

¿Ser escultor o esculpido?, esta es la cuestión, por Yordanka Dimitrova

Co-Fundadora en Escuela de Brokers y CEO Fóvea Project (Start-up impulsada por Escuela de Brokers). Una de los doce Dreamers que este año desarrollan proyectos en el Centro de Creatividad “Imagine”, Silicon Valley, San Francisco

www.escueladebrokers.com

www.foveaproject.com

“Las compañías grandes prefieren a las personas a las que en Silicon Valley llamamos “escultores””, compartió con nosotros Alex Castellarnau, Senior Program Leader in IDEO, al que tuvimos la suerte de conocer ayer. Es muy cómo ser esculpido, obedecer a unas reglas y afrontar la problemática empresarial desde este punto de vista, pero a las empresas les interesan cuadros generadores de cambio.

En IDEO gusta la diferencia, el ser diferente en su ámbito es lo natural... no al revés. Buscan a gente despierta, con ganas y capacidad de superarse y de trabajar en un equipo multidisciplinar, donde no hay oficinas propias ni jerarquía interna. Esto es lo que nos explicó Alex, mientras nos enseñaba los laboratorios de innovación en una de las plantas de IDEO en Palo Alto, San Francisco, donde ayer recibió a nuestro equipo de Dreamers del Programa Imagine.

Supongo que mis compañeros coincidirán conmigo en mi reflexión de que Alex es una de las personas más talentosas, humanas y humildes que hemos conocido hasta ahora. Lleva trabajando cerca de 5 años en IDEO y para poder acceder a la empresa tuvo que realizar 4 viajes a Estados Unidos y hacer 28 entrevistas. Compartió con nosotros que no es nada fácil empezar a trabajar en IDEO. Él señaló que en el último año escogieron a 35 personas entre unos 14.000 candidatos.

Alex fue muy claro, franco y directo en su mensaje a los Dreamers del año 2012. Nos insistió en que deberíamos trabajar con ilusión y con empeño en nuestro proyectos. Incluso sin disponer de tiempo suficiente por sus largas horas de trabajo en IDEO, nos contó que él dedicaba horas de trabajo nocturno a uno de sus últimos proyectos. Nos explicó la importancia de sacar el prototipo de un producto de la forma más rápida posible, y después llevarlo al cliente/usuario para que lo pueda validar o descartar a tiempo, antes de que se haya producido una inyección importante de capital. Contrario a la mentalidad empresarial española, en EEUU los emprendedores primero sacan el prototipo o la beta y luego hacen números (una reflexión que invita a muchos comentarios). Y también debemos ser prácticos, hay que comprobar si un producto/servicio funciona antes de invertir. Quizás, lo que más me llamó la atención fue su soltura de explicar esa problemática cuestión. En España es difícil plantearse sacar un producto sin haber estudiado previamente el mercado, o sin haber hecho previamente el business plan. Al fin y al cabo, el plan de empresa marca una estrategia y política empresarial, pero no lo es todo, además la estimación de ventas son números hipotéticos. Quizás éste sea el error más recurrente de la emprendeduría, centrarse en los números y no en el producto o el cliente. La razón por la cual IDEO ha alcanzado un gran éxito es su política orientada a servir al cliente. El cliente es y debe ser el pilar base de todo negocio, alrededor del cual gira todo el proceso productivo. De hecho, para poder investigar nuevas funcionalidades o para reinventar algún producto ya existente, el personal de IDEO dispone de libertad para adquirir objetos que sirvan en el proceso de investigación, tienen presupuesto ilimitado. Los equipos de investigación se

conforman por personas con ideas e intereses afines y lo más importante es disponer de información en el desarrollo de un proyecto. La información debe percibirse desde la posición del cliente/usuario, así que en IDEO, no sólo se comunican con sus clientes, sino que se ponen en su piel. Pueden llegar a pasar varios días buscando una solución desde la perspectiva del usuario, realizando grabaciones y luego estudiándolas a fondo. Cuando un prototipo es terminado, entra en contacto directo con el cliente. Es su forma de hacer las cosas, de llamar la atención del cliente y de generar feed-back sobre el producto. ¡Qué mejor manera que esta de validar un producto!

Personalmente, me llamó mucho la atención que Alex nos propusiera un reto. Todos los Dreamers tuvimos que realizar una presentación de nuestro proyecto en 5 minutos. El tiempo de preparación era limitado, unos 20-25 minutos por equipo. Tuvimos que sacar todo nuestro potencial, contar una buena historia y convencer a Alex y a su equipo que hacían de inversores, dispuestos a invertir un millón de dólares en cada proyecto. Lo sorprendente fue la capacidad de improvisación de todos los Dreamers y la buena experiencia de trabajo en equipo que nos llevamos. La conclusión personal que saqué del reto fue la capacidad y la creatividad que salen desde dentro de nosotros cuando nos vemos condicionados por unas condiciones impuestas. ¿Y qué no seríamos capaces de hacer, contando con más tiempo y un buen equipo?

Gracias, Alex, por esta maravillosa masterclass.