

El futuro es móvil

Por Andrés De La O

Estamos en la era post-PC. Con los smartphones y tabletas podemos estar conectados y producir contenidos en cualquier lado.

¿Cuándo fue la última vez que usaste un teléfono público?, ¿cuántas veces has solucionado asuntos laborales desde tu dispositivo móvil?, ¿cuántas personas te han proporcionado su dirección de correo electrónico —en lugar del número de su número teléfono— como primera opción de contacto?

En 2012 por primera vez se vendieron más *smartphones* y tabletas que ordenadores¹, se calcula que en poco tiempo los dispositivos móviles reemplazarán a los ordenadores para actividades simples. Estamos en la «era post-PC», pero no es que los ordenadores vayan a desaparecer ni mucho menos. Lo que sucede es que van perdiendo presencia y protagonismo como centro del quehacer digital, especialmente en lo referido a la comunicación, relaciones sociales, consumo y creación de contenido. No obstante, debe considerarse que los ordenadores tienen una vida media superior y que su base instalada supera de largo a la de los móviles. De ahí que resulte natural que el consumo de ordenadores no crezca. En definitiva, los existentes siguen en uso.

Los dispositivos móviles ofrecen portabilidad y flexibilidad, lo que libera al usuario de permanecer en su escritorio o en un lugar fijo. El hecho de que hayan sido adoptados por las generaciones jóvenes, que confían en la tecnología móvil para su comunicación, representa un dato no relevante.

Una gran verdad dijo Genís Roca en TEDxMoncloa: «al día de hoy tenemos mejor tecnología en nuestras casas que en las empresas».² La mayoría de las organizaciones siguen percibiendo a los *smartphones* y tabletas como símbolos de estatus jerárquico, o como elementos de distracción que ponen en peligro la productividad. Sin embargo son muchas las aplicaciones y contenidos que pueden convertir a los dispositivos móviles conectados en herramientas para producir mejor y a mayor velocidad. Como ejemplo basta acercarse a las posibilidades que ofrecen los contenidos y aplicaciones hipermedia³ en marketing, ventas, formación y comunicación, para entender que los *smartphones* y las tabletas sirven para mucho más que para leer el periódico los domingos y para acceder a Twitter.

La movilidad y flexibilidad de los dispositivos móviles se están convirtiendo en aliadas de las empresas en su día a día. La posibilidad de que los empleados puedan mantenerse conectados y producir desde cualquier lugar, es una condición que hace la diferencia en competitividad y calidad de servicio. Basta con implementar estrategias y estructuras que operen aprovechando las ventajas que estas tecnologías ofrecen.

Aunque el PC no va a desaparecer para tareas específicas y de alto rendimiento, definitivamente está perdiendo protagonismo como centro del quehacer cotidiano digital en favor de los dispositivos móviles. Sin duda, el futuro es móvil.

Publicado el 19/03/2013

-
1. Cocotas Alex & Blodget Henry, [THE FUTURE OF MOBILE \[SLIDE DECK\]](#) 22/03/2012
 2. Roca Genis, [Management digital en tiempos de redes](#). Video tomado en TEDxMoncloa.
 3. Un hipermedia es un hipertexto que además de información textual incluye imagen fija o en movimiento, audio y vídeo, dotando al documento de dinamismo e interactividad no necesariamente secuencial. Varios autores se refieren al hipermedia como un hipertexto que ha evolucionado (Tolhurst, 1995; Salinas, 1996; Bartolomé, 1999).



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-futuro-es-movil>

