Martin Wezowski: visión de futuro

24/05/2021 De joven, Martin Wezowski tocaba el bajo en una banda de punk-rock. Actualmente, según un prestigioso periódico económico, es una de las “100 mentes más brillantes de Alemania". El trabajo del hoy Director de Prospectiva de la empresa de software SAP, es anticiparse al futuro.

Pensar el cambio, esperarlo y encauzarlo es su profesión. Martin Wezowski no suele dedicarle mucho tiempo al pasado. Sin embargo, cuando la pandemia del coronavirus interrumpió su intensa actividad viajera, hizo una excepción y recuperó su amado aunque polvoriento bajo del sótano de su apartamento berlinés. Según dice, consiguió arrancarle "un par de acordes". Un eco de su primera carrera, la de músico.

Este hombre de 49 años tocó en su juventud en la banda de punk-rock Majestic, entre otras. Asegura que fue "la mejor educación" para su trabajo actual: "Simplemente, ponerse a hacer algo y experimentar sin un objetivo fijo". Para él, el cambio permanente es la esencia del sonido arrollador del punk-rock. "Incluso en mi puesto actual trato de cuestionar constantemente el statu quo e incordiar a los gerentes de nuestra industria".

El Jefe de Diseño y Director de Prospectiva de la oficina de estrategia en las áreas de Tecnología y Operaciones del gigante del software SAP se ocupa de las futuras tendencias y piensa estrategias para el grupo. Su equipo trabaja directamente para el Director General de Tecnología e Innovación de SAP.

Wezowski es especialista en visiones positivas del futuro

Wezowski se ha especializado en visiones de futuro positivas. Fanático confeso de la ciencia ficción, prefiere dejar las profecías funestas para otros, como los "maestros de las películas catastróficas de Hollywood". Según él, "ellos reproducen los peores escenarios imaginables con tanta perfección que parecen reales". En cambio, este polaco de nacimiento se dedica a diseñar versiones de un futuro "deseable, con tecnologías que nos gustaría tener porque son útiles".

Explica que el futuro siempre sorprende, como demuestra la crisis del coronavirus, y que el cambio es constante, "especialmente hoy en día, porque ya no hacen falta generaciones para que las transformaciones radicales surtan efecto. Antes, el futuro era cosa de nuestros hijos y nietos, pero hoy ya no es así, porque todo va cada vez más rápido".

Con su aspecto de estrella del rock de melena plateada, Wezowski es la personificación del cambio. Siguiendo el osado plan de sus padres, cuando tenía 14 años huyó de las represalias de la Polonia comunista a Suecia, que era el país democrático más cercano en aquel momento. El hecho de llegar allí sin saber ni una palabra de sueco no disuadió a Wezowski de sus ambiciosos planes. Al principio quería ser arquitecto, pero después decidió estudiar ingeniería. Rápidamente se dio cuenta de que eso tampoco le llenaba creativamente y empezó a desplegar su talento musical. Cuando su banda necesitó

una página web, camisetas y la portada de su primer CD, él aceptó el reto: "Fueron mis comienzos como diseñador". Pero pronto volvió a reinterpretarse: "Fue cuando tuve claro que diseñar objetos no era tan emocionante como diseñar estrategias de futuro".

Las personas son la prioridad para Wezowski

Cuando era Diseñador Sénior de UX (User Experience) en Sony Ericsson, Wezowski pudo combinar todas las habilidades que había adquirido hasta ese momento. De la música hasta el diseño, pasando por todo tipo de técnicas de los nuevos medios, la fotografía y mucho más. Fue capaz de adoptar un punto de vista distinto y valorar las innovaciones desde la perspectiva de los usuarios. "¿Qué aporta esto?" es su pregunta fundamental, la única que realmente importa a este visionario profesional hasta el día de hoy. Con esta idea en la mente, diseña para SAP y sus clientes en todo el mundo un universo mental para un entorno de trabajo más humano. "Con ello hemos abierto un nuevo mercado".

Wezowski considera fundamental combinar las tecnologías modernas con los aspectos humanos. Para él, saber qué experimenta la gente en su trabajo y cómo lo vive es más importante que determinar simples realidades: "Durante casi 50 años, nuestro modelo de negocio se ha basado principalmente en transacciones, operaciones y funciones", explica. "Los datos técnicos resultantes son fenomenales. ¿Pero dónde está la experiencia? Para mí, la magia surge cuando se combinan ambos".

Antes de comenzar a trabajar con SAP en 2013, pasó dos años en Shenzhen (China) con el encargo de diseñar estrategias de UX para un gigante de la tecnología dispuesto a conquistar el mercado mundial. Wezowski sugirió que la compañía desarrollara sistemas propios para sus teléfonos inteligentes y dispositivos electrónicos. Su plan era claro, pero la respuesta que obtuvo no fue positiva. "Priorizaban los resultados del trimestre siguiente y no una estrategia sostenible".

