

¿Cómo medir la capacidad de innovación en la empresa?

Business Empresarial

Business Empresarial.- La capacidad de innovación de una empresa es el conjunto combinado de competencias cognitivas, aptitudinales y experienciales del personal y de la propia empresa como organización que permiten la creación y desarrollo de nuevos productos, servicios y/o experiencias con una inserción comercial exitosa en el mercado. Esta capacidad permite diferenciarse de la competencia y argumenta la base de la competitividad empresarial.

Las técnicas para medir la capacidad de innovación involucran mecanismos para integrar capacidades de generar espacios para la recepción, acumulación y revisión de ideas mediante la comprensión de los problemas del entorno interno y externo de las operaciones en todos los niveles de la organización. Este mecanismo de captación requiere complementarse con un mecanismo de absorción (internalización, comprensión profunda y análisis discriminante) que permita a su vez el análisis de viabilidad para determinar cuál es el subconjunto de soluciones que pueden transformarse en futuros pilotos de investigación y eventualmente luego de su prototipado y desarrollo convertirse en productos con una alta probabilidad de tener éxito comercial para ser calificados como innovación.

La capacidad de innovación podría quedar definida en buena medida por la siguiente aproximación:

$$CI = 0.2 CRI + 0.1 CPI + 0.5 CcP + 0.2TP$$

Donde:

CI: Capacidad de Innovación

CRI: Capacidad de recolección de ideas

CPI: Capacidad de procesamiento de ideas y configuración de soluciones

CcP: Capacidad de creación de Pilotos Comerciales

TP: Tasa de productos nuevos con éxito comercial

Como puede apreciarse, la distribución de pesos puede cambiar dependiendo de la naturaleza y escala de la organización que emprende la innovación, sin embargo esta distribución debe corresponder a asignar una peso relativamente mayor al incremento en la probabilidad de generar prototipos como mecanismo al cual no siempre se llega por el amplio descarte que se sufre al someter propuestas de solución al análisis de la factibilidad, no siendo limitante sin embargo a premiar la capacidad de prototipado como centro gravitacional que permite llegar a generar productos, procesos y servicios nuevos con potencial éxito para insertar en el

mercado siendo el resultado final o tasa de productos nuevos colocados una consecuencia de haber incrementado la probabilidad de innovar creando prototipos previos.

En ese contexto, es necesario reconocer que el proceso de innovación involucra necesariamente una secuencia metodológica sostenida para la identificación de problemas clave, recolección de ideas, modelado de soluciones, análisis de factibilidad, prototipado, prueba de prototipo y evaluación de resultados que permite generar un proceso para acelerar la innovación en la organización con lo cual la capacidad de innovación global de la organización estará dada por la capacidad de desarrollar cada etapa y mejorarla procurando obtener resultados concretos del proceso. Sin embargo, la experiencia demuestra que el factor determinante para ello es sin duda, el capital humano con el que se cuenta para su desarrollo.

Esto significa que el desarrollo de las nuevas competencias requeridas necesita de personal preparado y calificado para sostener el proceso y en el camino, requiere algo aún más complejo que es el desarrollo de liderazgos para conducir la innovación en el rol estratégico, táctico y operativo que les toca desarrollar. Es por ello que el desarrollo de innovación requiere planificarse y estructurarse previamente como un mecanismo orgánico funcional en el proceso de desarrollo de la organización de manera que su crecimiento pueda ser acompañado por el capital humano que compone la empresa. Esto constituye un reto para el cual la organización debe estar preparada si quiere mantener y mejorar su competitividad de cara al entorno cambiante y desafiante que presenta el mercado.