

Indicadores y medición de impacto para el éxito en la Innovación

Universidad Santo Tomás
Edificio Dr. Angélico
Facultad de Negocios Internacionales

Edwin Sebastian Rincon Castillo

Bogotá D.C
19 de enero de 2022.

Hoy en día, con los diferentes avances y desarrollos que se ha visto en el mundo, esto, en términos de economía, cultura, tradiciones, entre otros, avances, que han hecho que las empresas y parte de las microempresas o emprendedores deban adaptarse a las nuevas exigencias o necesidades del mercado, ya sea por factores internos que aquejan a un país o por factores externos como las relaciones internacionales, TLC's con varios países aliados o, temas tan importantes y emergentes como la inflación, las nuevas políticas de comercio exterior y hasta el mismo Covid-19, siendo un fenómeno epidemiológico que ha causado el aislar a las personas, las empresas tengan que optar por incorporar la tecnología y modificar sus canales de atención para mantener un margen uniforme de ventas.

Es por esto que empezamos a aplicar el concepto de innovación, ya que para mantener un nivel de competitividad alto en el mercado y seguir atrayendo clientes, es por eso que es necesario llevar a cabo un proceso creativo en el cual permita formular los mejores proyectos comerciales, no obstante, dada la naturaleza de este proceso, muchas empresas o una porción de las personas naturales que emprenden y ofrecen un producto o servicio sin ser una persona jurídica, no saben cómo generar valor dentro de lo que venden al mercado y por ende, no hacen una debida medición para garantizar el éxito de sus propuestas, terminando en una baja o nula adaptación a un mercado que cada vez se vuelve más difícil y exigente.

Teniendo en cuenta esto y la complejidad del asunto que existe en Colombia sobre la innovación, se quiere **mostrar a las empresas colombianas que se puede lograr el éxito en un proyecto con las bases adecuadas y la correcta ejecución de la innovación en sus modelos de negocio**, ya sea en la obtención de ganancias en lugar de pérdidas económicas o penetrar nuevos segmentos de mercado con ideas revolucionarias.

Con el fin de ejecutar adecuadamente esta investigación, es necesario conocer las bases de la innovación, qué autores la defienden con sus postulados, los indicadores y los componentes que la caracterizan, esto en conjunto con la presentación de argumentos a favor de la medición y correcta ejecución de la innovación versus las objeciones a que den lugar, por lo que una vez recolectada la información mencionada anteriormente, se discutirá las propuestas alternas que sirvan para sustentar la hipótesis y finalmente presentar la conclusión pertinente.

Comenzando con el presente artículo, es necesario que el lector comprenda el concepto de Innovación y sus características, con respecto a su definición, nos podemos remitir a Medellín (2013, página 21), el cual dice lo siguiente:

“Hoy en día la innovación es un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega”.

Esto nos ofrece una visión general de cómo se percibe en la actualidad la Innovación y el impacto o su importancia dentro de las empresas colombianas.

Adicionalmente, autores como García (2009), afirman que una organización innovadora es aquella que, consciente de los cambios en su entorno, es capaz de introducir mejoras a sus bienes, en el diseño e implementación de nuevos productos y servicios o en el servicio al cliente dentro de sus instalaciones, de manera que todo ello redunde en la aparición de ventajas competitivas para la empresa. Con lo anterior

podemos ver diferentes puntos de vista que nos ayudan a comprender qué es la innovación, sin embargo, para definirla bien y aclarar dudas, podemos presentarla como **el proceso o medio en que se transforman las ideas y el conocimiento en algo que genere valor para los demás.**

En aras de complementar este proceso o fenómeno, existen ciertos criterios o bases que permiten mostrar su relación con las empresas y la importancia que esta tiene para los procesos creativos, por lo que a continuación, se podrá evidenciar los aspectos más importantes del modelo lineal del proceso de Innovación:



- 1. Investigación básica:** Se caracteriza por un proceso en el que se lleva a cabo una minería de datos o todo lo pertinente a conformar una idea sólida.

