

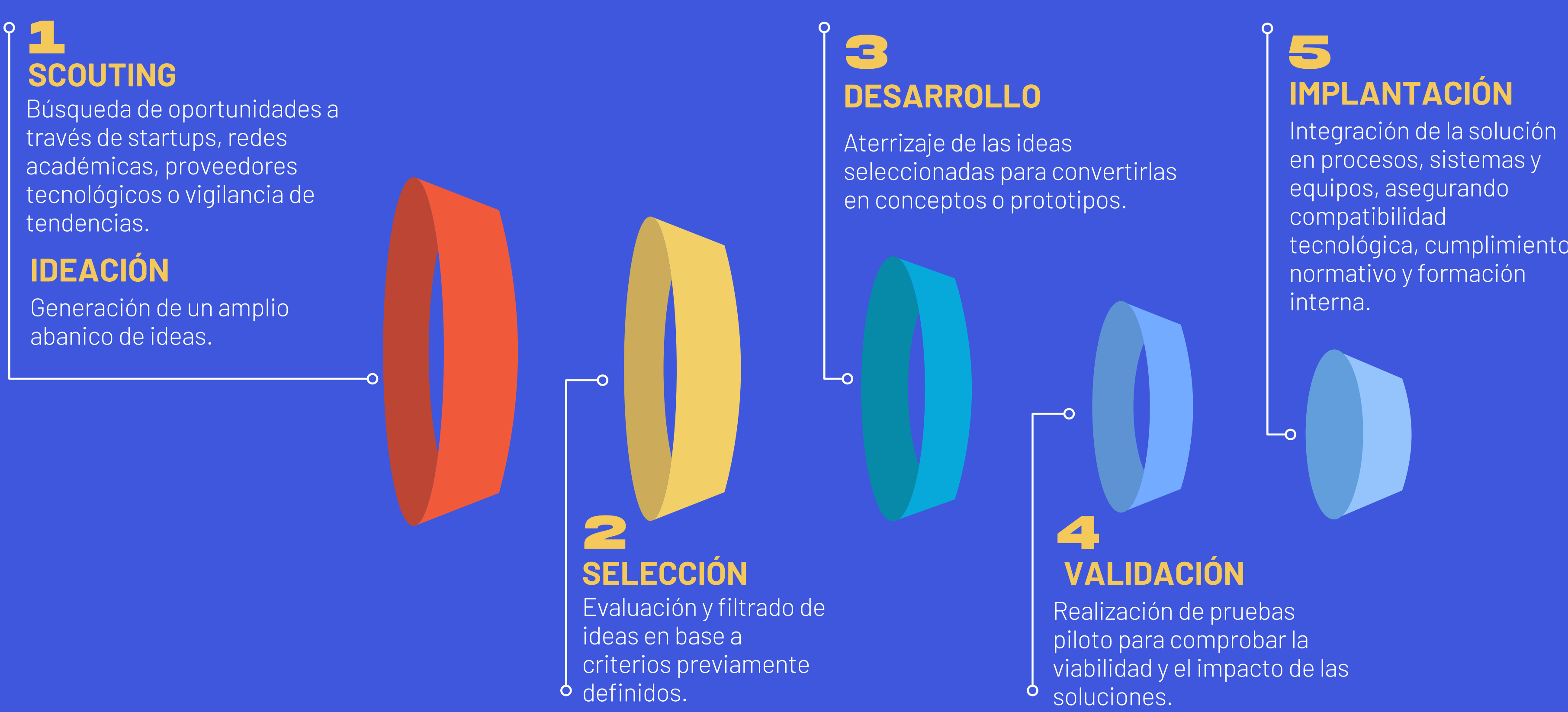
CÓMO GESTIONAR UN FUNNEL DE INNOVACIÓN:

DE IDEACIÓN A IMPLANTACIÓN



¿QUÉ ES UN FUNNEL DE INNOVACIÓN?

El funnel de innovación es un embudo que permite filtrar ideas de manera progresiva, ayudando a priorizar esfuerzos y a mantener alineación estratégica con los objetivos de negocio.



ALGUNAS TÉCNICAS DE SCOUTING E IDEACIÓN



SCOUTING

Explorar el ecosistema externo para identificar tecnologías emergentes, startups, tendencias de mercado o soluciones existentes que puedan responder a los retos planteados.



