



H6 (PASO 2) CRITERIOS PARA ELEGIR UN RETO DE INNOVACIÓN

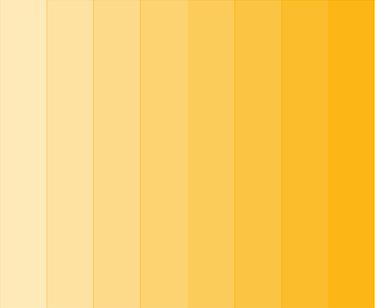
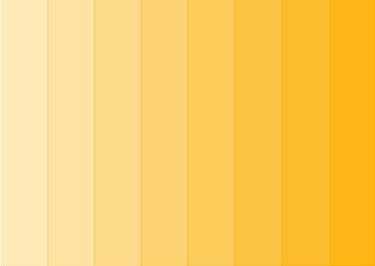
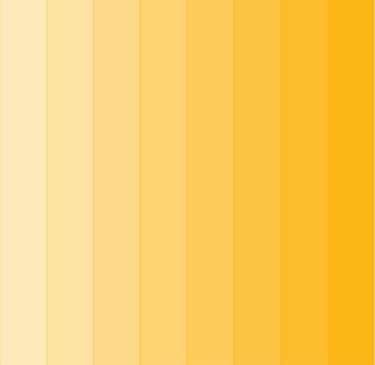
Usando esta herramienta vas a poder jerarquizar entre “oportunidades” y elegir con fundamento el “reto” en el que centrar tus esfuerzos a partir de ahora. El formulario permite **comparar hasta 8 oportunidades de innovación**, de las identificadas en el paso anterior, pero puedes adaptarlo para añadir muchas columnas más, si lo deseas.



El procedimiento a seguir consiste en analizar esas oportunidades, una por una, según los siete criterios que te proponemos usar para seleccionar el reto, asignándoles una puntuación a cada criterio, en una escala del 1 al 5. *Cada criterio tiene una forma específica de “leer” la escala.* Después de puntuar los siete criterios, puedes sumar el resultado para saber la puntuación total de cada oportunidad/reto, que refleja el interés global del mismo.

oportunidades preseleccionadas por tí
1
2
3
4
5
6
7
8

Fijate que esta herramienta concede la misma importancia relativa a todos los criterios, pero eso no tiene que ser necesariamente así. Cada entidad pública es libre de querer cambiar los pesos. Si es tu caso, puedes introducir en la tabla una nueva columna para asignar factores de ponderación según la importancia que quieras conceder a cada criterio con arreglo a las prioridades de tu organización.

cod.		escala de puntos para cada criterio	puntuar las oportunidades (escala: 1-5)
1	<p>IMPACTO: RELEVANCIA DEL PROBLEMA A RESOLVER ¿Existe una necesidad/problema real y relevante por resolver? ¿Está claro y bien delimitado? Grado en que el reto intenta satisfacer necesidades y expectativas prioritarias de la ciudadanía. Capacidad de generar “valor público”(tanto directa como indirectamente).</p>	<p>5- Muy prioritario (la solución es muy demandada) 4- Prioritario 3- Conveniente 2- Poco relevante 1- Irrelevante</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> 
2	<p>COLECTIVO BENEFICIARIO ¿Existe un colectivo concreto que esté especialmente interesado en que ese problema se resuelva? Evaluar si hay un colectivo concreto que esté especialmente interesado en resolver ese problema porque le afecta de una manera significativa.</p>	<p>5- Colectivo altamente interesado 4- Colectivo bastante interesado 3- Colectivo interesado 2- Colectivo no identificado 1- No hay ningún colectivo</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> 
3	<p>POTENCIAL INNOVADOR ¿Qué posibilidades ofrece el reto para explorar soluciones innovadoras? ¿Qué juego da para encontrar soluciones distintas y mejores a las existentes? Posibilidades para adoptar un enfoque original respecto de las soluciones ahora disponibles. Margen de novedad que se le presupone a las posibles soluciones.</p>	<p>5- Muy alto 4- Alto 3- Satisfactorio 2- Bajo 1- Muy bajo</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> 
4	<p>COSTES/ESFUERZO ¿Qué costes implicaría resolver este reto? ¿Qué exigencias de recursos tendría un proyecto para abordarlo? Recursos necesarios (financieros, personas, tiempo, esfuerzo, etc.) para desarrollar un proyecto que resuelva el reto. Tener en cuenta que, a más costes, más riesgos.</p>	<p>5- Coste mínimo 4- Coste bajo 3- Coste medio 2- Costoso 1- Muy costoso</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> 
5	<p>REPLICABILIDAD (POTENCIAL DE DIFUSIÓN) ¿La solución al reto puede ser extensible y replicable en otras unidades de la Administración? Grado en que la solución al reto puede beneficiar a otras unidades de la Administración. ¿Es un reto demasiado específico o aborda un problema que se da en muchos otros sitios? Posibilidad de generar un deseable “efecto de demostración”. Valorar su visibilidad y escalabilidad.</p>	<p>5- Muy replicable (de gran interés para otras unidades) 4- Bastante replicable 3- Replicable sólo bajo ciertas condiciones 2- Poco replicable 1- Demasiado específico</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p> 

cod.		escala de puntos para cada criterio	puntuar las oportunidades (escala: 1-5)							
6	<p>LIDERAZGO/EQUIPO PROMOTOR ¿El reto cuenta con un liderazgo o equipo promotor capacitado e implicado? La capacidad técnica y el grado de implicación (actitud) de los impulsores del reto aumentan las probabilidades de que tenga éxito.</p>	<p>5- Promotores altamente capacitados 4- Promotores capacitados 3- Promotores aptos 2- Promotores con carencias 1- No hay promotores identificados</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p>							
7	<p>RELEVANCIA ESTRATÉGICA ¿En qué medida el reto se alinea con las prioridades estratégicas fijadas por la organización? Si la unidad no tiene un plan estratégico, con prioridades bien fijadas, este criterio se descarta. Si el plan estratégico se ha quedado antiguo, obsoleto, tampoco pondera este criterio. Solo se tiene en cuenta cuando la organización tenga una estrategia actualizada y vigente, con objetivos claros que marquen las prioridades de acción, en cuyo caso es lógico que se intenten alinear los retos de innovación con esas prioridades.</p>	<p>5- Muy relevante para las prioridades estratégicas 4- Es relevante estratégicamente 3- Se alinea con los objetivos</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8</p>							
TOTAL (interés global de cada oportunidad/reto)										