

## El difícil arte de la simplicidad

**Author :** Daniel Guzmán Castroviejo

**Categories :** [Sistemas de Información Empresarial](#)

**Date :** 11 diciembre, 2016



Como nos gusta complicarnos a las personas, si todo es mucho más simple. El gran Albert Einstein decía *“Todo tiene que ser tan simple como sea posible pero no más simple”*. Son palabras un tanto misteriosas, pero en el fondo, el sentido de la frase nos transmite el equilibrio de la **simplicidad**. Si imaginamos una línea, y en la derecha situamos lo muy complejo y en la izquierda lo más sencillo, podemos definir un punto en el centro donde se sitúa el equilibrio. No necesariamente tiene que estar en el centro, en función de la complejidad o facilidad de la tarea, puede variar.

Sin embargo, a veces no es tan fácil discernir si una tarea es más compleja que otra. Y es que, en la mayoría de veces, hacer las cosas simples requiere un gran esfuerzo. Con lo rápido que se mueve la sociedad y la avalancha de información que disponemos, es fácil complicarse la vida a la hora de tomar decisiones.

Vamos a pensar en la simplicidad relacionada con el **liderazgo**. Todos los grandes directivos de las empresas, jefes de equipo, gentes, deben de tener la simplicidad como una cualidad permanente. Normalmente se tiende a pensar que algo complicado de realizar, tiene más mérito que algo sencillo, ya que requiere de mayor esfuerzo y trabajo. Los humanos somos una raza que tenemos una innata tendencia a complicarlo todo. Pero es necesario destacar que hacer las cosas simples no significa que se hagan fáciles. Se trata más bien de encontrar la mejor manera de llevar a cabo un proyecto, modelo de negocio o proceso que facilite las cosas tanto para el cliente como para la organización.

Además, los líderes apasionados por la simplicidad, hacen organizaciones con ambientes de trabajo más dinámicos, sin dejar de lado las exigencias propias del trabajo. Ya lo decía Steve Jobs: *“Lo simple puede ser más difícil que lo complejo. Hay que trabajar duro para aclarar las ideas y para hacer que lo pensado sea simple. Pero vale la pena una vez se consigue, ya que puede mover montañas”*. Es por ello que el sello que caracteriza a **Apple** es la simplicidad, no solamente a nivel de producto, sino también en otros aspectos fundamentales como la **comunicación** y el marketing. Cuando Apple lanza un nuevo producto, es capaz de comunicarlo de una manera sencilla, por eso llega a tanta gente.



Lo mismo sucede con los sistemas de información. Es básico y fundamental diseñar un sistema usable y simple. No solo porque será más sencillo de implantar, sino porque la curva de aprendizaje será menor para los usuarios, y estos le darán más valor al producto. Está claro que el usuario que dedique más tiempo del esperado o establecido para poder aprender o utilizar un sistema, no valorará la importancia de este y su utilidad. Incluso será reacio a utilizarlo y muy difícilmente se sentirá a gusto con el sistema. Por ello también es fundamental el feedback del usuario, ya que puede ayudar a la compañía, en la búsqueda de esa

simplicidad.

Por ello, aplicaciones tan conocidas como **Whatsapp**, **Spotify** o **Netflix**, tienen tanto éxito entre los usuarios. No solo proporcionan un servicio al usuario, sino que son tan sencillos e intuitivos de utilizar, que son todo un éxito de descargas. Y no solo eso, cualquier funcionalidad añadida en versiones posteriores, no debe de ser excesivamente compleja, ya que corre el riesgo de echar por tierra la simplicidad que caracterizaba a dicho sistema.

Como podemos observar, la simplicidad es una cualidad en cualquier ámbito. Desde el liderazgo de equipos y personas, la comunicación y marketing o el desarrollo y usabilidad de un sistema, la simplicidad debe imperar. En el momento en que cualquier tarea o procedimiento se convierta en más complejo de lo que debería, es necesario pararse a pensar en cómo lo estamos haciendo, y simplificar los elementos que sean prescindibles. Tenemos que ponernos en la piel de la persona que es miembro de nuestro equipo, de aquel cliente potencial o del usuario que ya utiliza nuestro sistema. No será una fácil seguramente, pero vamos a intentar hacerle la vida más sencilla y más fácil porque nos lo agradecerá.