



Selección de proyectos de I+D+i adecuados

Análisis cuantitativos y cualitativos

En el entorno cambiante y competitivo actual, las empresas para sobrevivir han de ser capaces de ofrecer a sus clientes productos y servicios nuevos con valores que los diferencien de sus competidores.

Este hecho no es ninguna novedad, cualquier empresa que quiera perdurar en el tiempo ha de ofrecer cosas atractivas a sus potenciales clientes. La novedad de los últimos años radica que la empresa lo han de realizar de forma *constante* y *más rápida* que sus competidores

Porque el ciclo de vida de productos, servicios, empresas, se ha acortado en todos los sectores, las empresas han de estructurar sistemáticas que les permitan generar y convertir ideas en realidades de la forma más ágil posible.

Una realidad que surge frecuentemente en las empresas es que, a pesar de disponer de ideas realmente innovadoras, no se sabe identificar cuales son las más adecuadas para la empresa, cuales, con el menor esfuerzo, nos pueden dar el máximo beneficio. Habitualmente las decisiones de ejecución de ideas innovadoras se basan en la intuición.

Dado que las empresas y organizaciones de hoy en día han de conseguir generar innovaciones de la forma más rápida posible, deberán disponer de métodos sistemáticos que les permitan seleccionar, de todos los posibles proyectos de innovación en cartera, aquellos que posibiliten utilizar de forma más eficiente los recursos de la organización y obtener el máximo resultado para la empresa.

PROPUESTA DE INNOVACIÓN

SELECCIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN..



La etapa que sigue a la generación de ideas es la selección de los proyectos que conformarán la próxima ola de innovación a ofrecer a los clientes. Esta etapa es clave en el éxito de la innovación, porque elegir el proyecto equivocado no solo significa una pérdida de tiempo y de recursos, también una pérdida oportunidad de posicionarnos mejor frente a nuestros clientes, en definitiva, pérdida de competitividad.

Por tanto, para el éxito de nuestro proceso de innovación, la empresa deberá seleccionar adecuadamente los proyectos de innovación a ejecutar, para ello deberá de realizar dos tipos de análisis:

Análisis cualitativo: no es infrecuente encontrarse empresas que después de invertir mucho tiempo y recursos en un proyecto lo *paran* porque se dan cuenta que no encaja con la política de la empresa.

Por tanto, el primer paso en la selección de proyectos es analizar cualitativamente los proyectos de innovación y preguntarnos si encajan en la misión y valores que la empresa quiere ofrecer.

Análisis cuantitativo: En esta reflexión las empresas han de estudiar detalladamente (a la vez que estimativamente), los beneficios que la innovación puede reportar a la empresa. Para ello, deberá elaborar una *cuenta de resultados estimativa* que refleje el aumento de ingresos que la innovación puede reportar. Esta cuenta de resultados, si se realiza para todos los proyectos de innovación planteados, nos permitirá identificar y comparar cuales reportarán mayores beneficios, y a partir de ahí, tener criterios para decidir.

La dificultad del análisis está en la identificación de informaciones y datos de algo que es nuevo y que no existe, pero es mejor decidir sobre la estimación de algo (con todas sus imperfecciones) que dejar que las decisiones se basen únicamente en la intuición.