

# Herramientas para filtrar y priorizar ideas

y mejorar tus procesos de innovación

 **Interreg**  
Atlantic Area  
European Regional Development Fund



 **A H F E S**



# Contenidos

1

## Consideraciones sobre tu estrategia de innovación

- Alinear tu estrategia de innovación con las ideas de tu proyecto
- Diseminar la estrategia de innovación
- Mejorar la elección de las ideas y los proyectos de innovación

2

## Técnicas para filtrar y priorizar tus ideas

- El método de las "ideas brillantes"
- Cuadrículas de criterios y método de la matriz de evaluación
- Mejores prácticas y buenas herramientas para validar las ideas de innovación con los cliente

"La creatividad es el arte de producir soluciones originales y eficientes para un problema previamente bien planteado".





# 1. Consideraciones sobre tu estrategia de innovación

---

Una introducción sobre cómo filtrar y priorizar conceptos a lo largo de tu proyecto, en concordancia con la estrategia de innovación de tu empresa.

## Alinear tu estrategia de innovación con tus ideas para el desarrollo de productos

La innovación se está convirtiendo en un aspecto cada vez más relevante en la estrategia general de negocio de muchas empresas. De hecho, el sector agroalimentario es especialmente consciente de que la innovación bien ejecutada aporta ventajas competitivas.

Sin embargo, a menudo existe una **disonancia entre reconocer el creciente peso de la innovación en la estrategia de las empresas y su habilidad para determinar con claridad los pasos a seguir en las distintas áreas.**

Esta capacidad es fundamental para reenfocar tu investigación y centrar tus esfuerzos en áreas de prioridad estratégica. Por eso **es crucial identificar las áreas clave de la estrategia de innovación para tu empresa.** Se trata de una información que te ayudará a cerciorarte de que las ideas de innovación que generes estén bien alineadas con la estrategia general de tu empresa.



# Compartir tu estrategia de innovación



El momento en que tu estrategia de innovación está clara, **es esencial comunicar a tu equipo cuáles son las áreas que has definido en la estrategia de innovación.**

De hecho, el equipo es **más eficiente y concentra mejor sus esfuerzos cuando comprende correctamente cuáles son las prioridades.** Una lista de menos de 5 áreas definidas suele funcionar bien.

Así mejorarás el proceso de gestión del conocimiento\* en el seno de la empresa, lo que significa que tu equipo no malgastará tiempo ni energía en investigar problemas que no están en el punto de mira.

*\*Gestión del conocimiento: proceso de creación, enriquecimiento, capitalización y validación del conocimiento y del know-how en el que participan todos los miembros de la organización*

# Mejorar la selección de ideas y proyectos de innovación

"Tu empresa no necesita un aluvión de ideas nuevas, sino disciplina."



Una vez que (1) tu estrategia de innovación está clara, (2) tus áreas de innovación están bien definidas y (3) estas son bien conocidas por todo el equipo, **todas las ideas que surjan serán de mejor calidad y más relevantes que antes.**

Es altamente probable que durante el proceso de recopilación y generación de ideas obtengas más ideas de las que lograrías llevar a buen puerto. Es por eso que necesitarás técnicas útiles para aprender a **seleccionar aquellas que conducirán al desarrollo del mejor producto o de otros proyectos.**



## 2. Técnicas para filtrar y priorizar tus ideas

---

Revisión de varios métodos que pueden ser útiles a la hora de filtrar ideas a nivel interno, como el método de las ideas brillantes, las cuadrículas de criterios y el método de la matriz. Métodos para validar las ideas de innovación con los clientes.

# El método de las ideas brillantes: Una selección basada en la intuición y la experiencia (1/4)

Tras la generación de ideas creativas, un primer método de filtrado consiste en **organizar las ideas recopiladas en grupos que compartan un tema común.**

Este proceso te ayudará a entender lo siguiente:

- ❖ ¿Hay ideas duplicadas?
- ❖ ¿Qué temas destacan más?
- ❖ ¿Hay temas que se solapan?



# El método de las ideas brillantes: Una selección basada en la intuición y la experiencia (2/4)

Es recomendable definir de antemano el número de ideas que se aspira a recopilar, que dependerá de la capacidad de gestión de tu empresa.

Una vez definidos los grupos temáticos, los participantes tienen que **votar sus ideas favoritas**. ¡Hay que pedirles a todos que elijan aquellas que más les motiven para trabajar! **Se llamarán "ideas brillantes"**.

