

## Reseña bibliográfica El camino de Steve Jobs

Jay Elliot  
Aguilar, 2011  
ISBN 978-8403102118  
Rústica, 256 páginas

EL HOMBRE QUE HA TRANSFORMADO EL MUNDO  
DE LAS COMUNICACIONES



# El camino de Steve Jobs

Liderazgo para las  
nuevas generaciones

**JAY ELLIOT**

Ex vicepresidente de Apple

Con la colaboración de **William L. Simon**

**AGUILAR**

Reseña por **Andrés López Astudillo**  
Universidad Icesi (Cali, Colombia)

**A**ma lo que haces, ama lo que creas, hazlo a la perfección; trabaja con las entrañas, intuitivamente, armando el equipo correcto, para tener energía creadora. La frase hace parte del credo de Steve Jobs y reúne los elementos de su estilo que destaca esta obra publicada en Junio de 2011, pocos meses antes de su muerte, escrita a partir de las vivencias de Jay Elliot, su colega, el antiguo CEO de Apple.

La gran virtud del libro es que no presenta eventos biográficos en una rigurosa secuencia, sino que narra instantes de vida que le dan forma a un estilo de gerencia: el *management* de los sentimientos y las emociones

trascendentes; de la importancia de crear y seguir una visión acompañada de una clara intención.

Jobs, indica el autor, fue visionario y líder. No solo creía en su visión, sino que lograba que los demás, sin importar si parecía lógica o absurda, creyeran en ella y se comprometieran con ella. Era alguien que veía en la tecnología lo que los demás no podían ver. Alguien capaz de interpretar al consumidor tecnológico y crear un efecto de inmersión a través de sus productos, capaz de “tocar” al consumidor final.

Estructuró, explica, tres máximas en su gestión: crear la elegancia en el diseño, perseguir intuición del usuario y buscar siempre la sencillez en el producto. Estas máximas inspiraron la investigación, el diseño y el desarrollo, y fueron las responsables

de poder llevar al cliente al mercadeo de lo sublime, del encuentro de la perfección en un producto como expresión del respeto por la belleza de lo simple.

Jobs, dice el autor, buscaba crear empresas de tecnología con nuevas plantillas organizacionales, no teóricas sino innovadoras. Pensaba que una empresa se pierde cuando le es más importante ganar dinero que tener un producto diseñado para el consumidor. Consistente con sus ideas, transformó su empresa de una organización funcional a otra basada en el producto. Su vida refleja el valor de la constancia. Jobs nunca desfalleció. Pensaba que en las crisis se debe seguir empujando hasta encontrar un nuevo camino.

Resalta además su capacidad para crear una organización con entornos de libertad controlada, considerada en un todo como un equipo de apoyo; saber rodearse de los mejores; tener la capacidad para trabajar con personas inteligentes y lograr ser comprendido por ellos; crear el sentimiento de “estamos juntos en esto”. En su visión, dice el autor, crear camaradería de grupo permite generar ideas vibrantes, pensar en productos inspiradores y crear un gran lugar para trabajar, a la vez que promueve la responsabilidad, mantiene en alto el ritmo de trabajo y genera interdependencia creativa creando logros compartidos.

Jobs, dice, siempre buscó gente que rompiera los paradigmas, que explorase fronteras, que no fuese convencional; en consecuencia, no involucró en sus proyectos gente que sigue el organigrama, los procesos, los procedimientos y los manuales de funciones. Fue un inspirador. Consideró clave la manera de comunicarse con el equipo. Jobs cuando habla inspira; crea momentos de inflexión, de urgencia por decidir; crea el instante y el principio de realidad y conciencia; crea en cada uno un pensamiento revolucionario, innovador, destacan y agregan que tiene olfato en la contratación; es capaz de reconocer el aspecto brillante de la persona; en una entrevista no repara en los conocimientos, olfatea la potencialidad de las personas; su organización es un clúster de virtuosos.

El libro habla también de su capacidad para generar conexiones entre sus productos, para desarrollar productos para el consumidor en lugar de equipos para los negocios, para redefinir negocios –como lo hizo con Pixar, Itunes, Ipod, Ipad...– y de su astucia para identificar oportunidades; habla de cómo creó una organización holística que permitió, valga la redundancia, el desarrollo holístico del producto, lo blando y lo duro junto, una filosofía para el desarrollo del producto; la unificación y la convergencia, una guía para hacer mejoras sustanciales, donde los innovadores crean productos que son el fruto de lo que imaginaron y ayudan a crear el mundo donde les gustaría vivir; la adopción de la novedad y el compromiso con ella, el sentir que hace algo diferente, mejor y especial, como fundamento del creador holístico. <sup>SR</sup>