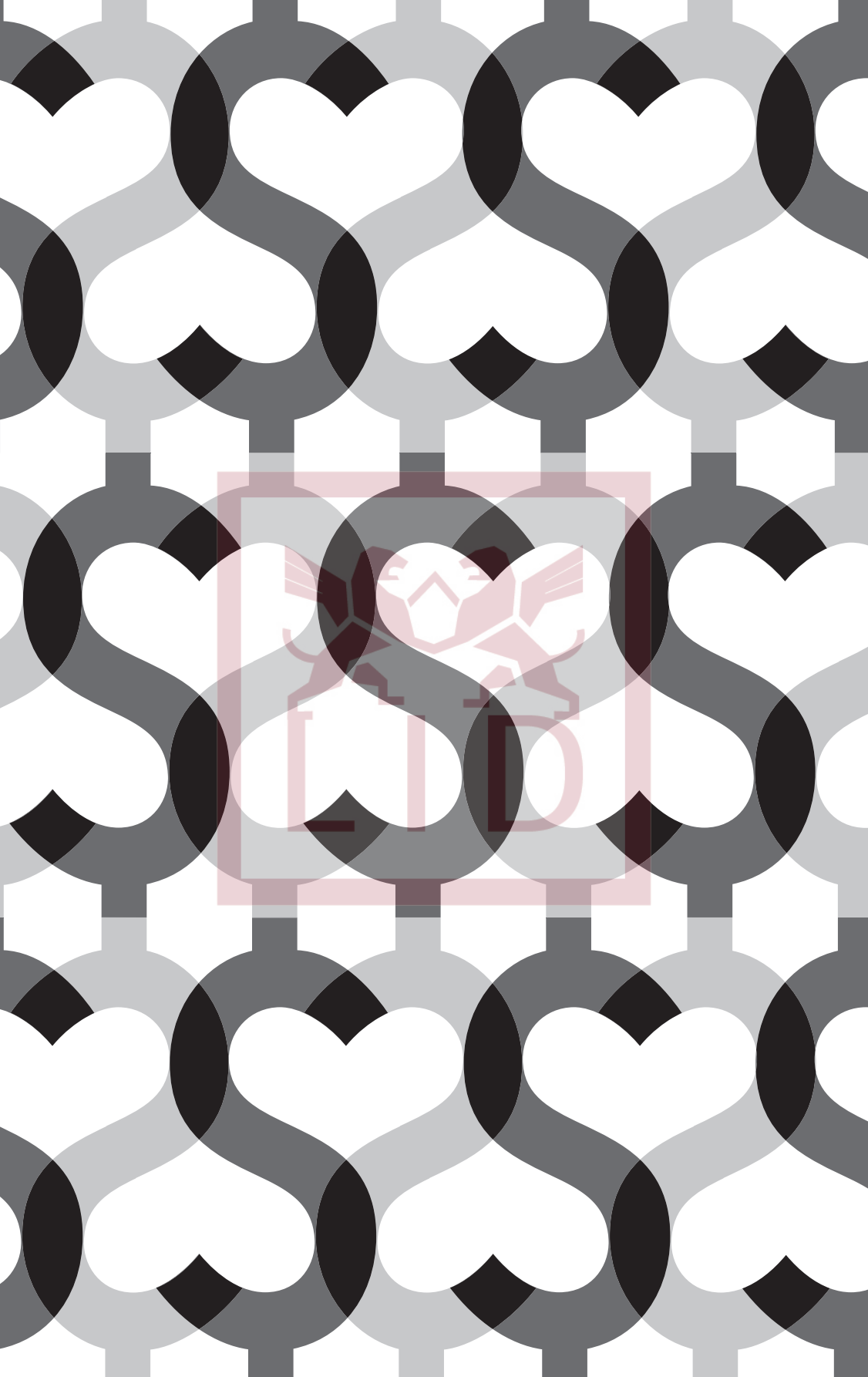


DESCUBRE UN ESTADO DE NECESIDAD

Una técnica poderosa para encontrar espacio en blanco es lo que Clayton Christensen y Michael Raynor recomiendan en su libro *La solución de los innovadores*: busca alguna tarea que la gente ya esté intentando realizar y ayúdales a conseguirlo. La innovación basada en tareas, al contrario de la basada en productos, te ahorra tener que probar un producto aún no comercializado.

Un ejemplo satisfactorio de innovación basada en tareas son las gafas de leer que venden en las farmacias por 10 dólares. La categoría de gafa de leer era un puro espacio en blanco hasta que alguien se fijó en una tarea que no estaba siendo satisfecha, cada vez que alguien prescindía de un par extra de gafas por no gastarse cientos de dólares en unas gafas graduadas. ¿Las gafas de leer son tan buenas como las graduadas? No, pero no importa porque cuestan un 5% de su precio y funcionan bastante bien, tanto que la gente compra un par para cada habitación de la casa y la categoría se ha convertido en una industria de 500 millones de dólares.

A. G. Lafley, consejero delegado de Procter & Gamble, ha insuflado energía a su empresa enfocando con un microscopio los estados de necesidad de sus clientes. Mediante estudios de costumbres en los que los investigadores conviven con los





¿QUÉ HAS VISTO PRIMERO,
EL SÍMBOLO DEL DÓLAR O
EL CORAZÓN?