



## OPINIÓN

# Decálogo para que las empresas puedan desarrollar nuevas oportunidades

*Existen algunas prácticas y estrategias para que las empresas puedan seguir avanzando, lanzando productos y servicios competitivos y, a la vez, minimizando el esfuerzo y la inversión necesaria y maximizando el retorno.*

03 Mayo 2010

por Antonio Flores. CEO de la consultora estratégica en innovación Loop Business Innovation y presidente de CN (Competitive Network)



Página 1 de 2 de Decálogo para que las empresas puedan desarrollar nuevas oportunidades



Antonio Flores

Aún en época de crisis, desde mi punto de vista, puede haber todo un camino a tener en cuenta para desarrollar en este entorno nuevas oportunidades para los negocios. Sobre esta base, es preciso considerar en profundidad un total de diez conceptos básicos.

1-Existen pocas necesidades nuevas, pero sí nuevas formas de solucionarlas. Las personas tenemos pocas necesidades nuevas, lo que sí tenemos son nuevas formas de satisfacer las necesidades de siempre mediante la evolución del conocimiento tecnológico, social y económico.

2-La tecnología no es un fin, siendo la innovación la forma de rentabilizarla. Las tecnologías conocidas y amortizadas siguen siendo útiles y estamos llenos de ellas. Pero debemos ser capaces de detectar nuevos usos a tecnologías ya amortizadas mediante la aplicación de estrategias de innovación. De este modo, conseguiremos productos y servicios con un margen de beneficio superior, menor coste de introducción y mayor robustez de funcionamiento.

3-El "usuario" no es el centro; el "no usuario" sí lo es. Los usuarios no son patrimonio de nadie: aquellas respuestas que nos dan a nosotros suelen ser previsible y también son facilitadas a toda nuestra competencia. Por eso, el "no usuario" debe ser nuestro objetivo, aquellos grupos a los que no accedemos, o que simplemente aún no están identificados porque nadie les ha ofrecido una forma distinta de atender sus necesidades.

4-No existen consumidores tipificados, existen momentos de consumo. Estamos lejos actualmente de agrupar a los consumidores por su poder adquisitivo; hoy, las pautas de consumo vienen dadas de la ecuación de valor percibido por el consumidor en el "momento" de consumo. Una buena herramienta para elevar el valor percibido de estos productos consiste en hibridar conceptos.

5-Mejor antes y acompañado que tarde y solo. Una fórmula de aumentar el margen de explotación, de "acelerar" la salida y explotación de los nuevos modelos de negocio en el mercado, es la detección y colaboración con socios "aceleradores". Un socio acelerador es una empresa propietaria de un activo intangible que puede imprimir rapidez y comprensión a una

PUBLICIDAD

Información tecnológica específica para las PYMES de hoy  
<ITPYMES.es>

## NEWSLETTER GRATUITA

Suscríbese ahora a nuestra Newsletter gratuita. Le enviaremos periódicamente información sobre todo el contenido nuevo que aparezca en NUEVAempresa.com.

e-mail:

ENVIAR

## LO MÁS LEÍDO EN NUEVAEMPRESA.COM

[Empresarios intuitivos](#)[10 ideas para negociar su salario eficazmente](#)[Cómo construir una buena reputación en un entorno laboral nuevo](#)[Escapadas temáticas para dar la bienvenida a la primavera](#)[La formación en prevención de riesgos laborales](#)

nueva propuesta en su explotación comercial. Si tenemos un nuevo servicio, pero carecemos del canal adecuado, relacionarnos con el propietario del canal compartiendo el beneficio será mucho más rentable que construirlo.

1 2

[Siguiente >](#)



Otros artículos de Antonio Flores. CEO de la consultora estratégica en innovación Loop Business Innovation y presidente de CN (Competitive Network)

Más artículos de la sección "Opinión"

