

GIANNELLA ESPINOZA COBOS
espinozag@granasa.com.ec
■ GUAYAQUIL

Parece un turista más de los miles que vienen al año a Guayaquil. Camina por el centro de la ciudad con una libertad que envidiaría Madonna, aunque su importancia en el mundo del Marketing y la Tecnología sea similar al de la reina del pop en la música.

Su paso se debe a una invitación del Banco del Pacífico y la Espol a ser la estrella del "The Innovation and Disruption Congress (Tidco)", un congreso de innovación que se realizó ayer en el Centro de Convenciones, y al que EXPRESO entregó el 40 % de descuento a sus suscriptores.

Que aceptara, debido a su agenda, no fue fácil hasta que le dijeron que habría un paseo a Galápagos como parte de pago. Y es que Kawasaki es una de las personas más influyentes del mundo en lo que respecta a innovación, startups y nuevo management. Por lo tanto siempre está ocupado. Da conferencias por todas partes, pero es la primera en Ecuador.

EVANGELISTA

Su misión en tecnología es que un producto o servicio se convierta en la referencia universal, aquello que toda la competencia imita, el gadget que necesita para estar a la última.

INVERSIONISTA

Tras su experiencia con Apple, Kawasaki se fijó como misión dar a los emprendedores el poder de cambiar el mundo, para lo cual fundó Garage Technology Ventures.

Trabajó nada más y nada menos que en Apple, como evangelista de la Macintosh (en 1984), es decir, él fue encargado de convertir un producto minoritario y desconocido en el equipo que necesitaban todos en sus casas y oficinas. ¿Cómo? Contando sus bondades. Al fin y al cabo, en religión y en tecnología, el evangelismo es eso: dar un buen mensaje.

Desde su salida de Apple ha emprendido algunas empresas tecnológicas, ha sido inversionista, ha escrito 13 libros y ha sido evangelista de otras marcas como Motorola y Mercedes. Hoy es de Canva, una plataforma de diseño que te hace parecer un experto en el área.

A los emprendedores locales les deja algunas lecciones que compartimos en esta página. Entre estas: "Make meaning and not money" (hacer significado, no dinero). Para él, la consecuencia de crear significado es hacer dinero.

Guy es sencillo. Carga un Apple Watch y un Motorola X. Camina sin miedo como no lo haría Madonna y, desde hoy lo hará también por Galápagos.



El gurú de la innovación

LE DA TIPS A GUAYAQUIL

EN CONTEXTO

Guy Kawasaki fue parte de Apple, de Motorola, Mercedes, Canva y, ayer la estrella de un congreso en la urbe

No es muy amigo de los medios. No siempre da entrevistas, pero no se negó a EXPRESO, tampoco a Galápagos

Su paso por la ciudad se debe al Tidco 2017, un evento organizado por el Banco del Pacífico y la Espol

La lección que dejó a los emprendedores fue: no importa de dónde seas, si tienes una buena idea puedes lograrlo

SABER +

TOCA PARA VER MÁS CONTENIDO

Guy trabajó en Silicon Valley, la cuna del emprendimiento. Lo hizo en una de las empresas de tecnología más grandes de los últimos tiempos: Apple. Fue 'chief evangelist', logró que la Macintosh pase de ser un producto minoritario, en 1984, a una referencia universal. EXPRESO conversó con él sobre conocimiento, emprendimiento, fracaso y hasta de Samsung.

"Ser de Ecuador no parará a un verdadero emprendedor"

- Ecuador es un país que prioriza mucho sus recursos como el banano, el camarón... que podrían desaparecer en cualquier momento. ¿Cree que priorizar el conocimiento es el camino?

- Vengo de Silicon Valley, por supuesto que para mí es esencial priorizar el conocimiento. Pero acuérdate que Silicon Valley no lo es todo y al final del día la gente sigue comiendo bananos, necesita comer bananos. Pero podemos reinventar las bananos. Yo puedo ser su evangelizador.

- Entonces... ¿qué necesita Ecuador para fortalecer su sistema emprendedor?

- No sé mucho sobre startups

en Ecuador, pero he conocido a emprendedores de muchos países, y tienen más similitudes que diferencias. Ser de Silicon Valley no es necesario o suficiente para ser exitoso. Ser de Ecuador no parará a un verdadero emprendedor.

- ¿Son los emprendedores los encargados de transformar el país?

- Los emprendedores pueden cambiar el mundo con sus ideas pero también pueden los políticos. Y ambos, no necesariamente para bien. Desde luego, un grupo de políticos no se reunió y decidió que Silicon Valley sería un lugar de éxito.

- ¿Dónde dejamos a las viejas empresas? ¿Qué les hace falta

para permanecer, en términos de innovación, eternamente jóvenes? Como Apple...

