



CUUSOO

LEGO® CUUSOO

Entrevista con Timothy Courtney

Por HispaBrick Magazine

Fotos cortesía de Timothy Courtney

HBM: ¿Qué es exactamente LEGO® CUUSOO?

TC: LEGO CUUSOO es un sitio web donde los fans de LEGO pueden presentar sus ideas para nuevos productos LEGO, recoger votos a favor y hacer que sus ideas se conviertan en una realidad. También pueden votar por las ideas de otros usuarios. Se puede encontrar en <http://lego.cuusoo.com>. Las ideas que son apoyadas por 10.000 votos tienen la oportunidad de ser seleccionadas para formar parte de la cartera de productos del Grupo LEGO. Los creadores cuyas ideas hayan sido elegidas ganarán el 1% del total de ventas netas del producto.

HBM: ¿Cuál es su objetivo?

TC: LEGO CUUSOO tiene como objetivo conectar grandes ideas de productos LEGO con las personas que quieren

comprarlas y traerlas a la vida. Se trata de una iniciativa de "innovación abierta" del Grupo LEGO. Desde una perspectiva empresarial, estamos buscando crear una línea de productos rentables de sets LEGO por y para fans. Desde una perspectiva comunitaria, esta es una oportunidad para atraer a los fans de LEGO de todo tipo para implicarse en las ideas creadas por sus compañeros constructores.

HBM: ¿Cómo surgió la idea de LEGO CUUSOO?

TC: El grupo LEGO lleva elaborando productos en colaboración con fans desde hace una década. LEGO CUUSOO surgió después de que Paal Smith-Meyer, jefe del Grupo de Nuevos Negocios de LEGO, se reuniera con el fundador del Sistema CUUSOO. La decisión se tomó para poner a prueba el concepto de "crowdsourcing" de CUUSOO en Japón ya que era un mercado limitado, y a continuación, sobre esa base, desplegarlo a una audiencia global.

HBM: ¿Qué significa CUUSOO? ¿De dónde viene el nombre?

TC: La palabra CUUSOO en japonés se traduce libremente al inglés como "deseo" o "desear que algo exista." Por lo tanto, LEGO CUUSOO te permite compartir tus deseos sobre LEGO y atraer a personas que también desean que el Grupo LEGO hiciera una determinada idea de producto.

HBM: ¿Este proyecto tiene una fecha de finalización?

TC: No hay fecha final fijada para LEGO CUUSOO. Estamos aprendiendo a medida que crecemos y buscando la mejor manera de abrirnos a las ideas creadas por fans y llevarlas al mercado.



Kohei Nishiyama, fundador del sistema CUUSOO, examinando el set de Minecraft por primera vez en las oficinas de LEGO en Billund, Dinamarca

De izquierda a derecha: Steen Sig Andersen, Troels Lange Andersen, Daniel Mathiasen, Bjarne Panduro Tveskov.



HBM: ¿Cuántas personas, departamentos, etc están involucrados en este proyecto?

TC: LEGO® CUUSOO es una colaboración entre el Grupo de Nuevos Negocios, el equipo de Participación en la comunidad y Eventos, y nuestra empresa asociada CUUSOO.

HBM: ¿Puede explicar el proceso de un proyecto CUUSOO desde el final de la votación hasta el producto terminado?

TC: Cualquier persona mayor de 18 años puede presentar un proyecto a LEGO CUUSOO. Es mejor si se toma algún tiempo para trabajar en una presentación de calidad con buenas fotografías y una descripción bien escrita. Una vez que presenta su proyecto, se pone en una cola donde nuestros moderadores lo revisan para asegurarse de que su proyecto sigue nuestro Código de conducta y normas internas. Una vez aprobado, el proyecto se publica y otros fans de LEGO pueden apoyarlo. Un proyecto requiere 10.000 simpatizantes para pasar a la revisión de LEGO, un proceso en el que un equipo de empleados de LEGO de diversos departamentos examinan el concepto desde el punto de vista de ajustarse a la marca, ajustarse a la estrategia, modelo de negocio, diseño del modelo y los posibles conflictos con otros productos existentes o productos en nuestra línea, antes de tomar una decisión sobre si procede o no su producción. La revisión se realiza una vez cada tres meses e incluye todos los proyectos que llegan a 10.000 seguidores antes de la fecha límite. Cada set pasa o no la revisión por sus propios méritos. Ya que los espacios para producción son limitados, en la actualidad podemos elegir para producir un proyecto por trimestre, mientras que los otros que pasan se ponen en cola para futuros huecos disponibles.

La revisión se completa con un diseño del modelo final, así una vez un producto es elegido entra en producción y en los mercados. Este proceso lleva alrededor de seis meses, pero podría ser más largo para los sets más grandes y complejos.

