

La “prueba del algodón” de las ideas y modelos de negocio

En cierta ocasión, durante el transcurso de una ponencia que realizaba dentro de un campus universitario, uno de los estudiantes alzó la mano y seriamente me dijo: “no me creo que usted sea una persona innovadora y, por tanto, que esté legitimado para hablarnos de innovación”. Ante mi sorpresa, le pregunté: “¿Y en qué se basa usted para tan severa afirmación?”. A lo que respondió: “En su forma de vestir: alguien auténticamente innovador, que trabaje en tendencias, comprenda al usuario y esté a la última en disrupción no puede vestir un traje de ejecutivo al uso como el que usted utiliza”.

Este hecho, verídico, inició en mí un proceso de reflexión sobre el efecto contrario y contraproducente que está generando en las actividades de innovación, modelos de negocio y emprendimiento la acción mediática a la que se les está sometiendo, hasta el punto que se ha antepuesto las formas al fondo. Es más importante el “parecer” que el “ser”, y el “hacer” que el “obtener”.

Por eso, me gustaría exponer una serie de reglas nemotécnicas que yo mismo me aplico cuando tengo que analizar ideas o modelos de negocio embrionarios antes de adjudicarles recursos para su desarrollo. Creo que, en los tiempos que vivimos, también pueden conjuntar una “prueba del algodón” frente a las ideas que otros no presentan o pretenden vender.

En esa línea, identifiqué un total de 18 pasos de lo que denomino “la prueba del algodón” de las ideas y los modelos de negocio:

- 1. Aplique el sentido común, siempre y por encima de cualquier metodología e idea brillante.
- 2. Sea práctico y pragmático por encima de protocolario y barroco.
- 3. En el momento de escoger una metodología o herramienta para desarrollar sus ideas, recuerde que la mayoría de ellas son consecuencia y están adaptadas a un contexto completamente distinto al nuestro.



Por Antonio Flores,
CEO de la consultora estratégica
en innovación
Loop Business Innovation

- 4. Si no puede explicar el resultado final de forma rápida a gente corriente, empiece de nuevo.
- 5. Si en el primer análisis económico de su idea los números “no le salen”, no caiga en la tentación de pensar que su idea tiene la fuerza suficiente de cambiar hábitos y hacer conversos.
- 6. Cuando imagine el uso de su idea o modelo de negocio recuerde: la sopa “Campbells” la consumen en Estados Unidos y el gazpacho en España. No todo es universal.
- 7. Sea modesto en el resultado final, y rápido, muy rápido, en el tiempo de ejecución a emplear.
- 8. Si es usted una persona con capacidad de generar ideas y ponerlas en movimiento, recuerde que ésa es precisamente su riqueza. Nunca muera desarrollándolas.
- 9. Nunca menosprecie el conocimiento o la tecnología antigua; son la base de los grandes modelos de negocio.
- 10. Si está desarrollando algo porque fue el sueño de su infancia, recuerde que la misma hace muchos años que pasó.

- 11. No confunda ideas con modelo de negocio. Unas son el inicio del camino, mientras que el otro es el fin buscado.
- 12. Nunca anteponga el valor de las ideas al del dinero: los dos se necesitan.
- 13. Si el modelo final de un negocio es la idea de una sola persona o de un solo conocimiento, vuelva a empezar y mézclelo con más personas y más conocimiento; lo enriquecerá tremendamente.
- 14. Si el modelo final es tan brillante que no hay nada en el mundo que se le parezca, desconfíe, algo no marcha bien.
- 15. Si el modelo final ha encontrado/generado una necesidad nueva, desconfíe; probablemente su ego le está jugando una mala pasada.
- 16. Si es usted un emprendedor interno y su jefe no le entiende ni a usted ni a su idea, reflexione; probablemente no ha definido bien su marco de actuación.
- 17. Si el resultado final va a necesitar para su desarrollo un sacrificio sobrehumano por su parte, pro parte de su familia y de su círculo de amistades, tírelo a la papelera; no merece la pena.
- 18. Si cuando ve a un médico, un fontanero, un arquitecto, un trabajador de línea de montaje, un abogado, etc. piensa que usted es de una clase superior porque tiene ideas, pare inmediatamente y visite un coach profesional para que le resitúe de nuevo.

Finalmente, si piensa que estas reglas no sirven para nada, quizás tenga razón: empiece listando aquellas que para usted son importantes.