



CUADRO 5

**Esqueña básico de la innovación**

<b>ANALIZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA</b>	Dónde se encuentra y hacia dónde quiero dirigirla
<b>ESTABLECER OBJETIVOS</b>	Cuantificables, realistas, claros y valiosos
<b>MOTIVAR</b>	Involucrar a todos los RRHH de la empresa
<b>VIGILAR EL ENTORNO</b>	Tendencias, competencia, Nuevas Tecnologías
<b>ESTIMULAR LA CREATIVIDAD</b>	Analizar y seleccionar ideas
<b>ANALIZAR FACTORES</b>	Internos y externos, relacionados con el objetivo a conseguir
<b>PONER EN MARCHA LAS INICIATIVAS</b>	Organizar el trabajo
<b>EVALUAR Y REALIZAR SEGUIMIENTO</b>	Establecer indicadores
<b>COMUNICAR</b>	Interna y externamente

– **La ubicación:** relación con el factor tiempo (incluso por encima del precio).

La experiencia nos dice que a mayor complejidad del modelo, mayor satisfacción del cliente. Existe el convencimiento general en el sector de que es preciso

apostar o bien por precios bajos o por diferenciación, sin llegar a entender que muchos detalles apreciados por el cliente no siempre suponen un incremento de los costes. Hay que ofrecer algo “extra” pero que realmente sea relevante para el cliente. No todos los clientes va-

loran de igual manera las mismas cosas, cada perfil tiene su escala de valores a la hora de comprar, aspectos que debemos conocer muy bien, no sólo “intuir”, si realmente aspiramos a fidelizar a nuestros clientes.

Precisamente la diversidad nos da la

Con la **mejor agua**  
se obtienen los  
**plátanos**  
más **exquisitos**



*Los plátanos de La Palma*

**EL SABOR DE CANARIAS**