





# Carta des de Silicon Valley

—Del Xangri-la de llegenda a Silicon Valley de la realitat presenciem la culminació en permanència de la idea de capital intel·lectual, que el capital d'avui són les idees innovadores, impagables i de vegades d'una creativitat torbadora.

Inicialment, als garatges de Silicon Valley la tecnologia es va produir la gran oportunitat i els nens prodigi del xip van iniciar una transformació vertiginosa dels processos econòmics, dels entorns vitals i de la mateixa noció del temps. A la "Carta des de Silicon Valley", Marta Emerson, vicepresidenta de Scaale Group, relata les seves experiències en el gran laboratori del nou món.

Quin és el negoci de Silicon Valley? Aquí van començar el que avui són algunes de les fortunes més grans del món. Hi ha un altre secret que no sigui el talent? A Silicon Valley s'està assajant el pas cap a una civilització cognitiva.

## UN ECOSISTEMA DE 'START-UPS'

Silicon Valley és jugar a la primera lligai la clau és el talent. Coses com fer un 'brainstorming' per discutir idees boges sense límit a la imaginació pot significar tenir en una taula gent brillant com, per exemple, cofundadors de Sun Microsystems, experts de Bayo genis de Twitter

per Maria Emerson

— He de confessar que la primera vegada que vaig visitar a Silicon Valley, fa deu anys, no tenia ni idea del que era. No és una ciutat i el seu nom ni tan sols apareix als mapes. Comprèn de Menlo Park a San José i actualment inclou la ciutat de San Francisco. És la seu de les millors empreses tecnològiques del món com Facebook, Google, Twitter, la llar dels inversors més potents i el bressol de milers de start-ups que aspiren a canviar el món. En visitar per primera vegada Silicon Valley, alguna cosa va canviar en la meua vida. Va ser una nova perspectiva, una nova manera de pensar, d'entendre el negoci, de relacionar-me i créixer professionalment. L'anomeno "el Disney World de l'emprenedor" perquè em recorda un parc temàtic, on et donen un mapa a l'entrada i pots veure cada zona temàtica totalment preparada per aconseguir que els teus somnis es facin realitat. A Silicon Valley, en lloc de néure perseguint les seves il·lusions, els protagonistes són els emprenedors. Tè diverses zones temàtiques: la zona dels inversors: els VC—venture capitalists—, els inversors més importants del món tenen l'oficina al carrer Sunhill Road. Representa la concentració d'inversors més gran del planeta i on es tanquen la quantitat més elevada d'operacions d'inversió.

Una altra zona és la del coneixement, amb la Universitat de Stanford com a reina del ball. Ha estat fonamental en la creació d'aquest ecosistema emprenedor. Seguint el mapa de Silicon Valley, l'altra zona és la dels proveïdors de serveis, on operen advocats, mentors, consultors, acceleradors i incubadores de negoci, que es dediquen a ajudar equips a validar i fer créixer els seus negocis proporcionant-los recursos, i moltes vegades, diners. La més coneguda és Y Combinator. Tot és possible. Una altra zona és la de les grans empreses tecnològiques. Google està comprant un gran nombre de terrenys i espais immobiliaris de la zona, on es poden visitar corporacions com Apple, Yahoo, Sales Force, Twitter, Facebook, les grans empreses innovadores. Ven com ençà com a start-ups i amb grans idees fins a esdevenir gegants que alimenten i s'alimenten d'aquest ecosistema a brutall. La majoria de start-ups pretenen ser com prades per aquestes gegants.

Els garatges i els coworkings, on es treballa de forma oberta i col·laborativa, allotgen les més de 30.000 start-ups que es creen al Vall. A San Francisco hi ha un barri anomenat Mission, so la Market Street. És un barri més pintoresc, ple de hipsters, bé jo diria que tot San Francisco i la Vall és hipster, però té un aire especial i artístic. Com que és més barat viure allí és normal que s'hi instal·lin tant start-ups i emprenedors i reconverteixin un barri que havia estat més pobre i esguixes entint esgur. Allà es creen unes 5.000 start-ups a l'any i el 85% moren abans dels cinc anys. L'altra cosa és que és el mercat més difícil del món, un dels més cars, madurs i on només els millors dels millors guanyen.

