



Selecció de projectes d' R+D+i adequats

Anàlisi quantitatives i qualitatives

En l'entorn canviant i competitiu actual, les empreses per sobreviure han de ser capaços d'oferir als seus clients productes i serveis nous amb valors que els diferenciïn dels seus competidors.

Aquest fet no és cap novetat, qualsevol empresa que vulgui perdurar en el temps ha d'oferir coses atractives als seus potencials clients. La novetat dels últims anys rau que l'empresa l'han de realitzar de forma *constant i més ràpida* que els seus competidors

Perquè el cicle de vida de productes, serveis, empreses, s'ha escurçat en tots els sectors, les empreses han d'estructurar sistemàtiques que els permetin generar i convertir idees en realitats de la forma més àgil possible.

Una realitat que sorgeix freqüentment en les empreses és que, tot i disposar d'idees realment innovadores, no se sap identificar quines són les més adequades per a l'empresa, quines, amb el menor esforç, ens poden donar el màxim benefici. Habitualment les decisions d'execució d'idees innovadores es basen en la intuïció.

Atès que les empreses i organitzacions d'avui en dia han d'aconseguir generar innovacions de la forma més ràpida possible, hauran de disposar de mètodes sistemàtics que els permetin seleccionar, de tots els possibles projectes d'innovació en cartera, aquells que possibilitin utilitzar de forma més eficient els recursos de l'organització i obtenir el màxim resultat per a l'empresa.

PROPOSTA D' INNOVACIÓ



SELECCIÓ DE PROJECTES D' INNOVACIÓ

L'etapa que segueix la generació d'idees és la selecció dels projectes que conformaran la pròxima onada d'innovació a oferir als clients. Aquesta etapa és clau en l'èxit de la innovació, perquè triar el projecte equivocat no només significa una perduda de temps i de recursos, també una perduda oportunitat de posicionar-nos millor davant els nostres clients, en definitiva, perduda de competitivitat.

Per tant, per a l'èxit del nostre procés d'innovació, l'empresa haurà de seleccionar adequadament els projectes d'innovació a executar, per a això haurà de realitzar dos tipus d'anàlisi:

Anàlisi qualitativa: no és infreqüent trobar-se empreses que després d' invertir molt de temps i recursos en un projecte l'aturen perquè s'adonen que no encaixa amb la política de l'empresa.

Per tant, el primer pas en la selecció de projectes és analitzar qualitativament els projectes d' innovació i preguntar-nos si encaixen en la missió i valors que l' empresa vol oferir.

Anàlisi quantitativa: En aquesta reflexió les empreses han d'estudiar detalladament (alhora que estimativament), els beneficis que la innovació pot reportar a l'empresa. Per a això, haurà d' elaborar *un compte de resultats estimatiu* que reflecteixi l'augment d' ingressos que la innovació pot reportar.

Aquest compte de resultats, si es realitza per a tots els projectes d'innovació plantejats, ens permetrà identificar i comparar quins reportaran majors beneficis, i a partir d'aquí, tenir criteris per decidir.

La dificultat de l'anàlisi està en la identificació d'informacions i dades d'alguna cosa que és nova i que no existeix, però és millor decidir sobre l'estimació d'alguna cosa (amb totes les seves imperfeccions) que deixar que les decisions es basin únicament en la intuïció.