



OPINIÓN

A qué huelen las nubes

Apple es sin duda una empresa que levanta pasiones: detallar razones para amarla u odiarla no es tarea para esta columna. Pero hay algo en el ADN corporativo de Apple que suscita pocas dudas: su capacidad para reinventar conceptos.

En 2001, Apple presentó el iPod. Los reproductores MP3 eran un concepto manido: había muchos, de múltiples marcas, diseños, precios... El iPod no era el que tenía más capacidad, ni el más barato, ni el que reunía más funciones. Pero reinventó el concepto, y arrasó el mercado: se han vendido más de ciento cincuenta millones en todo el mundo.

En 2007, presentó el iPhone. El teléfono móvil era ya enormemente popular: muchísimos fabricantes y terminales de todas las formas, tamaños y colores. Pero el iPhone obtuvo una popularidad arrolladora, y se convirtió decididamente en el terminal que marcaba tendencia: todos los fabricantes intentaban poner en el mercado sus *iPhone killers*.

A día de hoy, su diseño sigue estando presente en los terminales más avanzados.

En 2010, llegó el iPad. El concepto *tablet* llevaba años en el mercado, y nunca había obtenido tracción ni atractivo. Sin embargo, Apple reinventó el concepto y obtuvo de nuevo una popularidad arrolladora.

Hoy, hay tabletas de múltiples marcas intentando hacerse con una parte de un mercado muy atractivo que Apple domina completamente.

El *cloud computing* lleva muchos años entre nosotros. La idea de trabajar sobre una "nube" de servidores remotos y considerar a ordenador y resto de los dispositivos como terminales de acceso es algo que muchos hacemos, empleando para ello múltiples herramientas, de diversos fabricantes, conectadas entre sí de muchas maneras. Hay tantas formas de trabajar como personas.

Hay dudas y temores de todo tipo, algunos de ellos justificados. Pero ya no importa. Ha llegado Apple, ha lanzado iCloud y, en los próximos meses, veremos la popularización del concepto.

¿A qué huelen las nubes? Las nubes huelen a manzana.

Profesor de IE Business School.