Silicon Valley no sorpren per la seva bellesa artística. Venint de Barcelona, on l'arquitectura i la història t'acompanyen a cada pas, no més es veuen zones indus-



El nou i futurista campus de Google té una superfície de més de 55 mil metres quadrats per acollir 15.000 treballadors (The Google)



trial, barris residencials apartats, i tot bastant escam-  
pat, sense personalitat. No és com l'encant de San Fran-  
cisco, sobretot quan la boira en desdibuixa els ponts. La  
seua bellesa rau en el que amaguen els garatges, les sales  
universitàries, els cafès i els edificis de vidre. Gent de tot  
en eu del món vénen a formar part del team USA i Sil-  
icon Valley els acull, sempre que tinguin talent, és clar.  
Innovar i el futur són la clau d'un club selecte i secret.  
Tot són incentius per treballar més i millor, per mer-  
xer-se-hi. Més petit del que es puguipensar, és un club  
només per a qui estigui ben connectat. Ingressar-hi és  
molt difícil però fer networking és fàcil perquè hi ha més  
de cent esdeveniments cada dia en els quals pots inten-  
tar buscar les connexions adequades. L'agent és molt  
obert, t'escollarà i ajudarà, però només si tens alguna  
cosa nova per aportar.

El dia que vaig arribar a Silicon Valley vaig anar  
al despatx de Kairi etu Forum a San Francisco, situat  
a Mark et Street. És un edifici alt de vidre en ple barri  
financer. L'agent estava en texans, informal, relaxada,  
tot i que m'orientava negocis de milions de dòlars. Jo vestia  
molt més formal. Fa deu anys a Espanya no s'estiba-  
tant anar en samarreta i sabatilles a l'oficina. Em vaig  
posar a treballar molt dur amb els membres de l'equip  
per aprendre els mètodes i l'estratègia inversora dels  
business angels, que són inversors privats que inver-  
ten els seus propis diners en empreses a l'espera d'un  
retorn de la inversió, i poder adaptar-la a la cultura i  
realitat espanyola de llavors. El treball era més obert,

eficax, poc litrat i motivador. Hauria pogut cobrar vint  
hores al dia no més per la recompensa de sentir-me  
part de l'equip i del lloc. Aquesta forma de treballar  
més oberta i transparent ja es fa començant a implan-  
tar a Espanya, però fa deu anys no era així. Vaig quedar  
tan impressionada per la passió, el talent, l'ambició i  
la força, que vaig decidir que un dia jo hiviauria. I així  
va passar quan al cap de pocs anys em vaig traslladar  
a viure a San Francisco com a vicepresidenta del grup  
multinacional Soosale, amb base a la ciutat de la boira.

He adaptat els seus horaris de feina, menjar i oci.  
Em semblen molt més eficients que els nostres a Es-  
panya. De tornada, segueixo el meu horari americà. A les  
7 o 8 ja estic activa i amb un cafè a la mà, normalment  
de Starbucks. Es menja a les 12 del migdia. A Silicon  
Valley pots trobar menjar d'arreu del món, i la gent  
sembla agradar-li molt la cuina mexicana, xinesa, tai-  
landesa i índia, que no és la mateixa que trobes a Es-  
panya. Es menja en vint minuts, i molts, com jo, davant  
del ordinador: una amanida, un entrepès, una mica de  
menjar xinès o sushi en cines de plàstic transparent.  
A les cinc de la tarda tothom ja és fora del despatx, però  
sovint se segueix treballant. L'agent va algú més, se  
sopa molt d'hora, cap a les sis de la tarda i segueixen  
connectats des de casa perquè la connectivitat és com  
una droga per a tots els bojos de Silicon Valley.

I de sobte, caminant pels carrers de Palo Alto, si  
tens una mica de sort, pots trobar-te al CEO d'una dels  
gegants prenent un cafè, com Mark Zuckerberg. ■■



La nova seu de la companyia  
Apple obra dissenyada pel  
arquitecte Norman Foster i que estava  
a càrrega a finals d'any Apple  
ha construït els seus propis  
bitòles per connectar tots els  
seus treballadors (Foto: Apple)





queda, així que se la juguen fins que, en molts casos, han de tornar a casa per falta de diners. Silicon Valley també es caracteritza per un estil de vida especial, que gira al voltant de la feina, però de forma positiva, amb l'eslògan "Work hard, play harder" que vol dir "Treballa fort i juga'nova més fort". Per això, les empreses com Google i Facebook van popularitzar els seus sistemes de treball, amb oficines plenes de futbolins, piscines, massatgistes i sales de videojocs. L'idea és donar llibertat als treballadors i oferir-los eines perquè puguin aconseguir les seves metes més creatives. Així fa que es passin tot el dia a l'oficina i rendeixin molt més. Els horaris més flexibles o fins a les 17 h. fan que el personal treballi més en menys temps.

La vida nocturna té també altres horaris, i la gent prefereix n'festes en cases privades i no als bars. Suposo que es deu als horaris, ja que els bars tanquen a les dues de la matinada i no més pots beure si tens més de 21 anys. Als bars hi ha més homes que dones però curiosament les dones es queden que no troben homes per a una relació estable. Jo freqüentava un pub irlandès a prop de l'oficina, on anaven tots els de Sales Force, i valorava que fos tan fàcil socialitzar amb la gent, sempre que —evidentment— parles de tecnologia.