Pero Wezowski no piensa a tres meses vista ni cree en pronósticos que solamente extrapolen números, datos y hechos conocidos. Para él, esta actitud es "muy útil para el día a día, pero completamente inadecuada para las visiones a largo plazo. El futuro no puede construirse solo con lo que conocemos". Prefiere hablar de un "tercer horizonte de la imaginación", refiriéndose con ello a que primero hay que diseñar un mundo futuro ideal y después tratar de conectar esta visión con el punto de partida actual.

"El tercer horizonte se basa en escenarios deseables", dice. "Quizás no exista todavía la tecnología adecuada, pero imaginamos que un día la habrá. Quizás el mercado no lo esté pidiendo todavía, pero estamos seguros de que responderá positivamente si proporcionamos esa oferta". Su credo es moldear activamente el futuro con espíritu precursor. A Martin Wezowski le gusta asustar a su equipo, pero también a los clientes de SAP, con una pregunta: "¿Por qué seguirás siendo relevantes dentro de 10 años?". Según él, si no saben la respuesta, probablemente es que ya no son relevantes.

Ser Director de Prospectiva de SAP es como dirigir un centro de control para el diseño de futuros entornos de trabajo. Su gran visión es dar al concepto de trabajo una definición nueva y profundamente humana. "Desde hace milenios los humanos somos cazadores y recolectores, y por ello nos pasamos el

tiempo rellenando tablas de Excel", bromea. "La mayoría de nosotros podríamos haber sido genios como Leonardo da Vinci, Albert Einstein, Marie Curie o Ada Lovelace, pero no hemos tenido el tiempo necesario porque estábamos ocupados organizando cosas como la logística, las cadenas de suministro y la fabricación", es decir, tareas que las máquinas pueden hacer mucho mejor.

El 'yo aumentado' es el gran objetivo de Wezowski

Por consiguiente, el gran objetivo de Wezowski es el 'yo aumentado', un individuo mejorado mediante un software inteligente. Lo llama ‘humachine’ (derivado de ‘human’ y ‘machine’), una mezcla de inteligencia artificial y creatividad humana. Una primera versión sería el piloto automático de un avión: "Ayuda a los pilotos a concentrarse en lo que importa".

"¿Qué pasaría", se pregunta, "si hubiera una máquina que fuera conociéndome a medida que me acompaña a lo largo de la vida?". Podría ayudarme con las grandes y pequeñas decisiones vitales, como por ejemplo, desaconsejar una tercera taza de café. Podría reconocer si nuestras opiniones están determinadas por prejuicios y hacérnoslo saber. O podría recomendarnos que tomemos decisiones estratégicas importantes por la mañana porque por la tarde podríamos estar demasiado estresados. "Esto es inteligencia emocional", afirma Wezowski.

En este sentido, tiene muchas esperanzas puestas en la alianza estratégica que Porsche y SAP establecieron en octubre de 2019. Para él es importante que las empresas líderes establezcan estos lazos: "necesitas socios que puedan mostrarte lo que tú mismo no sabes o en lo que no has pensado". Para Wezowski, aquí es donde surgen las nuevas realidades, aquellas que "a veces son realmente incómodas, pero otras veces son verdades muy útiles". Porsche y SAP quieren beneficiarse mutuamente de sus respectivas experiencias. Planean desarrollar conjuntamente nuevas soluciones y productos en el área de la tecnología de la información para que más tarde la pueda utilizar no solo Porsche, sino también otras empresas de la industria automotriz.

Para Martin Wezowski, Porsche ha sido durante mucho tiempo toda una referencia. Esto se explica sobre todo por su segunda carrera, la de diseñador. "Para mí, un Porsche es siempre algo especial. No solo es un objeto muy atractivo, sino una obra de arte", dice entusiasmado. "Con el Taycan, Porsche ha dado un paso decisivo hacia la movilidad eléctrica. Será emocionante ver hasta dónde llegarán Porsche y la industria de los autos deportivos en este proceso".

Es posible que Wezowski tenga algunas ideas sobre el destino de este viaje, pero el Director de Prospectiva prefiere guardar silencio y disfrutar en el presente de la estética del primer Porsche totalmente eléctrico.

Información

Artículo publicado en la edición número 398 de Christophorus, la revista para clientes de Porsche.

MEDIA ENQUIRIES

Thomas Ammann

christophorus@porsche.de

Rogério Albuquerque

christophorus@porsche.de

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2021/tecnologia/PLA-porsche-martin-wezowski-sap-software-group-christophorus-398-24576.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/e2012944-6d0c-4008-b8bc-1dfeb29c3cf2.zip

External Links
https://christophorus.porsche.com/es.html