

CULTURA INNOVADORA: ASPECTOS EMOCIONALES A CONSIDERAR UN ESTUDIO DE CASO

María Isabel Camio

Centro de Estudios en Administración (CEA), Facultad de Ciencias Económicas, UNICEN,
Argentina, camio@econ.unicen.edu.ar

Resumen

El presente trabajo se enmarca en una investigación más amplia y se enfoca en el estudio de la cultura para la generación de innovación. La perspectiva emocional se incorpora en el análisis.

Se trata de un estudio de un caso en profundidad, el cual corresponde a una empresa de software vinculada al Parque Científico Tecnológico de la UNICEN. Se exponen los aspectos descriptivos del mismo, se aplica la definición de los lineamientos para la identificación de paradigmas culturales, a partir de las presunciones constituyentes y su interrelación, que contribuya a la generación de innovación; y por otra parte se analizan los resultados de la aplicación de un índice del nivel de receptividad de la cultura de los aspectos emocionales para la generación de innovación (INCEI).

El INCEI contempla siete categorías de respuesta y resulta de diferentes etapas transitadas en el proceso de investigación. Se realizaron entrevistas en profundidad en un grupo de empresas acerca de la temática de las variables a definir (análisis centrado en el dato), se definieron los conceptos y categorías a utilizar (sistemas de clasificación a partir del análisis cruzado de los datos obtenidos y los enfoques teóricos receptados). Se presentan los indicadores utilizados para la obtención de los datos relacionados con las variables y subvariables propuestas.

Esta propuesta se entiende profundiza e enriquece el estudio de la cultura organizacional porque la inclusión de los aspectos emocionales mejora el análisis, a nivel empresa/organización, de las potencialidades existentes para la generación de procesos sostenidos de innovación.

Palabras clave. Innovación, cultura, emociones, índice, software.