

## Ideas diferenciadoras buenas y malas

Raúl Peralba y Ralph Whitestone, en su libro *El principio Kics* (Empresa Activa), nos ofrecen estas sugerencias a la hora de buscar ideas que nos diferencien de nuestra competencia:

**El precio no suele ser una buena idea.** El precio solamente diferencia si el cliente entiende la razón y la competencia tiene dificultades para imitarlo.

**La calidad y la orientación al cliente ya no diferencian.** En la actualidad todo el mundo espera que la calidad y la atención al cliente estén incorporadas.

**Ser el primero sí es una buena idea.** Los humanos tendemos a recordar especialmente nuestras primeras experiencias. Por eso, los

productos realmente innovadores han terminado siendo los genéricos de su categoría y, salvo errores propios, nadie los desplaza.

**La creatividad es peligrosa.** Hoy la comunicación tiende a ser tan creativa y entretenida que al final no queda mensaje.

**Crear una categoría es una buena idea.** Cuando no se ha sido el primero, es difícil convencer de qué se es mejor. Lo inteligente es crear una novedad (como hizo Bic al lanzar sus productos desechables).

**Ser un especialista es una buena idea.** Concentrarse en un segmento de mercado, en un atributo o en un beneficio para el cliente ofrece ventajas.



### LEGISLACIÓN

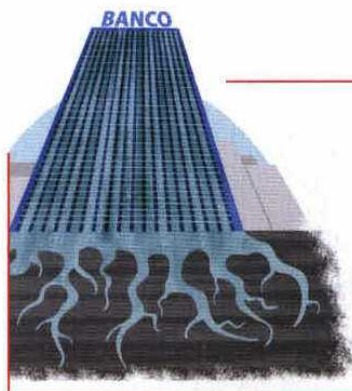
## La SLNE no cala en el emprendedor

De rotundo fracaso podría considerarse la fórmula de Sociedad Limitada Nueva Empresa, tras seis años de vida. Sólo el 0,35% de las sociedades creadas en 2011 adoptaron esta figura. Otro palo de ciego.

# 342

empresas eligieron en 2011 esta fórmula societaria para constituirse

FUENTE: REGISTRO MERCANTIL



### TÉRMINO FINANCIERO

## To big to fall

La obligada concentración de entidades financieras que se está produciendo en España tiene su contrapartida. Una de ellas es que se están creando bancos, como se denominan en el argot financiero *To bit to fall*, es decir, demasiado grandes para caer. Algo que, a la larga, puede hacer que sea peor el remedio que la enfermedad.

### INNOVACIÓN

## Siempre hay otra manera de venderlo

¿Un proyecto de interiorismo puede ser un regalo? Pues sí. El estudio de Marcos Mela realiza proyectos, con unas tarifas fijas y asequibles, para regalar a familiares, amigos... O para uno mismo. Sólo hay que enviar el

plano y unas fotos del lugar y en 10 días lo confeccionan. Es otra forma de comercializar los servicios de un estudio de interiorismo, que puede suponer a posteriori el encargo de la reforma proyectada.

El precio está en función de los m<sup>2</sup> de la vivienda.



ILUSTRACIÓN: INFOGRAFÍA HEARST. FOTOS: SHUTTERSTOCK.