

Innovación y competitividad. Empresas CANACO Tampico

Innovation and competitiveness. CANACO Companies, Tampico

Javier Chávez Meléndez

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

jchavezm@uat.edu.mx

Juan Antonio Olgún Murrieta

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

jaolguin@uat.edu.mx

Juan Carlos Guzmán García

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

jcguzman@uat.edu.mx

Número 09. Enero - Junio 2016

Resumen

Promover la innovación en las Mypes es una tarea difícil debido a las limitaciones económicas, de capacitación y asesoría del personal. Con base en lo anterior, se buscó estudiar la forma como se puede fomentar la innovación en estas empresas.

Este trabajo se fundamenta teóricamente en trabajos e investigaciones desarrollados por la Dra. Teresa Amabile de la Harvard Business School, en estudios sobre el ambiente creativo desarrollados por investigadores de la Universidad de Colombia-Manizales, así como en los resultados de los experimentos del Dr. Edward Deci de la Universidad de Rochester en Nueva York, Estados Unidos.

La investigación desarrollada es del tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo y no experimental en empresas afiliadas a la CANACO Tampico, buscando determinar el nivel de impulso a la innovación. Para ello se utilizaron métodos basados en preguntas y observación para el acopio de información.

Los resultados obtenidos permiten crear un constructo propio denominado “perfil de innovación empresarial”.

Palabras clave: innovación, competitividad, Mypes.

Abstract

Promote innovation in MSEs is a difficult task due to economic constraints, training and staff consulting. Based on the foregoing, we sought to explore ways how you can encourage innovation in these companies.

This work is theoretically based on work and research developed by the Dr. Teresa Amabile of Harvard Business School, studies on the creative environment developed by researchers at the University of Colombia-Manizales, as well as on the results of the experiments of Dr. Edward Deci from the University of Rochester, New York, United States.

The developed research is descriptive, with quantitative approach and non-experimental in companies affiliated to the CANACO Tampico, seeking to determine the level of promotion of innovation. It used methods based on questions and observation for the collection of information.

The results obtained allow to create an own construct called "profile of business innovation".

Key words: innovation, competitiveness, SMEs.

Resumo

Promover a inovação nas MPEs é uma tarefa difícil devido a restrições económicas, pessoal de formação e de aconselhamento. Com base no exposto, buscou-se estudar como pode incentivar a inovação nessas empresas.

Este trabalho é baseado no trabalho teórico e de pesquisa desenvolvido pelo Dr. Teresa Amabile, da Harvard Business School, nos estudos do ambiente criativo desenvolvido por pesquisadores da Universidade da Colômbia-Manizales, bem como os resultados dos

experimentos do Dr. Edward Deci da Universidade de Rochester, em Nova York, Estados Unidos.

A pesquisa desenvolvida é do tipo descritivo, com abordagem quantitativa e não-experimental em empresas associadas com a CANACO Tampico, buscando determinar o nível de impulso à inovação. Para fazer isso com base em perguntas e observações para os métodos de coleta de informações foram utilizados.

Os resultados permitem criar uma própria construção chamada "perfil de inovação empresarial".

Palavras-chave: inovação, competitividade, mypes.