

Análisis

PATRICIO DEL SOL G.
 Consultor en Estrategia



EL PRINCIPITO Y EL EFECTO RED

Sumergidos en una red mundial de información, potenciada por la IA, sorprende que la mayoría de las empresas chilenas no basen sus ventajas competitivas en la gestión inteligente del efecto red... tal como lo hace la mayoría de las compañías más valoradas del mundo. Inquieta que en nuestro país sigamos enfocados en factores tradicionales: la escala (que permite bajar los costos medios) y el aprendizaje (que fortalece en el tiempo la posición del líder).

Olvidamos el poder del efecto red. Este aumenta el valor del producto cuando se incorporan nuevos consumidores. La mayoría de los bienes no se benefician de este efecto. Un helado, por ejemplo, valorado por su precio y sabor, no se hace más delicioso cuando crece la antidad de personas que lo disfrutan.

En una red de información, compuesta por nodos e interconexiones, un nodo se valoriza cuanto más se conecte con otros. El valor creado por el efecto red se acelera: un teléfono no sirve para nada, cinco teléfonos permiten diez enlaces y mil teléfonos habilitan quinientos mil enlaces.

El valor de estar en LinkedIn sube cuando aumenta el número de profesionales enlazados. La retroalimentación del atractivo de la red impulsó, como bola de nieve, a que hoy LinkedIn vincule a más de mil millones de miembros.

En su último libro, "Nexus", Harari resume la historia de las redes de información. Muestra cómo los avances tecnológicos han expandido la capacidad de conectarse y colaborar entre más y más humanos. Primero fue la comunicación oral; luego, la escritura, la imprenta, el telégrafo, la radio, la televisión, la internet, y ahora, la inteligencia artificial.

Desde la Edad de Piedra, los *sapiens* dominaron la Tierra ideando historias para concertar la colaboración, a una escala imbatible por los neandertales, los chimpancés y los otros animales, que —no sabiendo crear ni compartir cuentos— raramente lograban una convocatoria de más de dos dígitos.

Con la escritura y la imprenta las historias sirvieron como un nodo para conectar ilimitadas personas. La Biblia, por ejemplo, después de dos mil años, todavía vincula a 1,4 mil millones de católicos. Hoy, las redes de información empoderadas por los algoritmos de inteligencia artificial enlazan 24/7 a una constelación de miles de millones de celulares y computadores en todo el planeta.

En este entorno, la gestión de las relaciones se ha convertido en la habilidad más determinante para lograr cualquier objetivo. Es lo que el zorro le enseña al Principito. Si quiere ser su amigo, tiene que domesticarlo construyendo un lazo. Las cinco mil rosas que encuentra en la Tierra en nada reducen el valor de la rosa que tiene en su pequeño planeta. Lo que hace única a su rosa es el vínculo que él tiene con ella, no sus cualidades propias.