Las ideas que reciban **el mayor número de votos pasarán a formar parte de la cartera de proyectos de la empresa**.



El 84 % de las empresas agroalimentarias recurren a la intuición para priorizar sus ideas de innovación\*.

\* datos del barómetro francés de innovación agroalimentaria 2017-2018 Valorial/KPMG

# El método de las ideas brillantes: Una selección basada en la intuición y la experiencia (3/4)

**Los votantes o colegas más motivados** deberían trabajar juntos para perfilar y dar forma al futuro proyecto.

**Hay que definir en detalle cada una de las "ideas brillantes" en un formulario para registrar sus aspectos más importantes:** título del proyecto, descripción del producto/servicio, objetivo, carácter innovador, pasos previos al desarrollo, socios necesarios, beneficios esperados

FORMULARIO DEL PROYECTO	
Título/Acrónimo del proyecto:	
Descripción del producto/servicio:	Objetivo:
Carácter innovador/promesa:	Bloqueos, paso clave:
Competencias/socios necesarios:	
Beneficios esperados (eco, sociales, medioambientales)	

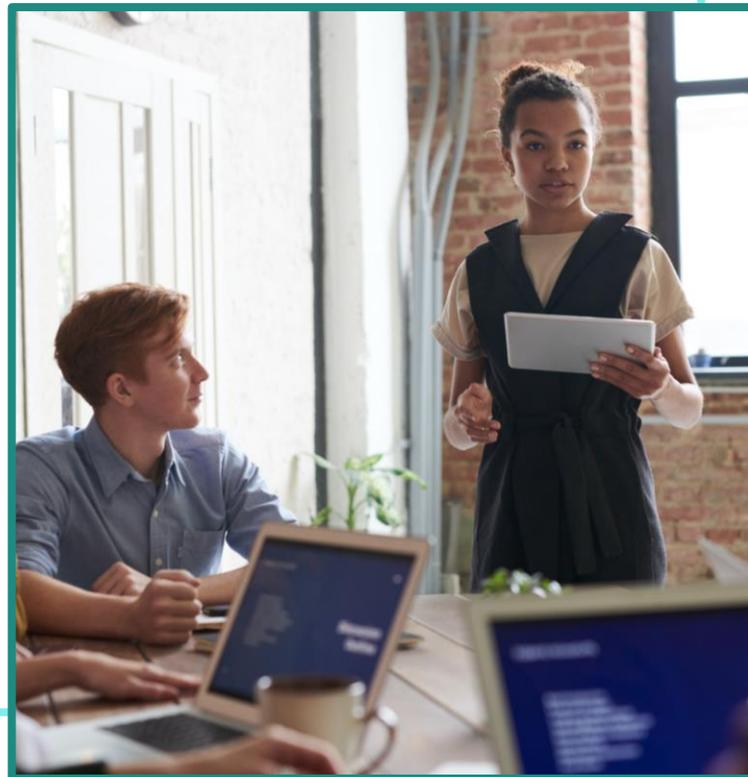
# El método de las ideas brillantes: Una selección basada en la intuición y la experiencia (4/4)

¿Por dónde empezar?

El primer paso para empezar a trabajar en el nuevo proyecto es **elaborar un plan de acción: identifica 3 acciones que puedas iniciar inmediatamente para avanzar a corto plazo con el proyecto**

*Ejemplos:* una primera acción podría consistir en investigar el nuevo proyecto para comprobar si realmente ES innovador. Otra acción temprana podría ser una encuesta para verificar la aceptación de esta nueva idea entre los consumidores.

¡Esta fase resulta muy útil para **reafirmaros en el hecho de que la idea que habéis seleccionado es una muy buena!**



# Cuadrículas de criterios y método de la matriz: Un método racional y de eficacia demostrada (1/4)

Tras la generación de ideas, al igual que en el método anterior, una primera tarea consiste en **organizar las ideas generadas en grupos temáticos**.

Este proceso te ayudará a entender :

- ❖ ¿Hay ideas duplicadas?
- ❖ ¿Qué temas destacan más?
- ❖ ¿Hay temas que se solapen?