- Cuando las empresas se hacen más grandes se enfocan más en el retorno financiero, ese retorno financiero lo quieren muchas veces en corto plazo y, muchas veces las innovaciones toman mucho más tiempo que el corto plazo. Todos nosotros tomábamos fotos con Kodak y hoy ya no existe, la curva de crecimiento puede parar porque hay unos chicos, ahora, en un garaje sacando un nuevo producto que va a matar a tu compañía. Mi consejo es: recuerda por qué los clientes confían en ti, es decir, cuál es

el provecho que obtienen.

- En emprendimiento se habla mucho del fracaso...

- Aunque hay una línea de pensamiento que te dice que fallar es bueno, el fracaso no es bueno, es el último recurso. En Silicon Valley es bienvenido, pero siempre que te deje un aprendizaje.

- ¿Hay forma de evitarlo?

- Termina tu producto y empieza a comercializarlo, es mejor empezar a comercializar muy temprano que muy tarde. Después de eso, todo es suerte.

- ¿El papel del 'chief evangelist' no es muy conocido en nuestro país. ¿Qué beneficios trae a una empresa? ¿Viene bien a todas?

- La palabra evangelismo es

una palabra en griego que significa: buen mensaje. Entonces lo que hace un evangelizador de marca es dar las buenas noticias de una marca, producto o servicio. Todas las empresas necesitan que hablen bien de ellas.

- Y bueno... Como exevangelizador de Apple, ¿se cambiaría a Samsung?

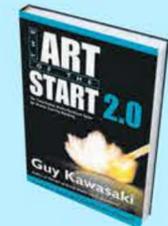
- Trabajé para Motorola un año y ahora uso el Motorola X, pero llevo un Apple Watch en mi brazo. Hay muchas cosas que hace Android mejor que iOS. La diferencia es que iOS permite conectar todo su ecosistema. Y claro, Samsung tiene buenos equipos, pero sigue siendo Android.

DEBE SABER

SUS ESTUDIOS. Se graduó de Stanford en 1976 con una especialización en psicología. Luego asistió a la Facultad de Derecho de UC Davis, pero solo duró una semana por culpa de sus maestros. Tiene un MBA en UCLA.

SUS TRABAJOS. Lo primero que hizo fue contar diamantes en un fabricante de joyas finas. Luego llegó a Apple en donde evangelizó Macintosh a desarrolladores de software y hardware.

SUS LIBROS. Guy lleva más de trece libros escritos a partir de 1987 con 'The Macintosh Way'. Entre sus últimos libros están 'The Art of the Start 2.0' y 'The Art of Social Media'.



SU PRESENTE. Es parte de una empresa de capital riesgo en Estados Unidos y es evangelista jefe (chief evangelist) de la compañía Canva, una herramienta de diseño gráfico en línea. También de Mercedes Benz. Es padre, esposo, autor, orador y adicto al hockey.



EL ENCUENTRO



Viendo al futuro desde Ecuador

Kawasaki tuvo un conversatorio, previo al Tidco, con los líderes de más de 20 emprendimientos locales, entre estos: Dátil, Shippify, Fab Tech y Studio Fútbol.

Los clientes no te pueden decir lo que necesitan, solo te pueden decir lo que quieren en términos de lo que ya conocen.

Si vas a cambiar el mundo, no puedes hacerlo con productos y servicios aburridos o insignificantes.

Una buena idea es el 10 % y la puesta en práctica, el trabajo duro y la suerte es el 90 %.

Nada crece en línea recta hacia arriba para siempre. Todo vuelve a bajar a la tierra en algún momento.

Si continuas quejándote y conformándote, te será muy difícil ser innovador o creativo.

¡Cambien el mundo! Dejen de leer citas y pónganse a trabajar.

LA ENTREVISTA



DAVID CHIRIBOGA

LÍDER / GESTIÓN DE INGENIERÍA SOCIAL EN GMS

"En seguridad, el usuario es el eslabón más débil"

David Chiriboga es ingeniero en telecomunicaciones y abogado. Cuenta con capacitaciones en Seguridad de la Información, así como con certificaciones de gestión de herramientas de Seguridad Interna, Seguridad Perimetral, entre otras. Actualmente lidera el proyecto de Gestión de Ingeniería Social, con el cual GMS quiere transformar a los recursos humanos de las organizaciones en verdaderos agentes de detección contra ciberataques. Por eso, este fue uno de los temas que se trataron ayer en la conferencia anual GSM 2017. EXPRESO despejó dudas con el experto:

- Que la Ingeniería Social sea una técnica con una incidencia mayor al 90 % en los ataques informáticos, ¿significa que el elemento más frágil somos los usuarios?

- En efecto, en la cadena de la Seguridad de la Información las personas correspondemos al eslabón más débil, pues con la manipulación psicológica nos pueden engañar para que realicemos varias acciones perjudiciales para la seguridad de la información.

- ¿Cómo podemos prevenirlo?