RADAR TECNOLÓGICO



OBSERVATORIO DE TENDENCIAS



SCOUTING ACADÉMICO Y DE INVESTIGACIÓN



BENCHMARKING COMPETITIVO



NETWORKING Y EVENTOS



PLATAFORMAS DE INNOVACIÓN ABIERTA



IDEACIÓN

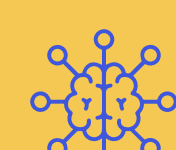
Compartir el reto de innovación con el ecosistema interno o externo para identificar ideas a través de diferentes canales o de sesiones estructuradas de creatividad.



BRAINSTORMING



BRAINWRITING



MAPAS MENTALES



SCAMPER



ROLEPLAYING



SEIS SOMBREROS

SELECCIÓN DE IDEAS

Tras la ideación, se seleccionan las ideas a desarrollar basándose en criterios predefinidos claros como la viabilidad técnica, la alineación estratégica, el impacto potencial, o el coste estimado. La selección puede ocurrir en diferentes etapas.

ALGUNAS TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE IDEAS

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN
Ordenar ideas según dos variables, normalmente impacto estimado y esfuerzo.

PANELES MULTIDISCIPLINARES
Involucrar diferentes áreas para reducir sesgos y asegurar la relevancia para toda la organización.

MODELOS DE SCORING
Asignar puntuaciones a criterios con diferente ponderación como viabilidad técnica, coste, alineación estratégica, deseabilidad y/o impacto esperado.

MÉTODO DELPHI
Realizar diferentes rondas sucesivas de evaluación para llegar a consenso con expertos internos o incluso externos.

Estas técnicas suelen combinarse entre sí para obtener resultados más precisos.



DESARROLLO DE CONCEPTOS Y VALIDACIÓN

Desarrollo y validación van de la mano, ya que, en función de lo que se quiere validar en cada momento, ha de llevarse a cabo un tipo de desarrollo u otro.

	PRUEBA DE CONCEPTO (POC)	PROTOTIPO	PRODUCTO MÍNIMO VIABLE (MVP)
¿CUÁNDO APLICARLO?	"Si la idea no tiene antecedentes en la compañía o el mercado y no se conoce su viabilidad técnica o legal"	"Si sabemos que la idea funciona y buscamos una representación tangible de la apariencia de la solución"	"Si quiero una versión básica funcional para testear su demanda en el mercado y comprobar su modelo de negocio"
OBJETIVO	Probar la viabilidad de una solución y explorar tecnologías emergentes	Comprobar la usabilidad	Validar su acogida en el mercado / entorno de uso
FUNCIONALIDADES	Funcionalidad principal	Interacción (no funcional)	Funcionalidades principales
VALIDACIÓN POR	Equipo interno	Equipo interno de desarrollo, muestra reducida de público objetivo ("laboratorio"), inversores	Mercado o usuarios finales
PRUEBAS	Test con usuarios reales. Análisis de barreras, riesgos y viabilidad	Test de usuario con diferentes pruebas de usabilidad para un rediseño iterativo	Seguimiento de métricas. Experimentos o pilotos controlados. Tests A/B. Revisión iterativa

IMPLANTACIÓN DE LA SOLUCIÓN

Finalmente, en la implantación se realiza el escalado e integración de la solución validada en la organización, asegurando su adopción y sostenibilidad.

En la implantación suelen incluirse las siguientes actividades:

INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA Y DE PROCESOS
Conexión de la solución con los sistemas existentes y realización pruebas de compatibilidad. Integración en los diferentes procesos burocráticos de la empresa.

MONITORIZACIÓN
Seguimiento de KPIs para la toma de decisiones, mejora continua y ajustes.



¿QUÉ OCURRE CON LAS IDEAS DESCARTADAS?

A lo largo del funnel, la selección de ideas en diferentes etapas y las diferentes pruebas de validación hacen que muchas ideas se descarten. Tan importante como hacer crecer las ideas es saber cuándo abandonarlas. Si este fuera el caso, es importante mantener un histórico para monitorizar el mercado. Esto nos puede permitir detectar oportunidades en startups o agentes que en otro momento se descartaron.

Aunque se desarrolla la implantación existen otras vías en las que puede acabar el funnel, como la inversión financiera u otro tipo de alianzas.