

Tendencias en tecnología que marcarán el 2005

1

La búsqueda de la simplicidad

El especial de tecnología de la revista *The Economist* de Octubre de 2004 estuvo dedicado al que se supone mayor reto de la industria: la búsqueda de la simplicidad. Si - según [Microsoft](#) - sólo utilizamos el 15% de las funciones de un programa como Word, el resto es ruido.

La expansión en el uso de productos y servicios tecnológicos implica una mayor segmentación de los mismos, de las funcionalidades que ofrecen y del modo de acceder a ellas. Dos ejemplos diametralmente opuestos: el [Apple iPod](#) y cualquier teléfono móvil con cámara. La facilidad de uso vs. cantidad de funcionalidades con intensidades de uso muy dispares.

2

Los Web Services acercan tecnología a negocio

La falta de estándares, seguridad y la crisis del sector tecnológico ha retrasado la incorporación de los Web Services a las empresas, pero se considera que en 2005 se consolidarán.

Los Web Services permiten definir Arquitecturas Orientadas a Servicios (SOA) que dan respuestas más ágiles y económicas a las necesidades de negocio. Y permiten explorar nuevas formas de relación con proveedores, intermediarios y clientes ([Amazon](#), por ejemplo, cuenta con 24.000 afiliados a sus WS). [eBay](#), [Sales Force](#) o [Kodak](#), por ejemplo, ya los han integrado en sus estrategias de tecnología/negocio. Y otros como [pricenoia.com](#) ya están definiendo nuevas formas de hacer negocio sobre WS.

3

Se están definiendo nuevas formas de servir la información

Según Morgan Stanley, [Google](#) definió una nueva forma de *buscar* información, y [Yahoo!](#) está definiendo una nueva forma de *servir* información. La sindicación de contenidos en XML, iniciada en la blogosfera, está siendo implementada por uno de los mayores agentes del mercado en su servicio [My Yahoo!](#), que permite incorporar a la página personal de forma muy sencilla cualquier site o fuente que tenga sindicación.

Los blogs, la sindicación y la agregación de contenidos están en su infancia. En los próximos años veremos numerosos intentos de identificar oportunidades de uso y de negocio – como [Bloglines](#), [Feedmania](#), [Dice La Red](#), [News Knowledge](#), [Blog Ads](#), [Web Log Inc.](#) o [AdSense](#) – en torno al consumo y generación de contenido. Y cómo los grandes jugadores del sector (medios de comunicación, portales) se ven obligados a revisar sus estrategias para incorporar a éstas lo que [Wired](#) ha denominado el "long tail" (miles de soportes con muy poca audiencia individual pero mucha agregada).

4

El sector móvil sigue moviéndose

El mercado de teléfonos móviles español, con más de 37 millones de terminales, está saturado por lo que las operadoras deben identificar nuevas formas de incrementar el ARPU. Las formas y usos sociales en España difieren mucho de las de otros países, y hacen que el consumo de datos sea inferior al de otros países.

Las operadoras no venden un producto, sino su uso. Y eso implica diseñar estrategias, además de un producto y una oferta mucho más segmentados y centrados en el usuario. Así mismo, la generalización de servicios de VoIP como [Skype](#), los teléfonos GPRS/WiFi y nuevas tecnologías como WiMax dinamiza un sector en el que aún hay mucho por ver.

5

Paquetización de Open Source

El Open Source sigue madurando y ofreciendo soluciones cada vez más económicas y adecuadas para sectores como las PYMES. Herramientas de gestión de contenidos como [Drupal](#), [Mambo](#) o [Zope](#) ofrecen cada vez más posibilidades, y la falta de servicio ya no es excusa para no probar estas herramientas.

El siguiente paso es la normalización de la oferta. Es decir, paquetizar la oferta de soluciones, y las funcionalidades que ofrecen, de acuerdo a las reglas de mercado tradicionales. Y ya se está empezando a vender tecnología libre paquetizada para ajustarse a las necesidades del cliente y del usuario (como hace por ejemplo una de las nuevas distribuciones de Linux, [Ubuntu](#)).

6

El salón digital existe

Tras varios años en los que empresas como [TiVo](#), [InOutTv](#) o [Replay Tv](#) han intentado con escaso éxito lanzar sistemas propietarios de PVR (*Personal Video Recorder*) – sistemas automatizados de grabación y reproducción de TV en disco duro -, el 2005 será el año de la normalización: en las próximas navidades cualquier tienda de electrodomésticos ofrecerá aparatos de más de 60 Gb para almacenar el ocio digital (música, foto, vídeo) por menos de 400 €.

