XX Jornadas de Ciencias, Tecnologías e Innovación

UNR

COORDINACIÓN AL INTERIOR DE LAS ORGANIZACIONES: APORTES DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES A PARTIR DE ESTUDIO DE PYMES DE LA RAMA COMERCIO DE ALIMENTOS

Caila,Mercedes, Fac. Ciencias Economicas, mcaila@fcecon.unr.ed.ar; Perez, Sebastián; Fac. Ciencias Economicas; sebastian.perez.cestari@gmail.com ; Caston, Gabriel; Fac. CPolítica; caston7g@gmail.com; Kunich,Julián; FC Economicas juliankunich@gmail.com; Ulla, Verónica; Fac. Ciencias Economicas; Stanley,Matías; Fac. Ciencias Economicas; mgstanley1976@gmail.com;

Palabras claves: Coordinación interna, innovación; eficiencia organizacional

INTRODUCCION

Problema: La planificación organizacional no siempre alcanza el nivel racional esperado, generando distorsiones que dificultan el crecimiento. Los entornos turbulentos, como el actual, requieren innovaciones para mantener la competitividad, pero al coordinar internamente suele observarse el impacto de pautas culturales arraigadas en los actores generando lógicas contradictorias en las acciones que problematizan la persecución de los objetivos colectivos.
Vacancia: Existe producción teórica reciente. Sin embargo, en su mayoría se analizan organizaciones tecnológicas de mediano o gran tamaño. La Teoría de convenciones aplicada es reciente en este espacio
Propuesta: Analizar estos fenómenos en empresas Pymes y MiniPymes dedicadas a la comercialización de alimentos de Rosario, vinculando la coordinación interna con procesos de innovacion y conocimiento

OBJETIVOS/HIPÓTESIS

Hipótesis: Las empresas que entienden su coordinan interna son más eficientes y logran innovaciones que mejoran su competitividad.

Objetivos: Determinar las características relevantes del entorno. Observar las innovaciones introducidas y su gestión al interior de la empresa, evaluando las actitudes gerenciales frente a la innovación. Señalar las dificultades observadas

METODOLOGÍA / MATERIALES Y MÉTODOS

Híbrida: inicialmente metodología cualitativa, y luego cuantitativa. Herramientas
> Entrevistas en profundidad
> Entrevistas semiestructuradas
> Encuestas a actores organizacionales
Con ello se pretende:
> Evaluar las interpretaciones sobre los conceptos centrales.
> Ponderar los aspectos de la gestión del conocimiento, innovación, tecnologías.
> Diferenciar el posicionamiento de personas de diferentes jerarquías en las estructuras formales de cada organización.

RESULTADOS y DISCUSIÓN

En primer lugar, se realiza la búsqueda de información cualitativa. Se realizan 5 **entrevistas en profundidad** para evaluar las interpretaciones sobre los conceptos centrales de las variables y su uso en el emprendimiento, señalando la realización de innovaciones en el caso de haberse realizado.
A partir de estos datos, así como la significación que se le asigna al conocimiento, innovación y tecnologías, **se hace uso de herramientas cuantitativas** para dimensionar las variables determinadas en las entrevistas, su interpretación y la interpretación que se realiza de las mismas. En esta etapa se recurre la aplicación de **encuestas** a diversos actores organizacionales. Al momento de este informe se habían realizado encuestas sobre 23 locales comerciales y su confiabilidad es superior al 90%. **Datos observados**:

- Hay pequeñas innovaciones en la mayoría de los establecimientos,
- La falta de conocimiento de dispositivos dificulta la gestión interna
- La mayoría se desenvuelve con la lógica denominada en Teoría de Convenciones doméstica (de proximidad) y mercantil (Obtención inmediata de ganancia)

CONCLUSIONES

- La heterogeneidad en la rama dificulta la aplicación de estrategias organizacionales. Las políticas de innovación adeudan un abordaje que considere tanto lo tecnológico como lo organizacional.
- La desarticulación entre innovación y gestión interna dificulta el crecimiento de la empresa
- La creación de vínculos sociales plenamente basados en la confianza no es suficiente para coordinar internamente con orientación a pautas gerenciales.
- La intervención a realizarse en la etapa que está por iniciar propondrá verificar los acuerdos entre las lógicas y mejorar la calidad promoviendo la lógica industrial

AGRADECIMIENTOS y FINANCIAMIENTO (OPCIONAL)

- Agradecemos a la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Facultad de Ciencias Económicas UNR
- A las numerosas empresas que comercializan alimentos en el centro y macrocentro de la ciudad de Rosario que participaron, primero de las entrevistas en profundidad y actualmente de las encuestas.