

© DR. ERNESTO
ADRIÁN DÍAZ
MONTAGNER

• Profesor de
Laboratorio del
Departamento de
Ingeniería Civil y
Ambiental de la
UDLAP

• Maestría en
Gerencia de Proyectos
de Construcción, en
la Universidad de las
Américas Puebla

• Doctor en
Planeación
Estratégica y
Dirección de
Tecnología por la
Universidad Popular
Autónoma del Estado
de Puebla

• Experto en
construcción,
vivienda sustentable
y planeación y control
de proyectos



LA INNOVACIÓN EN LA CULTURA DE CAMBIO ORGANIZACIONAL

En el ámbito empresarial, una persona innovadora es toda aquella que genera futuro para una empresa o para la sociedad, y a este proceso de generación se le conoce como innovación. Una empresa sin innovación es una que se resiste al cambio, y traducido al momento globalizado que vivimos, podremos decir que dicha empresa tiene sus días contados.

Para poder generar innovación, las empresas deberán considerar cada una de las siguientes entidades: clientes, proveedores, accionistas o dueños, personal que labora en ellas e inclusive la propia competencia. Aunque la realidad derivada de la costumbre y apego social muestra que esta idea choca de frente con las estrategias de la mayor parte de las empresas mexicanas, las cuales planean la generación de su futuro, alineándose —únicamente— a las ideas o imposiciones del dueño, de alguno de sus directivos e, inclusive, de algún jefe.

Innovar implica cambiar, y para cambiar es necesario aceptar la crítica, lo que muy pocas empresas en México han logrado debido al grado de su madurez organizacional. Y como resultado, en la mayoría de ellas la mente innovadora suele ser censurada o reprimida, en muchas otras se permite, pero sólo si se alinea a la conveniencia del dueño o de sus directivos. Como contraste, en algunos países desarrollados u organizaciones disruptivas, una mente innovadora está libre de ataduras, es crítica y tiene un total desapego de las costumbres organizacionales.

La cultura por la innovación en estos países u organizaciones es tan fuerte que llegan a considerarla un principio; para otras es un valor, por lo que suelen incentivar a su personal para generarla, además de medir continuamente los niveles de satisfacción/insatisfacción de sus clientes, proveedores, personal y, por supuesto, de sus socios o dueños.

Las personas que laboran en las empresas que se resisten a innovar, tarde o temprano dejan de ser lo que son para convertirse en lo que éstas creen que deberían ser, o en lo que dichas organizaciones necesitan que sean.

Cuando esto sucede, adoptan la terminología contable para referirse a ellos: **«los recursos humanos con los que cuento son...»**, **«nuestro capital humano se conforma por...»**, **«los pasivos laborales de la empresa aumentaron a... »**, **«el valor esperado de nuestros activos intangibles sería de...»**, amputándoles su calidad de personas y dejándolas en calidad de individuos.

Poco a poco, las empresas se van dando cuenta de que necesitan a personas, no a individuos, ya que éstas son las que generan los cambios, y con esto una tendencia a humanizar la civilización. En la medida que las empresas otorguen a su personal la capacidad de ejercer influencia para construir el futuro, ellos dejarán de ser individuos para convertirse en personas, y así dichas organizaciones estarán listas para poner en marcha la generación del futuro con una visión integral. **c**