2. **Investigación aplicada:** En esta parte, una vez se realizó la investigación básica, los datos obtenidos son interpretados, agrupados e incluso, se lleva a cabo una lluvia de ideas para llegar al factor innovador en un producto o servicio.
3. **Desarrollo tecnológico:** En este ítem se contempla la posibilidad de hacer una inversión en desarrollo tecnológico propio y si la idea o proyecto a ejecutar lo requiere.
4. **Mercadeo:** Aunque no lo crea, en este paso es necesario la investigación de mercado que se realiza con el objetivo de mejorar o modificar su modelo de negocio, aplicando planes de acción y así garantizar el éxito del mismo lo que conlleva a tener efecto positivo a través de canales de comunicación con los clientes, que por cierto esto será retroalimentado por el mismo consumidor final, teniendo índices favorables en la aplicación de estas campañas y finalmente que la empresa genere una relación más sólida con el cliente y así obtener más ganancias.
5. **Comercialización:** Además de lanzar el proyecto o la idea al mercado, es importante tener claridad y noción del impacto que se quiere lograr, medir el nivel de aceptación por cliente y evaluar el margen de ganancias y demás indicadores que permitan analizar la viabilidad de la innovación en el producto o servicio ofrecido.

Una vez visto el modelo lineal, es necesario saber que la innovación de por sí viene con algunos complementos que sirven para hacer más fácil a las empresas o a los

emprendedores colombianos, el logro de sus objetivos y/o metas, a continuación, se podrá ver 2 argumentos por los cuales se apoya la hipótesis central:

- **Para Innovar se necesita el uso de indicadores que midan el impacto del valor generado.**

A pesar de que la innovación habla de generar valor, está no solo se refiere al valor de un producto o servicio, esta, hace referencia a que al ser un proceso que requiere de estudios previos, lluvias de ideas y filtración de los proyectos ideados para ejecutar cambios positivos en el mercado, es necesario hacer una medición de los efectos o de las cifras y demás información pertinente que arroje las ventas e interacciones de los clientes con el resultado del proceso creativo.

Para esto, se ha conformado una serie de indicadores que permiten medir el potencial y la eficacia con la que se lleva a cabo el proceso innovador en una compañía, indicadores que contemplan cada una de las áreas o temas importantes a la hora de hacer el seguimiento de un proyecto o idea en cuestión, siendo los siguientes:

- **Indicadores económicos:** Son aquellos que miden los resultados (ya sean positivos o negativos) de la innovación, basándose en las variables de los estados financieros de la empresa al igual que variables externas en datos macroeconómicos. **Ej.** Ventas de nuevos productos o servicios, los bajos costos de la innovación y los beneficios que se perciben al lanzar un servicio exclusivo hacia un mercado nuevo.
- **Indicadores que miden la eficacia del proyecto:** Se refieren a aquellos que miden la obtención de beneficios en relación al uso de recursos asignados para la

ejecución del proyecto. **Ej.** Años posicionados en la industria, inversión en ideas o proyectos rechazados definitivamente, entre otros.

- **Indicadores que miden la intensidad o el impacto:** Miden la cantidad de valor adicional sin tener en cuenta los resultados que muestran las innovaciones o nuevas ideas de la empresa. **Ej.** Número de invenciones, patentes o marcas, ideas generadas semestralmente o los proyectos en marcha.
- **Indicadores culturales o de cultura:** Enseñan cuán extendido está el proyecto o idea innovadora en comparación al nivel de creatividad de la empresa. **Ej.** Porcentaje de empleados que producen ideas, número de ideas por empleado o ideas concebidas por año y número de tiempo dedicado a la innovación.
- **Para innovar, se puede hacer cambios en las redes de contacto y tener una mayor cobertura de mercado (MERCHANDISING).**

Con base en las condiciones actuales del mercado internacional y su impacto en el mercado colombiano, un gran porcentaje de las empresas se han visto obligado a innovar, dado que, al no hacerlo, corren el riesgo de perder ventas o clientes y perder visibilidad ante nichos que se han vuelto tan exigentes y expectantes, por lo que, Peluffo y Catalán (2002, página 16), enuncian lo siguiente:

“Si el conocimiento no se gestiona de alguna forma, ya sea almacenando, o haciéndolo circular, o gestionando las competencias de quienes participan en esa realidad, se corre el riesgo de perder el principal factor diferenciador que promueve la sinergia en la innovación o en el cambio de las organizaciones”

