

## ORGANIZACIONES QUE INNOVAN

Antes que nada, quisiera empezar con la definición de innovar, para poder entender un poco más este tema, innovar significa iniciar un proceso de cambio. Precisamente es en ese punto donde la innovación encuentra su mayor obstáculo: en la oposición natural del ser humano para modificar sus hábitos, sus comportamientos y su marco mental de referencia.

Entonces, los procesos de comunicación desarrollados por una organización afectan el nivel de innovación de la misma, porque la última tiene que ver con el trabajo constante y disciplinado de equipos de profesionales diferenciados por sus especialidades, experiencias y expectativas, los cuales se consolidan en la medida en que los flujos comunicativos sean una realidad cotidiana.

Yo creo que innovar es muy fácil, pero para esto solo se requiere que una organización piense en que la innovación no es una moda, si no que esta debe ser declarada como una forma necesaria de mantenerse en el mercado.

No me imagino una organización del mañana que no esté inmersa en un profundo y continuo proceso de innovación, mucho menos me imagino una organización en procesos de innovación sin que este liderado y sostenido por la creatividad humana, y me cuesta pensar que exista innovación sin gente preparada para ello.

Yo me atrevo afirmar, que la innovación en los próximos años será un proceso tan necesario y natural dentro de las organizaciones.

En fin, la comunicación e innovación se integran como un solo factor dirigido a estimular la transformación, cambio y adaptación de las organizaciones a su entorno. De una lado la comunicación facilita y agiliza la eficiencia del proceso, y de otro, la innovación genera la plataforma para la continuidad de una organización. Ambas gestan propósitos, trabajo constante, investigación aplicada y aprendizaje organizacional.

Otro aspecto a observar en esta clasificación se relaciona con el proceso productivo, el cual queda sujeto a permanentes modificaciones resultantes de la observación, la curiosidad y la experimentación.

Las organizaciones aprenden a actuar con su entorno, y más allá de las relaciones formales establecidas, el intercambio con pares y comunidades no directamente relacionadas con el negocio, se fortalecen y enriquecen la búsqueda de nuevas iniciativas.