

## We're Stuck With the Tech Giants

Enviado por Carlos Jenkins en Vie, 11/22/2019 - 17:36

### Cita:

Herrman, John [2019], "We're Stuck With the Tech Giants", *The New York Times Magazine*, New York, 13 de noviembre, <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/13/magazine/internet-platfor...> [1]

### Fuente:

Otra

### Fecha de publicación:

Miércoles, Noviembre 13, 2019

### Revista descriptores:

[Competencia mundial. Disputa hegemónica](#) [2]

[Empresas transnacionales y gobernanza mundial](#) [3]

[Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual](#)

[Estudios de caso: actividades - empresas](#) [5]

[Relaciones de propiedad y control: empresas sin nacionalidad versus internacionalización del capital](#) [6]

[Relaciones entre empresas estados y sociedad](#) [7]

[Tecnologías militares - tecnologías de uso dual](#) [8]

### Tema:

Grandes compañías tecnológicas ante el dilema de acaparar el Internet y dirigirse a una sobreposición de poderes

### Idea principal:

El crecimiento económico que han tenido gigantes como Facebook, Amazon y Alphabet en años anteriores les ha brindado un poder mayor del que se presume. Ahora estas compañías buscan consolidar su posición, ganar aliados y protegerse colocando su seguridad por encima de sus ambiciones de crecimiento. El tamaño que han obtenido estos gigantes en combinación con las diferentes direcciones en las que se han desplazado hace que para los consumidores sea complejo estar fuera del orden que han creado, sin embargo los límites se forman al encontrarse entre ellos o bien ocurre una sobreposición de poderes.

Internet se ha modificado respecto de sus orígenes, alejándose de ideas de libertad, cooperación para beneficio mutuo y empoderamiento ciudadano, mientras que se ha expandido a todas partes al ser móvil y ampliar la cantidad de servicios a los cuales da cabida pero al mismo tiempo se ha generado una acaparamiento de estos por un número reducido de conglomerados que genera beneficios al cobrar rentas menores en sus plataformas en lugar de invertir en espacios físicos. Ahora predomina un modelo de negocios en el que un pequeño grupo de compañías aprovecharon el auge de celulares y la centralización de tiendas de aplicaciones, para la consolidación del consumo de medios a escala mundial, en mercados estratificados que se

apoyan en trabajos precarios, logrando expandirse por esas vías.

Facebook, Google, Apple y Amazon se han convertido en piezas fundamentales si se pretende tener éxito en los negocios, por lo que se ha vuelto necesario hacer tratos con ellos para tener acceso a ciertos recursos o llegar a nuevos consumidores, como ejemplo están las tiendas de aplicaciones de Google y Apple, cuya burocracia tiene la potestad de observar el tráfico de mercancías que transitan sobre estas. Incluso Spotify, depende del apoyo que le brinda Google debido a que le provee la mayor parte de su infraestructura mientras que Facebook le ayuda con promoción para nuevos clientes, por lo que las condiciones para el éxito de Spotify se debe en gran parte a los servicios y ámbitos creados por los gigantes tecnológicos.

Por otro lado Spotify presentó una queja contra Apple ante la Comisión Europea por las políticas y la cuota cobrada por la Appstore, ya que la empresa argumentó que éstas dejan en desventaja a competidores frente al servicio de música de Apple, siendo este un antecedente de cómo serán las disputas que ocurrirán a futuro debido a que aunque la competencia entre las grandes compañías tecnológicas siempre ha existido, hasta el momento no habían tenido que preocuparse por disputarse espacios, dado que existían y fueron creados muchos campos de actividad. Hasta hace poco tiempo, Amazon podía dominar el comercio al detalle y el alojamiento, Facebook la publicidad en redes sociales, Google los servicios de búsqueda, mapeo y video en línea, logrando expandir los mercados tecnológicos: "Their collective success enlarged the tech industry as a whole and created new opportunities within it, as well as nearby". De ahí que al agotarse el crecimiento y por las presiones anti-globalización fuera de la industria se hizo evidente el poder que tienen unas sobre otras.

La interdependencia de estas compañías ha generado conflictos en ciertos casos, como Apple que ha suspendido aplicaciones creadas o pertenecientes a Facebook que violan sus políticas pero no ha tocado las aplicaciones orientadas a los consumidores. Apple tiene ese poder, mientras que Facebook podría hacer lo mismo al remover todas sus aplicaciones e impedir que usuarios de Apple puedan acceder fácilmente a sus servicios, lo que afectaría a ambas compañías pero más a Facebook.

Lo que más preocupa a estas grandes compañías ya no es el ganar más usuarios en sus mercados tradicionales, sino la debacle de sus esfuerzos por expandirse en otros mercados internacionales, como el mercado chino o los mercados que las compañías de la nación del gran dragón han acaparado. La era donde ganar usuarios era cuestión de una mayor inversión y tiempo ha terminado, sin embargo, resulta una incógnita saber qué harán estos gigantes cuando decidan conquistar otros espacios.

La perspectiva es que habrá una mayor competencia y por ende mayores y más numerosos conflictos entre los gigantes tecnológicos al tiempo que los usuarios pierden sus de por sí escasos medios de influir sobre los servicios y las políticas de esos gigantes.

### **Datos cruciales:**

1. La compañía Pinterest registra más de 300 millones de visitas al mes.

2. Pinterest depende de Amazon para la gran mayoría de sus actividades, debido a esto ha acordado invertir 750 millones de dólares en la compañía los siguientes 4 años.

3. Según datos de Spotify, la compañía brinda servicios a un total de 248 millones de personas alrededor del mundo de los cuales 113 millones pagan por el servicio.

4. Casi el 70 por ciento de los usuarios de Spotify accesan al programa mediante una aplicación propiedad de Apple o Google, a pesar de que estas compañías tienen sus propios servicios de música.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El proceso de maduración de los mercados tecnológicos se expresa como una convergencia de tecnologías y de servicios que está aumentando los ámbitos de competencia entre las empresas líderes de estas actividades. Su rápida expansión y un escenario de aguda competencia fomentan la creación de innovaciones y el mejoramiento de las infraestructuras, pero, en términos clásicos, también existe la posibilidad de un declive de muchas de estas actividades sea por la saturación de los mercados o por el surgimiento de innovaciones disruptivas que los desplacen (inteligencia artificial, cómputo cuántico).

Llegado el escenario en el que choquen de manera importante los intereses de compañías como Amazon, Apple, Microsoft, Facebook o Google la competencia se volverá intensa y las repercusiones afectarán también a los consumidores por la dependencia que existe entre algunas empresas, por lo que el papel de intermediario del Estado será vital para atenuar las consecuencias y no permitir que la gobernanza sea sólo para beneficio de las grandes compañías.

---

**Source URL (modified on 6 Diciembre 2019 - 6:52pm):** <http://let.iiec.unam.mx/node/2561>

### **Links**

[1] <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/13/magazine/internet-platform.html>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/14>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>

[5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[6] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/19>

[7] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>

[8] <http://let.iiec.unam.mx/descriptores-let/tecnolog%C3%ADas-militares-tecnolog%C3%ADas-de-uso-dual>