LITORALPRESS

Fecha: 22-05-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: Los gigantes de Silicon Valley están teniendo una crisis de la mediana edad por la IA

Pág. : 6
Cm2: 811,7

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

WSJ
CONTENIDO LICENCIADO POR THE WALL STREET JOURNAL

Juntos representan alrededor de US$ 7 billones de valor de mercado:

Los gigantes de Silicon Valley están teniendo una crisis de la mediana edad por la IA

Apple, Facebook, Google y Tesla están enfrentando "el dilema del innovador" al mismo tiempo.

TIM HIGGINS
The Wall Street Journal

La mediana edad golpea duro; incluso para los reyes de Silicon Valley.

En un minuto está desafiando a las industrias establecidas como el joven 'alterador'. Al siguiente, está mirando fijo al abismo, comiendo vidrio —como le gusta decir a Elon Musk—, viendo la "alteración" en su puerta.

Gran parte, si no todos, de los Siete Magníficos están en esa posición; tratando en forma extraña al mismo tiempo de descubrir la amenaza que plantea la inteligencia artificial (IA) para sus reinos.

Esa dinámica ha estado a la vista en las últimas semanas: las acciones de Alphabet cayeron más de un 7% a inicios de mayo después de que un alto ejecutivo de Apple revelara que el tráfico de búsquedas de Google en sus dispositivos que utilizan Safari bajó por primera vez en 20 años. (Google más tarde aclaró que sigue habiendo un crecimiento de las búsquedas en general, incluso proveniente de los dispositivos Apple).

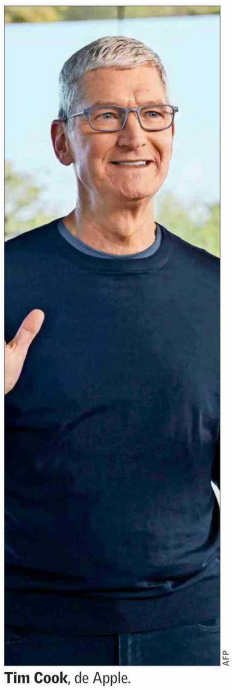
Por su parte, el director ejecutivo de Apple, Tim Cook, está tratando de ganar tiempo para su compañía, y ha pedido a los inversionistas durante sus recientes teleconferencias sobre ganancias que sean pacientes con los retrasos en torno a las funciones de IA del fabricante del iPhone.

Luego está el intento de Mark Zuckerberg, cofundador de Facebook, de pintar un futuro brillante para su gigante productor de ganancias publicitarias como una especie de amigo de IA para los solitarios.

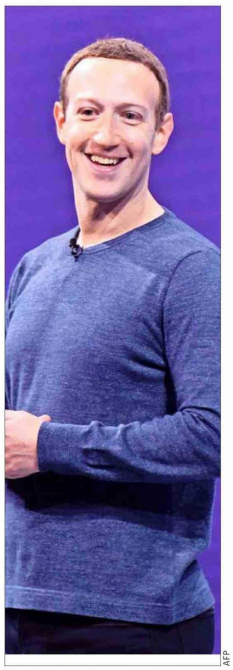
Incluso Musk parece estar preocupado mientras regresa a Tesla luego de su permanencia en el DOGE (Departamento de Eficiencia Gubernamental), tratando de contrarrestar una caída en el precio de las acciones del fabricante de autos eléctricos con promesas de desplegar automóviles sin conductor. "No estamos al borde de la muerte; ni siquiera cerca", aseguró Musk a los analistas hace poco.

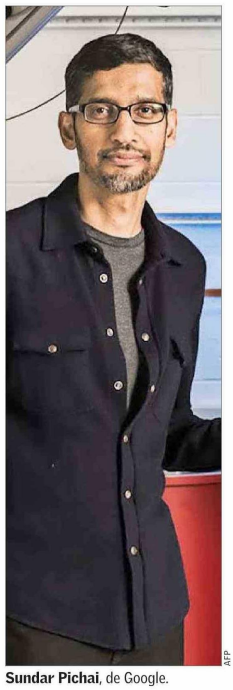
Sus protestas sonaban como las de ese personaje de "Monty Python and the Holy Grail" que está a punto de ser lanzado a un montón de cadáveres: "¡No estoy muerto!... ¡Me siento feliz!".

Para ser justos, ninguno de estos gigantes ha muerto, todavía. Y tienen muchos motivos para sentirse contentos; son pilares sumamente rentables del mundo corporativo estadounidense y juntos representan alrededor de US$ 7 billones de valor de mercado.


Tim Cook, de Apple.

Elon Musk, de Tesla.


Mark Zuckerberg, de Meta.


Sundar Pichai, de Google.

Sin embargo, la encrucijada en la que están todos, colectivamente, y cómo reaccionan, individualmente, parecen estudios de caso preparados para una actualización en el siglo XXI del clásico libro de escuela de negocios "El dilema del innovador".

