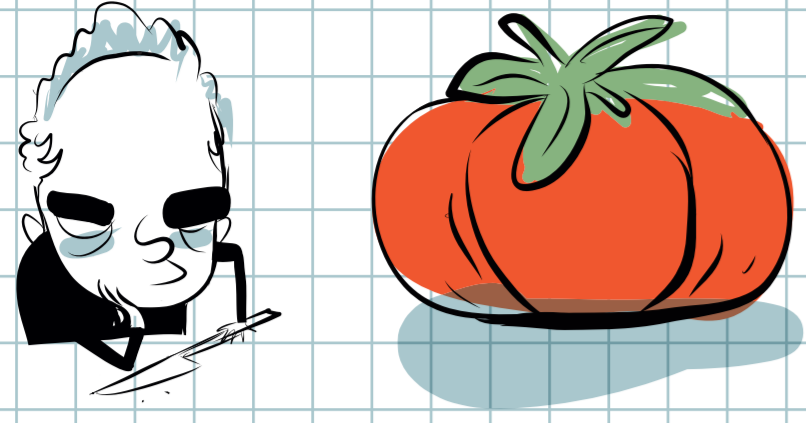
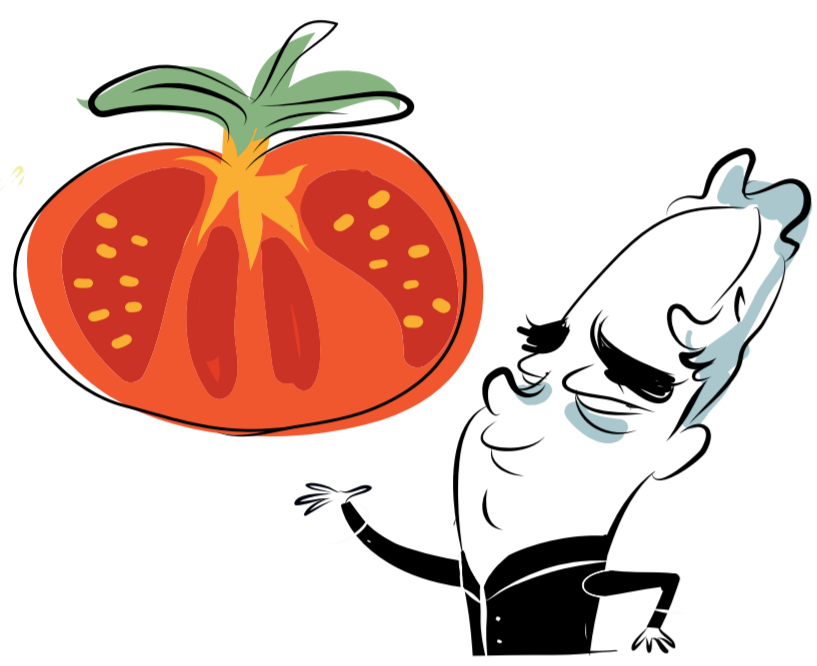


# TOMATE

Veamos cómo analizaban en El Bulli un ingrediente de cocina sencillo: un tomate.



Un tomate puede ser muchas cosas dependiendo del prisma bajo el que se mire: un alimento, una especia, un recurso, solo una palabra... Es decir, no hay un solo tomate, hay muchos tomates. Como dice el artista norteamericano John Baldessari: "Contempla el objeto que quieras conocer como si no lo hubieses visto nunca. Analízalo desde todos los ángulos".



## MÉTODO Sistémico

¿En qué lugar del mundo, de la naturaleza o en qué sector industrial se ubica lo que vamos a estudiar? ¿A qué sistema o sistemas pertenece? Analizamos su ADN específico, desmenuzando cada rasgo. Por ejemplo, toda empresa tiene (declarado o no) un propósito, una visión, una misión, unos valores y comportamientos, el conjunto de todo es su alma. Este método es el más importante aunque muchas veces no es el que primero se aplica (suele ser el "léxico")



## MÉTODO Léxico, semántico y conceptual

Respondemos a una pregunta fundamental. ¿Qué es esto con lo que trabajamos? ¿Qué quiere decir? ¿Qué definiciones tiene? ¿Con qué términos nos referimos al mismo? Nos cuestionamos las definiciones tradicionales (¿han de ser fríos los postres?). Es decir, volvemos a definir el objeto con un léxico propio que nos permitirá determinar con precisión aquello con lo que vamos a trabajar.

# SAPIENS

BY FERRÁN ADRIÀ Y EL BULLIFOUNDATION



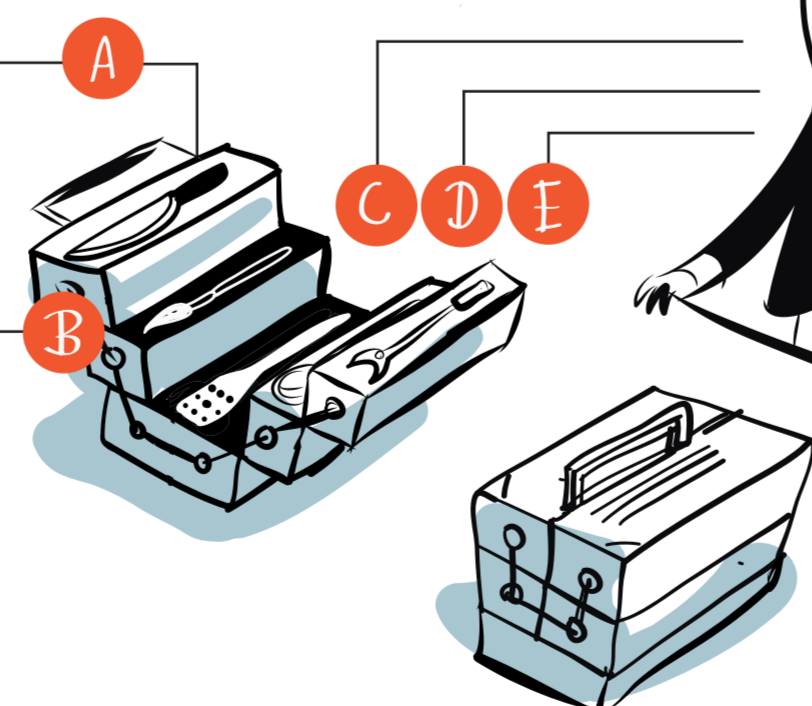
## UNA METODOLOGÍA que conecta el conocimiento para comprender. Aplicable a cualquier industria o sector.

