforma totalmente digital antes que comprar un disco que probablemente ocupará más espacio, costará más dinero y será más difícil de escuchar, ya que es necesario usar un dispositivo de CD que logre reproducir la música.

Digitalización de las Ventas Comunes

Con la llegada del internet el comercio dio un vuelco totalmente inesperado y podríamos llegar a decir que nos hizo cambiar la conducta que tenemos como consumidores siendo ahora unos compradores virtuales que realizamos una gran cantidad de transacciones de manera virtual como se vio en el diplomado que nos explicaba que la tendencia a realizar compras por internet es cada día mayor y que las empresas han tenido que saber manejar esta situación para acoplarse a las nuevas necesidades del mercado.

Cuando hablamos de Amazon ya todos sabemos que es la gigante estadounidense que llegó para quedarse y que cambió de manera brutal la forma en la que las personas estamos haciendo nuestras compras, en el diplomado se nos mostró como Amazon pasó de ser una plataforma que solo vendía libros por internet a ser el día de hoy la empresa de venta de productos y de logística más grande del mundo. Ahora en todo en cada país el mundo tenemos plataformas que ayudan a la venta de cualquier tipo de producto, plataformas como Rappi en Colombia hacen que casi cualquier producto del hogar, ya sean alimentos o hasta electrodomésticos que se pueden comprar de manera virtual y se pueden pagar en línea. Ahora, de hecho, no hay necesidad de salir de casa para adquirir los productos que necesitemos, las

grandes marcas tienen sistemas de compra seguros por medio de sus páginas web, aplicaciones o plataformas de venta, que ayudan a la comercialización de su mercancía.

Así mismo, durante la pandemia pudimos ver la importancia que tuvieron las plataformas virtuales para el comercio hasta tal punto que por unos días el comercio se movió en su gran mayoría por medios digitales, las cuarentenas estrictas obligaron a los clientes a usar el internet como un medio para adquirir los productos que comúnmente adquirirían en tiendas, se volvió más importante para las empresas un buen manejo de plataformas web para sus ventas que una buena organización en sus locales y un excelente servicio al cliente en el sitio de venta. Grandes tiendas como Falabella en Colombia al tener una gran cantidad de ventas en época de crisis sanitaria tuvieron problemas de logística ya que jamás se habían enfrentado a un éxodo de clientes tan gigante a su página web adquiriendo un sin número de productos sin moverse de sus hogares.

Si bien las ventas ya las vemos en gran cantidad por páginas web también podemos ver que los servicios de atención al cliente se han empezado a usar en las mismas plataformas en las que se venden los productos o servicios. La atención al cliente que antes se veía de manera presencial o por teléfono ahora es en su mayoría manejada por chat, dentro del espacio virtual donde se realizan las transacciones y compras. Es fácil ahora ver que en una página web de ventas tengamos un Pop-Up que nos diga “Pide ayuda a un asesor” o “Habla con nuestro bot” que sencillamente es una manera de dar atención al cliente usando las nuevas tecnologías y simplificando de gran forma las interacciones que tenemos entre vendedor y cliente.

De aquí podemos decir que las compras virtuales se han vuelto primordiales tanto para empresas como para clientes pero aún tenemos casos de barreras entre el cliente y la virtualidad

porque si es cierto que en ocasiones se tiene desconfianza de realizar transacciones virtuales por temor a un robo, también el hecho de no poder ver los productos y probarlos es un limitante para los clientes por lo que aunque sí haya un interés por comprar un artículo se prefiere realizar la compra de una manera más tradicional.

Conclusión

Finalmente, con los casos evidenciados podemos ver cómo la Industria 4.0 ha obligado a las industrias a renovarse constantemente y a adaptarse al mundo virtual para no desaparecer, de igual manera podemos ver como en el caso de Blockbuster y de las tiendas de CDs que la industria que no supo adaptarse a la llegada de la nueva era industrial simplemente murió y terminó desapareciendo del mapa abriendo el camino a los innovadores virtuales. El mundo virtual cada vez nos invade más en todos los aspectos de nuestras vidas, desde las redes sociales las cuales están cambiando la forma en la que nos relacionamos hasta las plataformas de ventas online que nos permiten acceder a toda la variedad de productos a solo un clic. Por último, aunque la tendencia cada vez más es hacia las compras mediante plataformas tenemos aún una resistencia por parte de ciertos clientes a usar medios digitales para realizar pagos por lo que aún la desaparición del comercio que conocemos hoy no tendrá fin en un futuro inmediato, pero probablemente si en un futuro próximo.

Bibliografía

El País. (2019, Septiembre 26). *Cuando Blockbuster rechazó un futuro junto a Netflix*.

https://elpais.com/cultura/2019/09/26/television/1569501631_624983.html

Forbes. (2018, abril 3). Spotify a través del tiempo: de ser un “Napster” a debutar en Wall Street, Negocios, Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/spotify-a-traves-del-tiempo-de-ser-un-napster-a-debutar-en-wall-street/>

GQ. (2020, julio 7). *Netflix vs. Blockbuster: La rivalidad que cambió para siempre la industria del entretenimiento*. GQ España.

<https://www.revistagq.com/noticias/articulo/netflix-contra-blockbuster-historia>

Karajz, S. (2021). The impact of industry 4.0 on the processes of social innovation. *Theory, Methodology, Practice*, 17, 3-10. <http://doi.org/10.18096/TMP.2021.01.01>

Kevin McDonald, & Daniel Smith-Rowsey. (2016). *The Netflix Effect : Technology and Entertainment in the 21st Century*. Bloomsbury Academic.

Netflix. (s.f.). Home-about netflix. https://about.netflix.com/es_es

Revista Shock. (2019, junio 1). *Hace 20 años llegó Napster y cambió la música para siempre*. <https://www.shock.co/musica/hace-20-anos-llego-napster-y-cambio-la-musica-para-siempre>

Richardson, J. H. (2014). The Spotify Paradox: How the Creation of a Compulsory License Scheme for Streaming on-Demand Music Platforms Can Save the Music Industry. *UCLA Entertainment Law Review*, 22(1)