## Lista de comprobación para ayudarte a filtrar tus ideas

Puede ser muy útil plantearte preguntas como las siguientes a medida que discutes tus ideas:

- ¿Puedes describir de manera clara y concisa tu idea o concepto por escrito?
- ¿Qué nombre le pondrás a tu idea o proyecto?
- ¿A quién podría servir?
- ¿Por qué lo comprarían?
- ¿Ofrecen otras empresas o marcas productos similares?
- ¿Por qué el tuyo es mejor?
- ¿Cuántas ideas puedes sacar realmente adelante?
- ¿Cómo venderías la idea?
- ¿Cómo fabricarías el producto a determinada escala para lanzarlo al mercado?
- ¿Sería un producto caro o barato?
- ¿Qué tendrías que hacer para sacar el producto al mercado?
- ¿Cuál es el potencial de ventas y beneficios?

# Cuadrículas de criterios y método de la matriz: Un método racional y de eficacia demostrada (2/4)

**Puntúa los conceptos** en base a una cuadrícula de múltiples **criterios distribuidos en 2 familias:**

- ❖ Criterios que reflejan el **atractivo** del proyecto. Aquí entrarían, por ejemplo, el impacto estratégico, el impacto económico esperado, etc.
- ❖ Criterios que reflejan la **facilidad** de implementación. Esta categoría habría que considerar, entre otras cosas, plazos, competencias, presupuesto, etc.

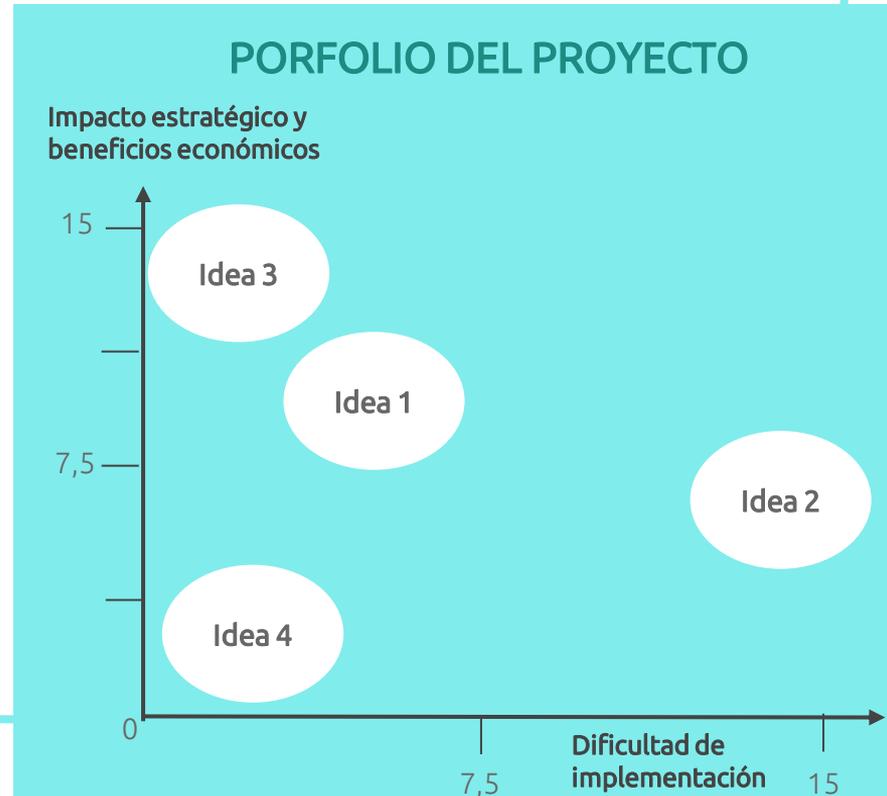
		Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4
<b>Strategic impact and economic benefits</b>	margin potential	5/5	0/5	5/5	1/5
	market fit	3/5	5/5	4/5	1/5
	distinctiveness	0/5	1/5	5/5	0/5
	Subtotal	8/15	6/15	14/15	2/15
<b>Implementation difficulties</b>	completion time	1/5	5/5	2/5	0/5
	acquisition of skills	0/5	5/5	0/5	1/5
	development cost	5/5	5/5	0/5	1/5
	Subtotal	6/15	15/15	2/15	2/15

# Cuadrículas de criterios y método de la matriz: Un método racional y de eficacia demostrada (3/4)

Después procede a priorizar los conceptos **colocándolos en una matriz de acuerdo con las notas obtenidas** por estos 2 ejes de criterios.

Esta matriz proporciona un **resumen del portafolio del proyecto** y sirve como base para el debate en equipo para seleccionar qué innovación sacar adelante.