Que nace en los fogones y el laboratorio del equipo del restaurante ElBulli, liderado por Ferran Adrià; la persona que consiguió cambiar el universo gastronómico, la cocina, las recetas y los restaurantes. Nadie ha revolucionado tanto un sector ni ha influido en tantos otros profesionales como él.

## UN PROCESO CREATIVO de 3 partes.

Primero, observamos, experimentamos y conectamos conocimiento para comprender. Después, creamos, generamos ideas nuevas. Por último, las ponemos en práctica, innovamos. Al final, además, auditamos el proceso y nuestro trabajo.

## 5 MÉTODOS



5 métodos para comprender cualquier producto, servicio, empresa o sector. 5 fórmulas que se aplican con flexibilidad y que suelen utilizarse en paralelo.



MÉTODO

## Clasificatorio

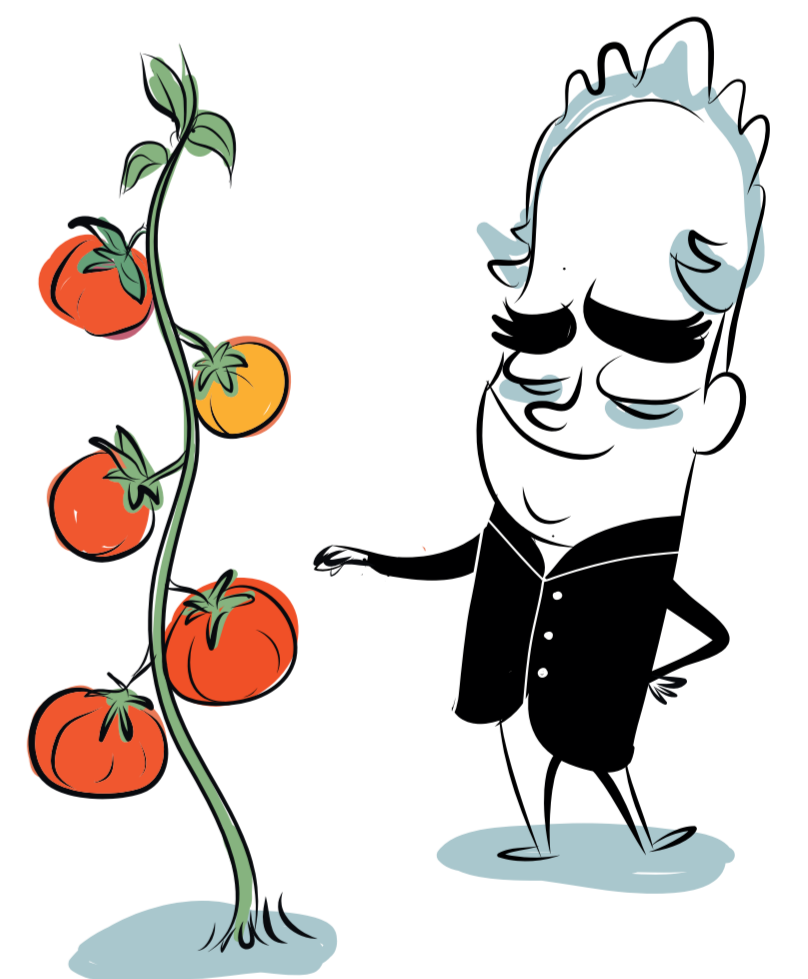
Catalogamos y ordenamos nuestro objeto de estudio en diferentes categorías. Conviene poner en duda las clasificaciones tradicionales y buscar una propia. ¿Cuántas variedades de tomates existen? ¿Cherry, RAF, Kumato? ¿Podemos clasificarlos por texturas, origen, tipo de cultivo? Clasificar ayuda a ordenar y ordenar ayuda a comprender.



MÉTODO

## Comparativo

Comparamos el objeto con el que trabajamos con otros de su categoría, sea un ingrediente o una industria. Después, establecemos paralelismos entre ellos. Vayamos a nuestro ejemplo: ¿Cómo es un tomate respecto a otros frutos? ¿Cómo es su color, su sabor y su textura? Todas las respuestas nos ayudan a mejorar la definición y la clasificación.



MÉTODO

## Histórico

¿Dónde se originó el tomate? Estudiamos el origen y evolución del objeto de estudio. Porque para comprender bien algo es necesario conocer su historia. Y estudiar la historia nos ayuda a definir, clasificar y comparar. Además, nos permite estudiar cómo han cambiado los paradigmas a lo largo del tiempo y nos lleva a entender los principales hitos de un ingrediente, un sector o una empresa.