

Crecimiento, enfoque de innovación y creatividad

Septiembre 1, 2026

Cómo innovar y crear para crecer sin descuidar la rentabilidad.

Es muy común en la práctica, encontrar emprendedores y empresas que durante las etapas de diseño, implementación y operación del modelo de negocio invierten al máximo su potencial y recursos en los temas de innovación y creatividad.

Cuando el modelo de negocio está listo y el producto o servicio sale al mercado, el proceso de innovar y crear valor da paso al enfoque meramente de productividad.



Pero este enfoque en rentabilidad tiene un límite, en algún momento alcanzará su techo donde por más inversión que se destine, el incremento de la rentabilidad será marginal. Es una ley de la economía.

Si tu modelo de negocio ya alcanzó este límite, es el momento de cambiar el enfoque, regresar al origen y volver al enfoque de innovación y creatividad para entregar más valor al cliente y generar más valor para la empresa.

Y la pregunta que tienes que hacerte es ¿cómo puedo agregar valor a lo que ya producimos que no sea solo basado en precios de venta y costos de producción?

Para contestar esa pregunta, hay que tomar en cuenta los activos más valiosos para los clientes y para las empresas.

¿Y cuáles son los activos más valiosos para el cliente y para la empresa?

Según lo describe Dan Lok, empresario y asesor de negocios canadiense de origen chino los activos más valiosos para clientes y empresa son:

• **Tiempo**

El activo más valioso.

El tiempo no se puede producir o recuperar, todo lo demás, sí.

• **Dinero**

Lo realmente valioso que compra es tiempo, libertad y conocimientos.

• **Libertad**

Para decidir quién ser y dónde ir.

• **Conocimientos**

Cuando vendes lo que sabes, no lo que haces.

Cuando sabes el valor que tiene para ti lo que compras.

Y lo hermoso de innovar y crear con este enfoque en el valor es que no tiene límites como el caso de la rentabilidad, siempre podrás encontrar un problema que resolver o una necesidad que cubrir con tu producto o servicio que le entregue más valor a tu cliente y le aporte más valor a tu empresa en uno o más de los activos más valiosos.

Y de paso, dejar de ir detrás de la competencia o verse limitado por ella.

La pregunta clave para disparar el proceso de innovación y creatividad con enfoque en el valor es:

¿Dónde hay incomodidad, necesidad, reto o problema para generar valor?

Como ejemplo, considera los siguientes planteamientos que se le presentan a tu cliente a la hora de comprar tu producto o servicio y lo mismo para que tu empresa se cuestione la generación de valor:

- Hay tiempo, pero no dinero para....
- Hay dinero, pero no libertad para...
- Hay libertad, pero no conocimientos para...
- Hay dinero, pero no tiempo para...

Notarás la cantidad de oportunidades de crecimiento para tu negocio que se plantearán para nuevos proyectos.

Conclusiones.

- No todo crecimiento se resuelve apostando por la rentabilidad.
- Las mejores oportunidades de negocio se generan aplicando el enfoque de innovación y creatividad basadas en la entrega y generación de valor.

Eugenio Ponce Leon
Administración de proyectos de negocio