Microsoft con la [Xbox](#) y Sony con la [Play Station X](#) ofrecerán lo mismo pero con el valor añadido de sus marcas y correspondiente servicio. En competencia con ofertas tan bien diseñadas como [Pilotime](#) de Canal Satellite Francia, que oferta el PVR con su decodificador por unos 10€/mes, mientras Microsoft incorpora cada vez más mejoras a su [Windows XP Media Center](#), que ofrece lo mismo desde un PC.

Al final será el usuario quien decida cómo organizar sus archivos multimedia y cómo grabar la TV, pero parece que la fuerza de productos de gama baja de Asia (como ha ocurrido con los reproductores de DVD) puede desbancar a otras soluciones mejor elaboradas.

7

Google extiende los estándares web

La aplicación de estándares web mejora sensiblemente el desarrollo de páginas y la calidad del producto final, y es un paso más en el camino definido por Tim Berners Lee en su *Semantic Web Road Map*. Incorporarla al desarrollo diario presenta numerosas ventajas, pero ha sido la llegada de [Google](#) lo que ha provocado una revolución en su aplicación.

Si una página aplica los estándares, etiquetando y mostrando la información de forma correcta, Google la indexa mejor. Lo que ha provocado que toda empresa con presencia web se preocupe en aplicar dichos estándares, que son ahora demandados e integrados en su proceso de desarrollo por cualquier tipo de organización. El buscador ha dado valor estratégico a un elemento del desarrollo extremadamente importante pero que hasta hace poco era infravalorado por no ofrecer ventajas claramente tangibles.

8

P2T representa una nueva forma de consumo

La tecnología *Push-to-talk* permite utilizar el teléfono móvil como si fuese un *walkie-talkie*. Gracias a la compresión de voz se puede hablar con números determinados con una calidad baja con sólo pulsar un botón. [Nextel](#) lo ofrece en EEUU. con una tarifa plana muy asequible desde 1996, y en España todas las operadoras lo están probando.

Pero ninguno quiere ser el primero: el servicio puede mermar seriamente el uso del SMS, al que sustituye en numerosas ocasiones (mensajes breves, recados, ...), y cambiar los patrones de uso del móvil. Bastará con que un operador lo ofrezca para que todos se lancen al mercado.

9

Las redes sociales siguen buscando su modelo de negocio

En los últimos dos años han surgido redes sociales como [LinkedIn](#), [Orkut](#), [eConozco](#), [Tribe](#), y otras muchas. Pero su implementación en España es compleja: no responden a patrones existentes de comportamiento ni a necesidades explícitas de los usuarios latinos.

Pero hay redes que funcionan: aquellas que trabajan la conexión social como un valor añadido a otra actividad o servicio. Como eBay, Amazon, los foros temáticos o las listas de distribución. Aprovechar una relación social no es algo en sí mismo; pero sí lo es hacerlo si se comparte un interés, actividad u objetivo con otra persona. Es un atributo más de un buen servicio interactivo.

10

La killer app: agregar.

Agregar personas, ideas, servicios y tecnologías. Agregar, por ejemplo, los contenidos generados por múltiples bloggers en una página. Las fotos, en [Flickr](#). O actividades que quieren realizar muchas personas, como hace [43things](#). O las lecturas de cada perfil, para que los otros lectores puedan conocerlas, en el agregador de bitácoras [bloglines.com](#).

Agregar servicios a través de los Web Services como hace [Pricenoia](#) con los servicios de Amazon, o como se puede hacer en una intranet de una empresa. Incluir la herramienta de [track&trace](#) de una empresa de mensajería, o las fuentes de información más leídas por los empleados. Agregar por ejemplo los contactos o los blogs de amigos en un blog personal, para generar red.

Agregar los contactos en herramientas como [Plaxo](#), o las personas en foros colectivos. Agregar el esfuerzo de muchos desarrolladores en iniciativas de Open Source. O el poder de computación de muchas máquinas en las redes P2P.

Agregar personas por las intenciones que muestran al emitir sus búsquedas, como hacen los infomediarios [Google](#), [Kelkoo](#) o [Money Supermarket](#), para revender audiencias segmentadas a los proveedores de productos o servicios interesados. El caso es agregar.

y las buzz words serán ...

(esos términos que no pueden dejar de ser utilizados en cualquier reunión importante)

blog, podcasting, Push-to-talk, WiMax, PLC, filtrado colaborativo, red social, robótica, Ruby.