Es por esto, que se vuelve imperativo el llevar a cabo procesos innovadores que favorezcan la imagen de un ente económico sobre otro, y qué mejor forma de hacerlo que a través de la innovación en las redes de contacto o en el sistema de productos, porque al hacerlo, el nivel de expectativa de los usuarios o el público al que se le ofrece dichos bienes y servicios, se mantiene intacto y se logra una mayor fidelidad hacia la marca en cuestión, un Ejemplo de esto es Alquería, una organización colombiana de productos lácteos que ha ido innovando en los últimos años, siendo estos, algunos de sus proyectos que mejor impacto han tenido dentro de sus consumidores finales:

1. Innovación en las redes de contacto a través de la venta de Alquemix.

Alquería llevó a cabo alianzas comerciales con varias marcas de snacks como lo son Trululu, Nestlé, Flips e incluso el grande de los chocolates M&M's, para producir una serie de productos que contienen leche semi espesa junto con chocolates, cereales, gomitas y demás productos para crear un snack dirigido a aquellos niños que llevan lonchera a sus colegios o las personas que tienen un antojo de dulce sobre sus marcas favoritas.

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>AlqueMIX M&M's</p> <p>Porque mezclado todo es mejor, llega AlqueMIX, prueba nuestras irresistibles mezclas llenas sabor, color y cremosidad.</p> |  <p>AlqueMIX Milo</p> <p>Porque mezclado todo es mejor, llega AlqueMIX, prueba nuestras irresistibles mezclas llenas sabor, color y cremosidad.</p> |
| <p> Bajo en grasa</p> <p> Bebida láctea con los chocolates de M&Ms</p> <p> "Fuente de Calcio* Legal: Una unidad de 100 gramos aporta 10% del valor de referencia para Calcio"</p> <p> 100 calorías por porción de 100 gramos (unidad)</p> | <p> Empaque innovador con boca ancha, ideal para no regar el cereal.</p> <p> Incluye una cuchara para disfrutar en cualquier momento</p> <p> Cremosidad y textura única.</p> <p> Ideal para llevar y consumir en todos lados.</p> |

Si observamos la imagen anterior, podemos ver la forma en que se enuncia los beneficios nutricionales de cada producto junto con su composición calórica, si bien se sabe que el producto va para los niños, al final quien toma la decisión de compra o el shopper son los padres, por lo que es necesario venderles un producto que no le haga daño a sus hijos o con altos contenidos calóricos, adicional a esto, en términos de empaque, diseño y practicidad, cada producto es hecho en un empaque diferente para mayor comodidad del consumidor, siendo en este caso, el Alquemix milo aquel que

Fuente: <https://www.alqueria.com.co/productos/lacteos-con-cereal-y-mucho-mas> le que viene en el empaque y en terminos de tamaño, este facilita el consumo del cereal sin hacer regueros o que sea difícil poner en la cuchara el producto para su consumo final.

Con esto podemos ver cómo se llega a una cobertura mayor del mercado y de qué forma las marcas aliadas obtienen mayores ingresos por las ventas de los productos en mención.

- **Problemas para los emprendedores y parte de las empresas que no innovan.**

Partiendo bajo el punto de vista en que gran parte de los empresarios o quienes deciden emprender en Colombia, tienen el supuesto de que al innovar se necesita hacer grandes inversiones de capital que a la final no se ven justificadas o sencillamente acarrear un riesgo del cual no se espera grandes ganancias, esto, fundamentado bajo el hecho en que se tiene la percepción de que la innovación existe en la medida en que se hace un gran cambio y no en modificaciones pequeñas, puesto que se considera que es un esfuerzo inútil y que no representa cambio alguno en el esquema de ganancias que se

tiene o que siquiera llegue a favorecer los estados de resultados finales en la compañía. Con esto, se evidencia las siguientes consecuencias:

- Pérdida de interés por parte de los usuarios o clientes hacia el producto o servicio ya que siempre ven lo mismo y no perciben adaptación alguna por parte de la empresa a las nuevas necesidades del mercado.
- Se pierde liderazgo en el mercado ya que, al no innovar, los competidores obtienen una ventaja competitiva al seguir cambiando o lanzando nuevas ideas al mercado.
- Los ingresos estimados no superan a los obtenidos puesto que al no tener una dirección clara o un indicador que motive a la compañía a innovar y a superarse a sí misma, no hay penetración mayor de los segmentos de mercado o en el peor de los casos, el nivel de ingresos disminuye por falta de interés hacia la creatividad.

