Twitter Facebook Pinterest LinkedIn WhatsApp

En los años noventa, cuando los teléfonos eran apenas una herramienta para llamar, un grupo de ingenieros canadienses liderado por Mike Lazaridis y Jim Balsillie trabajaba en algo diferente. Desde su sede en Waterloo, Ontario, estos visionarios fundaron Research In Motion con la idea de crear dispositivos móviles enfocados en la comunicación segura. Su visión era clara: facilitar el correo electrónico en tiempo real para ejecutivos, políticos y líderes de alto perfil. Así nació BlackBerry, un dispositivo que no solo cambió el mercado, sino que se convirtió en sinónimo de productividad y estatus. En pocos años, BlackBerry era el rey indiscutible de los smartphones. Nadie, en el mundo corporativo, salía de casa sin uno.

Pero el éxito puede ser un arma de doble filo. Mientras más poder acumulaban en el sector empresarial, menos atención prestaban al cambio que se gestaba fuera de ese nicho. En 2007, cuando Apple presentó el iPhone, el equipo de BlackBerry lo subestimó. Decían que era un teléfono bonito pero ineficiente, sin teclado físico, sin seguridad para los correos y con una batería débil. El problema fue que el resto del mundo pensaba lo contrario. Las personas querían pantallas táctiles, aplicaciones móviles, cámaras, redes sociales. Y mientras el iPhone ganaba terreno y Android empezaba a surgir, BlackBerry seguía apostando por su fórmula antigua.

Lo que parecía prudencia pronto se volvió obstinación. Internamente, las decisiones se hacían lentas y divididas. Hubo resistencia a cambiar el sistema operativo, a abrirse a desarrolladores externos, a pensar más allá del teclado. Cuando finalmente reaccionaron, el mercado ya había girado hacia otro lado. Lanzaron modelos híbridos, intentaron con su propia tablet —el PlayBook— que no incluía ni siquiera app de correo al inicio. Cada intento parecía llegar tarde, como si siempre estuvieran corriendo detrás de algo que ya no entendían del todo.

El golpe más duro fue darse cuenta de que ya no dictaban tendencias, sino que intentaban seguirlas. Los desarrolladores dejaron de crear apps para su ecosistema. Los usuarios migraban en masa a Apple y Samsung. Y lo que alguna vez fue una marca tan dominante que controlaba el 50% del mercado estadounidense, ahora luchaba por mantenerse a flote con menos del 1%. BlackBerry se fue desdibujando lentamente, hasta convertirse en un nombre más asociado a la nostalgia que a la innovación.

Lo que esta historia enseña es algo profundo: el éxito no garantiza

permanencia. No importa cuán grande sea una empresa, si no escucha a su mercado, si no se adapta a tiempo, puede caer. BlackBerry tenía todo para mantenerse como líder, pero su error fue pensar que el cambio no los alcanzaría. Para cualquier emprendedor o dueño de negocio, esta lección es vital: mantenerse flexible, escuchar activamente, y tener la humildad de reconocer que lo que hoy funciona, mañana puede no servir. En plataformas como **HazNegocios.com** se pueden encontrar muchas más reflexiones como esta, pensadas para quienes no solo quieren empezar un negocio, sino también hacerlo durar.

Como bien dijo Andy Grove, ex CEO de Intel: *"Solo los paranoicos sobreviven."* Porque en los negocios, relajarse con el éxito es el primer paso hacia el fracaso.

Si esta historia te hizo pensar en cómo adaptarte mejor al cambio, probablemente encontrarás ideas valiosas y estrategias actualizadas navegando por los contenidos prácticos de **HazNegocios.com**.
Para más contenido valioso sobre negocios y evolución empresarial, visita: www.HazNegocios.com

Publicaciones relacionadas:

1. La Historia De Blockbuster Y El Streaming Que La Derrumbó
2. La Historia De Kawasaki Heavy Industries Y Su Éxito Con Las Motos En Los Años 60
3. La historia de Kellogg's y la evolución en productos de desayuno
4. La Historia De Zoom Y Su Impacto En El Teletrabajo Global
5. La Historia De Cómo Un Fracaso Con Un Dron Inspiró El Éxito De DJI

ACCEDE A TU DESCARGA DIARIA

En **HazNegocios.com** te compartimos **un recurso digital gratuito cada día,** para que empieces a crear o hacer crecer tu negocio de manera real y efectiva.

¡Accede Ahora Desde Aquí!

¿QUIERES LLEVAR TU EMPRENDIMIENTO AL SIGUIENTE NIVEL?

Accede ahora al Pack Premium con **más de 2000 productos digitales con derechos de reventa**, guías exclusivas y estrategias para crear, lanzar y escalar tu negocio online.

¡Haz Clic Aquí Y Empieza Con Ventaja!