FUTURO
Del mismo modo en que internet era una nueva tecnología que podía hacer muchas cosas, la IA es muy prometedora.

El autor Clayton Christensen trató de explicar cómo los nuevos productos o servicios desplazan a los actores existentes mediante la creación de nuevos mercados. Fue un libro que popularizó extensamente el término "alteración" en las salas de juntas; aun cuando se utilizara en una forma en que el fallecido Christensen no siempre pretendió.

La esencia de esta teoría era que las compañías exitosas que hacen todo aparentemente bien pueden fallar cuando las compañías más pequeñas —las que no se ven limitadas por lo que han sido— surgen, a menudo con nuevas tecnologías o procesos. Piense en Netflix, que apunta a los suscriptores a través de correo electrónico frente al modelo de tienda física de Blockbuster.

Muchos recurrieron a este libro para explicar el auge de las puntocom que ayudó a introducir la actual generación de héroes de Silicon Valley. Hay paralelos aproximados hoy en día.

Del mismo modo en que internet era una nueva tecnología que podía hacer muchas cosas, la IA es muy prometedora. Pero en estos primeros capítulos no está claro cómo se va a desplegar la IA, o quiénes lo harán o cuándo.

Pets.com, por ejemplo, no fue el ganador que muchos pensaban. Ese es el problema. Incluso Christensen tuvo dificultades para predecir 'alteradores', como el iPhone de Apple.

Cuando se lanzó el dispositivo en 2007, el profesor de Harvard no lo consideró como una amenaza para los teléfonos. De hecho, el dispositivo introdujo una nueva era de computación móvil y la App Economy. No obstante, ese mercado de aplicaciones podría ser muy diferente si las compañías llegaran a los clientes en diferentes formas. Los agentes de IA, por ejemplo, podrían cambiar totalmente la forma en que funciona la App Store.

Hasta ahora, la respuesta de Apple a la IA al parecer ha sido generar mucha expectativa. "Simplemente necesitamos más tiempo para completar el trabajo de modo que cumpla nuestras exigencias de alta calidad", dijo Cook a los inversionistas durante la reciente teleconferencia sobre ganancias de Apple al referirse al retraso.

Al menos Google tiene un asistente de IA, Gemini, aunque no está claro si ese chatbot será suficiente para salvar su verdadero negocio: la publicidad, la que respondió por gran parte de sus ingresos el año pasado. Son muchos los avisos que se venden a los usuarios que hacen clic en los enlaces en un mundo en que las personas cada vez más hacen sus preguntas a un chatbot, como por ejemplo: ¿De qué se trata "El dilema del innovador"?

Con todo, tal vez sea sorprendente que ninguna plataforma dominante parezca tener todavía una fórmula ganadora.

Eso da cierta esperanza a aquellos como Sarah Guo, una joven capitalista de riesgo de Silicon Valley. Ella está tratando de dejar su marca al invertir en el siguiente emprendimiento de IA atractivo que podría destronar a los grandes.

"Hay muchas afirmaciones que puede hacer estratégicamente sobre por qué una compañía no debería existir: porque Microsoft debería construirla o Apple debería construirla o Google debería construirla", me dijo Guo durante el reciente episodio del pódcast "Bold Names". Pero a menudo para estas compañías establecidas, agregó, puede ser difícil "ser creativas con un producto nuevo, arriesgado".

Solo pregunte a Google. Los primeros días de Gemini se vieron estropeados por disculpas y promesas de mejorar después de que las respuestas del chat se consideraron sesgadas y —según el director ejecutivo Sundar Pichai— inaceptables. El despliegue tuvo lugar en medio de las preocupaciones de que la nueva empresa OpenAI estuviera a la vanguardia en ese campo, aun cuando Google había estado trabajando en IA durante un largo tiempo.

"Ninguna IA es perfecta, en especial en esta etapa emergente del desarrollo de la industria, pero sabemos que la vara está alta para nosotros y seguiremos en esto durante el tiempo que sea necesario", escribió Pichai en ese momento.

A veces las grandes innovaciones importantes, las que queremos llamar 'alteradoras', en realidad ayudan a sostener a empresas existentes.

Microsoft —con un valor de mercado que nuevamente ha superado a Apple— parece con mucho sentido común al haber adoptado la IA para sus productos que se utilizan en el lugar de trabajo. Nvidia también ha sido una gran beneficiaria de las compañías de IA que se posesionan ávidamente de sus chips de alto precio necesarios para el desarrollo de sus modelos.

Sin embargo, el surgimiento de DeepSeek de China y otros nuevos modelos de IA que supuestamente utilizan potencia computacional mucho menos cara plantea nuevas interrogantes. Aún no está claro a dónde llegará el valor de la nueva tecnología.

Es todo un dilema. Al menos, nadie ha muerto, todavía.

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".