Algunos proyectos quedarán bien situados en términos de impacto estratégico y beneficios económicos, pero no en facilidad de implementación. Y con otros podría ocurrir lo contrario. **Tu empresa tendrá que decidir si los proyectos se desarrollan o no**, por ejemplo, en el marco de una reunión del equipo de innovación.



## Lista de comprobación para ayudarte a priorizar tus ideas

Aprovecha la experiencia de mercado que has acumulado y úsala para decidir qué objetivos perseguir.

- ¿Cuánto potencial tiene tu concepto en el mercado? ¿Qué facturación podría generar?
- ¿Qué cuota de mercado puedes aspirar a alcanzar?
- ¿Sabes cuáles serán tus gastos de producción y el margen de beneficios que podrías obtener?
- ¿Podrías sacarle rentabilidad a la inversión con tus gastos estimados de desarrollo?
- ¿Es una idea "independiente" o de ella podrían nacer otros productos?
- ¿Qué están haciendo tus competidores en este sector?
- ¿Cómo lograrías que tu producto destacase sobre los demás?
- ¿Puedes fabricar el producto cumpliendo todos los requisitos de seguridad alimentaria?
- ¿Existe legislación vigente o pendiente de aprobar que pudiese afectar a tu concepto?
- ¿En qué plazo podrías comercializar tu concepto?
- ¿Qué inversión tendrías que hacer y tienes los fondos necesarios?
- ¿A través de qué canales venderías tu idea y tienes contactos en ese entorno?
- ¿Necesitas socios, como proveedores o fabricantes de equipos, para dar vida al producto?  
¿Tienes los contactos necesarios?

## Cuadrículas de criterios y método de la matriz: Un método racional y de eficacia demostrada (4/4)

---

I think  
I need to  
Kill  
this project

El último paso **consistirá en "aniquilar" conceptos/proyectos** en pro del equilibrio deseado en el porfolio del proyecto (por ejemplo, un 80 % de proyectos a corto plazo y un 20 % de proyectos a largo plazo).

Una vez mapeados los elementos de desarrollo, si se demuestra que la idea no va a funcionar o que las condiciones no son las adecuadas para continuar, es mucho mejor descartar esa idea.

No resulta fácil "aniquilar proyectos", pero es muy necesario e importante. Este proceso **liberará tiempo que podrás destinar a proyectos con altas probabilidades de éxito a la hora de incrementar las ventas.**

# Prácticas y herramientas útiles para validar las ideas de innovación con los clientes

Plataformas de evaluación en línea para explorar conceptos



Pruebas sensoriales

Blogs



Grupos de debate

Camionetas de comida



Mesas redondas

Usuarios principales / Consumidores pioneros



Encuestas en redes sociales

Tests de usuario en casa

Catas ciegas emergentes



Puestos de exhibición



Esperamos que hayas encontrado en este módulo de formación una ayuda útil para tu proceso de innovación en el sector de los alimentos y bebidas saludables.

Esta formación ha sido creada por los socios en el marco del proyecto AHFES, un ecosistema de alimentos saludables de cuatro hélices en el espacio atlántico para la creación de pymes financiado por la Unión Europea dentro del Programa de Financiación del Espacio Atlántico Interreg.

Este programa promueve la cooperación transnacional entre 36 regiones atlánticas de 5 países europeos y cofinancia proyectos de cooperación en los campos de la innovación y la competitividad, la eficiencia de recursos, la gestión de riesgos territoriales, la biodiversidad y los activos naturales y culturales.

Este módulo es uno de los varios módulos formativos agrupados en programas temáticos para ayudar a las pequeñas y medianas empresas en las regiones participantes (Gales, Irlanda del Norte, Irlanda, España, Portugal y Francia) a sacar con éxito al mercado nuevos y mejorados alimentos y bebidas saludables.

Para más información sobre las otras formaciones disponibles, [haz clic aquí](#).



Este proyecto está cofinanciado por el  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
a través del Programa del Espacio  
Atlántico Interreg



# Reconocimientos

---

\* Generación de ideas creativas - Definición tomada de:

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02529/full>

Fuente: Fink, A. y Benedek, M. (2014). EEG alpha power and creative ideation. *Neurosci. Biobehav. Rev.* 44, 111–123. doi: 10.1016/j.neubiorev.2012.12.002

Plantilla de presentación por [Slidesgo](#)

Iconos por [Flaticon](#)

Imágenes e infografías por [Freepik](#)