HBM: ¿Por qué las normas relativas a lo que puede convertirse en un set cuando llega a los votos suficientes, tuvieron que ser cambiadas? ¿No deberían haber estado claras desde el principio?

TC: Cuando lanzamos LEGO CUUSOO, esencialmente abrimos nuestras puertas de par en par y permitimos a nuestros fans que presentaran cualquier propuesta. Era difícil imaginar la amplia gama de presentaciones de proyectos que íbamos a recibir. Según aprendíamos que los proyectos estaban sugiriendo ideas que no se ajustaban a los valores de marca del Grupo LEGO, tuvimos que hacer ajustes sobre

lo que estaba permitido. Hemos tenido mucho cuidado en construir un marco que explica nuestros criterios de decisión. Sin embargo al final del día, decidir qué proyectos se ajustan a la marca LEGO y que no, es una decisión subjetiva realizada por el Grupo LEGO y por personas que tienen gran cuidado al interpretar nuestras directrices. Esto va tanto para lo que aprobamos en LEGO CUUSOO como para lo que lanzamos como productos de las líneas principales. Antes de LEGO CUUSOO, el proceso de decidir lo que se ajusta y lo que no se ajusta a nuestra marca sucedía a puerta cerrada y lejos del escrutinio del mundo exterior. Es un paso audaz abrimos y presentar nuestro marco y tomar estas decisiones en público. Si bien existe el riesgo de exponer nuestro proceso de decisión, y la gente no siempre puede estar de acuerdo con nosotros, creemos que los beneficios de la apertura y los resultados positivos que están llegando y que están por venir sobre LEGO CUUSOO superan con creces los riesgos.

HBM: ¿Le preocupa que pueda haber un cierto desencanto entre los AFOLS al ver que muchos proyectos que reciben los votos suficientes, no se llevan a cabo?

TC: Desde el comienzo de esta gran aventura, nos hemos dado cuenta de que no vamos a ser capaces de hacer felices a todos. Nos estamos centrando en las oportunidades que tenemos para ofrecer y hacer a los fans felices, como hemos visto con el set LEGO Minecraft Micro World.

HBM: ¿Han considerado vender productos CUUSOO de la misma manera que las líneas regulares? ¿Van a estar disponibles en las tiendas de LEGO o en TRU, etc?

TC: Por el momento, los productos CUUSOO estarán disponibles en LEGO Shop online, en socios minoristas en internet y en tiendas selectas de la marca LEGO al por menor. En estos momentos estamos trabajando en la forma de distribuir y vender estos productos de modo más amplio.



Steen Sig Andersen, diseñador LEGO, posa junto a una de las primeras copias producidas del set LEGO Minecraft Micro World

HBM: En caso de tener estos datos: ¿qué país/región propone más proyectos?

TC: La mitad de nuestra base de usuarios es de los Estados Unidos, seguido por el Reino Unido, Japón, Canadá, Australia, Alemania, Francia, Países Bajos y otros países principalmente europeos.

HBM: ¿Alguno de los participantes en CUUSOO terminó trabajando para LEGO®?

TC: No hemos contratado a nadie como diseñador de LEGO por su trabajo en LEGO CUUSOO, ¡pero eso no quiere decir que no pueda suceder en el futuro!

HBM: ¿Han considerado la posibilidad de llevar a cabo un proyecto que les guste especialmente a pesar de que aún no haya recibido los votos suficientes?

TC: No hemos considerado nada en concreto, porque LEGO CUUSOO se refiere tanto a la presentación de un buen concepto como a conectar con un público apasionado que quiera comprar el producto.

HBM: ¿Hay algún proyecto que te guste especialmente por su temática, construcción, etc?

TC: Me encanta todo lo relacionado con los aviones. Mi avión favorito actualmente en CUUSOO es el DC-3 de Ssorg. Está muy bien reproducido en ladrillos y parece construido en un estilo que podría funcionar como un modelo UCS. Si yo lo viera en una tienda, no sería capaz de resistirme a él. <http://lego.cuusoo.com/ideas/view/17534>

También creo que el proyecto de Piano de Hidaka ha pasado demasiado desapercibido. Es un gran modelo y concepto y realmente podría hacerlo bien. Fue uno de los primeros proyectos en CUUSOO desde el momento en que abrimos la página como beta pública. ¿Quién no quiere un piano a escala minifig? <http://lego.cuusoo.com/ideas/view/167>

HBM: ¿Qué piensas del “crowdfunding” aplicado a hacer proyectos de LEGO?

TC: Creo que el “crowdfunding” abrirá muchas más posibilidades de traer a la vida productos inspirados por fans.

Gracias por vuestro interés en una entrevista y ¡seguid con el buen trabajo!

Timothy Courtney
Sr. Consultant NBG
Community Busines
#



Miembros de los equipos del LEGO Concept Lab y del New Business Group celebran que el proyecto Minecraft superó los 10.000 apoyos en diciembre de 2011.