



ESCUELA DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO

www.ieem.edu.uy



STEVE JOBS Y EL SENTIDO DE MISIÓN

¿Qué dicen de Steve Jobs? Su personalidad, su capacidad, sus invenciones y sus productos. Una reflexión sobre la misión de Apple y de su líder

POR JOSEP MARÍA ROSANAS
Profesor del IESE

En los días posteriores al fallecimiento de Steve Jobs se ha producido un auténtico alud de artículos sobre su persona. La mayor parte destaca su personalidad como visionario, como persona que se adelantó a su tiempo y diseñó el futuro, como emprendedor insaciable, como luchador nato, comprometido con la excelencia y como aceptador de riesgos que en ocasiones podían parecer excesivos.

Otros destacan su capacidad para volver a flote cuando todo parecía perdido. Finalmente, algunos mencionan la dificultad de trabajar con él: convivir con un genio como jefe no es cosa fácil. El éxito actual a veces hace olvidar que él fue despedido de Apple, que Apple pasó por tiempos duros y que su recuperación no tuvo lugar realmente hasta la invención del iPod, bajo su iniciativa.

Sentido de misión

Sin embargo, echo un poco de menos en todo lo que se ha dicho el mencionar su sentido de misión. No la encontraremos donde es habitual en otras empresas: en su página web, en lugar destacado, y con muchos adornos, bombo y platillos.

De hecho, si buscamos en su página web, solo lo encontramos en el apartado Frequently Asked Questions.

Allí, en lugar de las palabras bonitas de siempre (que, en un tanto por ciento muy elevado de los casos, son vacías de significado), nos encontramos con una descripción de sus productos: "Apple diseña Macs, los mejores ordenadores personales del mundo, con OS X, iLife, iWork, y software profesional. Apple lidera la revolución digital musical con sus iPod y la tienda online iTunes. Apple reinventó el teléfono móvil con su revolucionario iPhone y App Store, y ha introducido recientemente su mágico iPad, que está definiendo el futuro de los medios móviles y de los dispositivos de computadora."

Se suele ser injusto con Jobs, y con Apple, cuando se habla de la

“Resolver las necesidades de los clientes con productos excelentes: este es su sentido de misión”

historia de todo esto y se celebra a bombo y platillos el aniversario equis de los PC de IBM: se olvida que el Apple II y el Visicalc (la primera hoja de cálculo manejable de la historia) estaban ya allí antes y que contribuyeron más que nadie a que la computadora personal y la hoja de cálculo empezara a generalizarse. Y no digamos cuando llegó el Mac.

De hecho, y aunque después "perdió la batalla" en participación en el mercado de manera comercial, la ganó intelectualmente en todos los frentes: el sistema Windows es, en frase del propio Jobs, una mala copia del sistema del Mac.

Igual que se suele decir que "dime de qué presumes y te diré de qué careces", se podría decir "dime de qué no presumes y te diré lo que sí tienes".

Es imposible tener un sentido de misión más claro que el que se deriva de lo que realmente dice la cita anterior: hacemos cosas relacionadas con la electrónica que le hacen la vida más fácil y agradable a la gente.

Esa fue su obsesión desde el principio: hacer una computadora *user friendly*, que todos fueran capaces de utilizar. Y lo consiguió.

El Mac es el gran invento de la informática: antes de él, quien quisiera utilizar una computadora

debía tomar clases durante varios meses antes de ser capaz de hacer algo útil con ella. Con el Mac se podía hacer cosas útiles el mismo día que llegaba a la mesa de uno. Resolver las necesidades de los clientes con productos excelentes: este es su sentido de misión.

¿Filantropía?

Pero hay otro aspecto en el que se es injusto con él. Sorkin, conocido periodista del New York Times, se sorprendía el pasado agosto de que siendo "un genio, un innovador, tal vez el rico más admirado en el mundo", no fuera "un filántropo destacado".

No me gusta la palabra, porque un "filántropo" es con más frecuencia un "excéntrico" que otra cosa. Pero sí me gustaría hacer notar que, aunque es muy meritorio que un rico sea filántropo y ceda, pongamos por caso, la mitad de su fortuna a la humanidad (cosa a la que parece que Jobs se negó), es más importante que lo que hace profesionalmente tenga un sentido social, de resolver las necesidades de los demás a través del mercado, porque esto no afecta a la mitad de su fortuna, sino a su fortuna toda entera.

Cuando hablamos de responsabilidad social de las empresas, muchas veces nos fijamos en la filantropía, en el impacto de lo que hacen en el medioambiente y en que, en general, no se violen determinados principios socialmente aceptados.

Se nos olvidan dos cosas: que lo primero es que el producto de la empresa sea algo que resuelva necesidades reales tal como hemos dicho, y que, para que esto sea posible en cometidos difíciles y que puedan avanzar al resto del mundo, se precisa que los empleados estén identificados con la empresa y con este sentido de misión.

A Jobs no se le olvidaban estas cosas. Fíjense: "Ser el más rico del cementerio no me importa... Sí me importa que me pueda ir a la cama cada noche pensando que hemos hecho algo maravilloso". "Mi trabajo no es ser fácil con la gente. Mi trabajo es agarrar a esta magnífica gente que tenemos y hacer que sean mejores". Sobran comentarios. ●