- El usuario común debe evitar ejecutar acciones sospechosas, dudar y siempre validar la información que recibe antes de entregar datos confidenciales. En cuanto a las empresas deben tener en cuenta que para gestionar su seguridad de la información no basta con revisar y actualizar sus herramientas tecnológicas, los recursos humanos son un pilar vital dentro de las empresas y deben prepararlos para que puedan detectar los ataques que podrían afectar a la organización.

- ¿Cuáles son las claves para entender que estamos frente a una trampa de Ingeniería Social?

- La clave está en los motivadores psicológicos. GMS ha identificado que el sentido de urgencia y/o de miedo son las características que más efectividad tienen en los ataques (46 %). Por ejemplo, cuando nos notifican que nos van a cerrar la cuenta bancaria si no abrimos el enlace adjunto en el correo electrónico... También tenemos registrados los motivadores psicológicos de la costumbre, la curiosidad y la falsa confianza.

- ¿Cuáles son las formas más comunes de los ataques que usan la Ingeniería Social?

- Fraude: consiste en robar dinero, sin necesidad de utilizar la fuerza, solo con un mensaje falso se puede engañar a la persona para inducir a realizar una transferencia a una cuenta cibercriminal. Infección: las víctimas son engañadas para que instalen software maliciosos; entre ellos, uno conocido como ransomware, que secuestra información para después solicitar un rescate económico. Robo de credenciales: con el cual se desvía a las víctimas a un sitio falso donde se sustraen las claves de acceso de los sistemas personales y corporativos.

- ¿Es posible que estemos derrochando información en las redes sociales?

- Es posible. Se debe entender que tal como nos desenvolvemos en la vida real, nos debemos adaptar al medio virtual. Como reflexión, no he visto persona alguna (por más extrovertida que sea) que desnude su vida en público: a todo el mundo y a los cuatro vientos. Así debe ser también en redes sociales.

EL DATO

La conferencia anual GSM 2017 se realizó ayer, en el Sheraton de Quito. La ingeniería social fue el tema central.

LAS LECCIONES DE GUY

SER DIFERENTE

No debemos buscar la forma de replicar Silicon Valley en Guayaquil, Ecuador o Latinoamérica. Es irreplicable, porque se formó por una serie de acontecimientos históricos que se dieron en ese lugar. Hay que hacer las cosas a nuestra forma, pero siempre generando valor. "La única esquina en la que quieres estar es en la que eres único y valioso".



PENSAR GLOBAL

Debemos pensar en un negocio globalmente competitivo, fácil de usar y accesible. El producto es el 80 % del negocio. Y algo importante para que un inversionista estadounidense quiera invertir en una empresa de Latinoamérica es que debe tener una base en EE. UU. o un sitio más cerca. "Nadie quiere tener invertido su dinero a miles de kilómetros de distancia".



IGNORAR A LOS NEGATIVOS

"Aprende a ignorar a los negativos si quieres triunfar". Los malos augurios, asegura, no solo suelen estar equivocados, sino también pueden evitar el avance de un gran producto. "Los ricos y famosos no siempre son inteligentes, por ejemplo, puede ser solo una persona con suerte".



APRECIAR EL DISEÑO

Apple ha tenido varios productos que, más allá de sus avances técnicos, se convierten en hitos de diseño. Para Kawasaki, ahí hay una lección importante para todo aquel que esté creando productos para los consumidores. "No todo el mundo aprecia el buen diseño, pero hay suficiente gente que sí lo aprecia".



HACER SIGNIFICADO

Una de sus frases más populares es: "Make meaning and not money", es decir "hacer significado, no dinero". Propone impactar positivamente la vida de billones de personas en lugar de tener el dinero como objetivo. Para él, la consecuencia de crear significado es hacer dinero".



Las marcas Apple, Canva y Motorola vs. la marca Galápagos

Guy Kawasaki da conferencias todo el año. Por todo el mundo. Pero nunca había venido a Ecuador, es más no estaba en su plan 2017, ni pretendía estar en la primera llamada que le hizo la Espol y Banco del Pacífico para invitarlo al The Innovation and Disruption Congress (Tidco). El gurú de la innovación,

evangelista de grandes marcas como Apple, Motorola, Mercedes y Canva, se dejó conquistar por la marca Galápagos y, es este rincón del país el que lo trajo a Guayaquil este lunes.

Según Luis Aguirre, asesor de presidencia ejecutiva del Banco del Pacífico y uno de los voceros del evento, pa-

ra conquistar a Kawasaki de que le hiciera espacio en su agenda al Tidco, le ofrecieron además de su pago, un viaje turístico a Galápagos (desde hoy hasta el sábado) y "no pudo resistirse".

Cuando le preguntamos al implicado por qué, lo primero que salió de su boca fue: "Charles Darwin". Quiere co-

nocer el encanto de sus islas y por qué no, con un poco de inspiración, imaginar su propia teoría de la evolución.

Es así que si todo lo que Guy recomienda tiene éxito, por ejemplo: la Macintosh... Galápagos, luego de su paso, podría convertirse en el próximo Apple del turismo. ¿Quién quita?