Moltes ciutats del món han intentat imitar aquest ecosistema pròxim. Però fracassen. Silicon, irreplicable, no es pot dissenyar artificialment. Ha de ser autèntic i no creat per un govern ni imposat de dalt a baix perquè la clau són les persones que ho fan possible. Bé, això i la quantitat de milions disponibles que tenen per invertir en innovació. Ha existit i existeix talent i em ricants i a qui sigui el nul·lor en alguna cosa. El 65% de persones que hi viuen no han nascut als Estats Units, però la majoria són americans. Són allà amb un mateix objectiu. Tots treballen dur i s'ajuden per aconseguir-ho, amb el gran parc temàtic de la Vall a la seva disposició. I així poden créixer els projectes del talent individual.

Ciutats com Nova York, Londres, Berlín, Santiago de Xile, Austin, Bombai, Bangalore, Singapur, o fins i tot Barcelona i Madrid, han creat els seus propis ecosistemes amb els seus propis diferencials per atraure empreses, talent i riquesa. Però reproduir Silicon Valley és impossible. Les ciutats que estan generant bons ecosistemes tenen èxit perquè se centren a potenciar un valor o una força que ja tingui el seu ecosistema, en comptes de voler crear-lo del no-res. Hi ha més diners que bons projectes, així que money is not an issue. És un factor fonamental que els productes que es creen, financien i posen a prova a Silicon Valley tenen sortida directa al mercat dels Estats Units, amb més de 400 milions de persones que parlen una mateixa llengua,



que són tech savvy, consumistes, multimarques, i amb capacitat de compra. Les valoracions d'empreses americanes sempre seran molt més altes, simplement perquè poden vendre molt més.

El tiquet d'entrada és molt car i difícil d'aconseguir. Com tots els clubs, aquest club Disney no és per a tothom. La immensa majoria d'empreses no han de venir a Silicon Valley, ja que seria una pèrdua de temps i diners molt gran per a ells. Molts emprenedors espanyols em truquen abans de venir de viatge per conèixer l'ecosistema i fer-hi contactes. Volen obrir-se aquí, i no els culpo: el 80% d'empreses a Silicon Valley que venen internacionalment no necessiten fer acció comercial ni màrqueting internacional ja que són els clients internacionals els que els compren. I ho fan perquè els productes que surten de Silicon Valley estan en el punt de mira. Pots internacionalitzar-te més fàcilment si portes el segell "Silicon Valley". Si em reunixo amb ells al meu despatx, tan bé a Market Street i amb visites al Bay Bridge, escolto el seu projecte i els explico com funciona així, aquí han de conèixer i els aconsello com s'han de moure. I en molts casos, els dic el que no volen sentir. Dues paraules: no vingueu. Si la teua empresa o model de negoci és una còpia d'alguna cosa que ja s'ha



Exterior de l'espectacular seu central de Facebook a Menlo Park (País Baixos)

Les ciutats que estan generant bons ecosistemes tenen èxit perquè se centren a potenciar un valor o una fortalesa que ja tingui el seu ecosistema, en comptes de voler crear-lo del no-res

inventats. Silicon Valley, el que es coneix com un negoci me too, no vinguis. Ja ho han inventat ells, tenen més diners que tu, més contactes, i coneixen el mercat. El que funciona és tenir alguna cosa diferent i tancar dors. És un mercat molt car, i per això les empreses disparen demoltmés diners que a Espanya. Només contractar una persona és dur et costar sis cifres. A més, el cicle de vendes és més llarg del que uns imagina. Alhora, és una societat de litigi, de manera que cal invertir molts diners en advocats per fer cada pas. Alguns hi són perquè volen créixer, altres perquè volen ser comprats per Google, i tots perquè volen moure capital. Molts cops ho aconseguixen. La mitjana dels èxits a Silicon Valley és de set anys. Els protagonistes són homes més grans de 40 anys, i no nans d'universitat, com es veu a les pel·lícules. Guanyar diners també és molt difícil. És un mercat

hiperlocal, on els inversors de Sundell Road només investeixen en em preses a Silicon Valley, ni tenen sol·licituds a altres zones del país. Has de ser local, tenir empresa allí, i començar a demostrar coses. Només així tens una oportunitat. El fracàs s'accepta com a part del camí a l'èxit. Silicon Valley no morirà perquè sap evolucionar. Ha viscut moltes crisis, però la clau és que no se centra en una indústria, sinó que evoluciona amb visió de futur i seguint *the next big thing*. Va començar amb els xips, el programari, les pantalles, internet o el mòbil, les xarxes socials, els telèfons, les apps, i ara està treballant en el futur dels cotxes entre Google i Tesla—que té seu a Nevada—. Qui sap què vindrà després. Els nous de Silicon Valley ens ho aniran mostrant ●

Marta Emerson és vicepresidenta del Grup Scania