Es por esto que se vuelve necesario fomentar una cultura innovadora en las empresas, mostrarles a los directivos y sus equipos de trabajo que la innovación es tan dinámica y versátil que no requiere de grandes cambios, sino que en ciertos casos se puede hacer ligeras modificaciones o si se busca un impacto mayor, cambios radicales, que si bien no alteran la esencia del producto o servicio en cuestión, llaman la atención de las personas y las motivan a seguir comprando sus productos e incluso, al usar materiales alternos o diseños más prácticos para el cliente, se percibe un ahorro en costos y por ende mayores utilidades económicas.

Además de lo anterior, a modo de **propuesta alternativa**, si bien hay una tendencia en donde hay ciertas restricciones a la hora de Innovar o empezar el proceso creativo, es necesario que los entes privados de Colombia tengan la noción de empezar a innovar, también se puede llevar a cabo procesos en pro de la sociedad del medio ambiente y convertir sus organizaciones en empresas socialmente responsables (**ESR**) y ustedes probablemente dirán, cuál es la relación entre la Innovación y las empresas que practican la responsabilidad empresarial, esto es sencillo, si recordamos, el World Business Council For Sustainable Development- WbCSd (2000), define la ESR como:

“el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad o el medio ambiente en general”

Según esto, si bien hay cierto compromiso con la sociedad o con el medio ambiente, el papel que juega la innovación en todo esto es sencillo, y esto se ve, en la forma en que si se mejora una cultura de trabajo, los empleados se sienten tan bien que se vean motivados a dar ideas creativas dentro de la compañía, ya sea sobre los productos o en la forma en que estos se venden, por otro lado, al contribuir al cuidado del medio ambiente y la disminución de las huellas de carbono (ya sea a través del reciclaje de materiales, de reusar ciertos recursos o de incentivar el cuidado del medio ambiente con las personas), en la medida en que los empresarios pagan menos impuestos, se ve un claro ejemplo de cuidado del planeta y qué mejor forma de Innovar que aprovechar los recursos para entregar un producto o servicio que respeta y cuida el planeta.

Hasta el momento, el lector ha leído sobre la Innovación, su importancia para las empresas y de qué forma la pueden llevar a cabo para garantizar el éxito o logro de cualquier proyecto o idea creativa que se quiera poner en marcha, esto, en complemento con argumentos que muestran que para innovar, no se necesita hacer cambios enormes en los bienes o servicios ofrecidos, sino que se puede innovar en una escala menor, en los materiales o diseños estándar, e incluso, si hablamos de cambios en lo que se vende al mercado, estos pueden ser a través de las redes de contacto para lograr una mayor cobertura de mercado, permear nuevos nichos o segmentos de mercado y mantener el factor sorpresa en el medio en que se desempeña cada empresa.

Al querer **mostrar a las empresas colombianas que se puede lograr el éxito en un proyecto con las bases adecuadas y la correcta ejecución de la innovación en sus modelo de negocio**, es necesario usar los indicadores mencionados y tener una claridad plena sobre lo que se quiere lograr con este proceso creativo para que el valor generado traiga los mayores beneficios para los emprendedores y las personas jurídicas en Colombia, por lo que se concluye, que bien hecha y medida, la Innovación facilita la obtención de altas ganancias y que en temas de riesgos o pérdidas, las probabilidades se hacen menores a la hora de enfrentarse a un mercado que recibe a los innovadores de la mejor forma.

Referencias

Medellín, E. (2013). Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa. México, DF: Siglo XXI Editores.

García, J. (2009). Gestión de la innovación empresarial: Claves para ser una empresa innovadora. Madrid: NETBIBLO.

Peluffo, M. y Catalán, E. (2002). Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. Santiago de Chile: ILPES

<https://www.alqueria.com.co/productos/lacteos-con-cereal-y-mucho-mas>

World Business Council For Sustainable Development- WbCSd (2000),

<https://www.wbcsd.org/>