

7 pasos para ser un innovador exitoso

Luigi Valdes, experto en negocios e innovación explica y da consejos para ser una Pyme triunfadora; su libro, "El dado de 7 caras", formula cómo deben ser los emprendedores y sus acciones.

Por: [Nikolas Maksymiv](#)

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión.com) — Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) mexicanas pueden volverse exitosas determinando su propuesta de valor, su nicho de mercado, nuevas tendencias de consumo y readaptando su forma de vender. Pero, ¿cuál es la forma adecuada para encontrar esos aspectos?

En México, hay más de tres millones de Pymes que representan a más de un 90% del sector privado, según datos de la **Secretaría de Economía (SE)**.

Es por ello que para [definir estrategias y propuestas de negocio e innovación de las compañías](#), el experto **Luigi Valdes** explica en entrevista para [CNNExpansión.com](#) que "la mayoría de la gente que tiene dinero (para crear un negocio) suele copiar y hacer lo que todos ya hacen o comprar una franquicia que porque es más seguro. Eso no te va dar mayor mercado, la clave está en las propuestas de valor del servicio o producto".

El también asesor y conferencista asegura que un producto o servicio sin una buena propuesta de valor puede desaparecer; el estudio de los clientes, el estilo de vida y las tendencias mezcladas con satisfactores adecuados, son algo fundamental para el éxito.

"La innovación se puede ver en tres campos, todos piensan que innovación es el nuevo producto, eso es sólo la parte básica o innovación al producto, luego viene la innovación al concepto, vender u ofrecer un servicio que ya existe de un modo distinto; lo interesante es la propuesta de valor, descubrir qué haces y qué ofreces que los demás no dan.", puntualizó Valdes.

El estratega de los negocios ha escrito varios libros donde define las variantes, los aciertos y dificultades de los emprendedores, en su más reciente publicación '[El dado de 7 caras' se exponen siete posturas fundamentales para encontrar y establecer las oportunidades en los negocios](#), se resumen en lo siguiente:

- **Pensar fuera de la caja** -Liberarse de los modelos mentales que marcan las acciones empresariales definidas, uno tiene que ser creativo y no aferrarse a las normas, si algo es distinto puede ser útil y mejor .
- **Descubre los deseos percibidos y no percibidos de los clientes**- El comprador siempre tiene la última palabra, por lo que se deben establecer los deseos concientes y tangibles; los no tangibles, aquellos que no son concientes en los usuarios y predecir los que vendrán en un futuro.
- **Innovar como la tecnología de irrupción**- Crear opciones de servicios y productos que representen algo superior a los antecesores de manera cualitativa y cuantitativa.
- **Define y expande las competencias de la empresa**- Los directores de toda compañía deben saber qué es lo que se hace mejor que otros y representa una ventaja ante los demás.
- **Detecta clientes no atendidos y crea nuevos nichos de mercado**- Percibe cuales son las mejoras que necesita el producto o servicio que provees y así ganarás más adeptos al mismo.
- **Propuestas de valor y estrategias focalizadas**- Aquí basta con responder a varias interrogantes de la empresa, quiénes son, cómo son, para qué existen y qué serán.
- **Las nuevas oportunidades del negocio**- La planeación y los cambios no siempre se dan, muchos se buscan, advierte el autor.

La clave para saber si uno es innovador es preguntarse "cuánto del tiempo que invertí (en el trabajo) fue operativo y cuánto fue estratégico. Un directivo debería tener de un 20% a 15% de tiempo operativo y lo demás estratégico. La realidad es que en un 90% (de ese tiempo y de esas personas) somos operativos.", dijo Valdes.