

¿Nuevos tiempos, nuevos modelos, nueva estrategia?

Jon Azua, Presidente e-novating lab



Sumidos como estamos en plena crisis, enredados en debates simplificadores entre inversión versus austeridad presupuestaria o inflación versus crecimiento, se recurre en exceso al término nuevo, bien como defensa ante nuestra dificultad para entender lo que observamos o de afrontar el camino adecuado para contribuir con la parte de solución responsable que nos corresponda, bien porque reclamamos alguna acción totalmente distinta a las realizadas hasta el momento.

A sí, hoy hablamos de nuevos tiempos y nuevos modelos que parecerían invitarnos a empezar de cero con una hoja en blanco. La ya de moda «innovación» pasa a convertirse en un factor mágico que, cual caja de Pandora, habría de facilitar la transformación de nuestros males en el logro deseado. Abandonemos, por tanto, el pasado, desaprendamos lo andado y abracemos alternativas distintas.

riesgo y gran incertidumbre (para una gran parte del mundo, sus gobiernos, empresas y ciudadanos, pero no para todos) nos enfrentamos al futuro, debemos empeñarnos no en llegar a él (incierto, sin esperarlo, ni desearlo, ni buscarlo) sino en construirlo (aquel que ha de responder a nuestras legítimas aspiraciones).

Es en este sentido en el que hacer una estrategia inteligente conlleva preguntarnos: ¿Qué y por qué no funciona en nuestro viejo modelo? ¿Cuál es ese modelo? ¿Conozco, en verdad, los elementos y factores críticos que lo componen? ¿He actuado sobre todos ellos? ¿Le hemos dotado de los instrumentos, recursos, tiempo, mimo, etc. adecuados? Y solo entonces, una vez reconocido el «viejo modelo», construir la alternativa o «solución innovadora».

La estrategia, hoy más que nunca, es necesaria (más bien, imprescindible). Como tantas otras disciplinas y artes contiene múltiples piezas con mayor o menor grado de desarrollo, con menor o mayor acierto en su aplicación, con más o menos capacitados a su servicio y práctica, y con mejor o peor acierto en su aplicación a las personas, a las empresas e industrias, a los gobiernos, a los territorios y países. Pero, por encima de todo, su ejercicio adecuado merece la pena. No se trata de comprar una receta mágica, una metodología o un instrumento y «acertar». Es cuestión de un intenso y comprometido proceso para elegir, porque no hacer nada también es optar.

Apasionantes tiempos para hacer estrategia (valiente, decidida, comprometida, creativa, competitiva, innovadora, compartida...) inteligente y alcanzable.