COORDINACIÓN, CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN: UN ANÁLISIS PROFUNDO DE LOS REGÍMENES DE ACCIÓN EN LAS PYMES DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS DE ROSARIO (2023-2026)

CAILA, MERCEDES; PÉREZ, SEBASTIÁN; ULLA, VERÓNICA; STANLEY, MATÍAS

(IIATA Facultad de Ciencias Económicas. UNR)

Correo electrónico de contacto: mcaila@fcecon.unr.edu.ar

Resumen:

En esta presentación se muestran los resultados de la investigación que ha procurado poner en evidencia la relación entre las innovaciones que se efectúan al interior de las organizaciones y el sentido que los actores le otorgan a las mismas. La introducción de una innovación, o un nuevo conocimiento, puede tener distintas interpretaciones y ponderaciones dispares entre los actores, afectando el logro de objetivos y estrategias generales de la organización. La existencia de variadas interpretaciones o sentidos sobre un hecho, pueden provocar disensos que conducen a fallas en la coordinación interna, con su consecuente impacto en el deterioro de la efectividad. Sin embargo, es posible diagnosticarlos y realizar observaciones para solucionar el problema. Para verificar esta propuesta se analizan pequeñas y medianas empresas (MiPymes, Pymes) dedicadas al comercio de alimentos de la ciudad de Rosario. El eje central ha sido interpretar el sentido que los actores otorgan a las innovaciones, identificar las prácticas implementadas y explorar cómo estas dinámicas impactan en la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones. Se han señalado los principales tipos de innovaciones, y las interpretaciones de los actores, reconociendo que las estrategias de las organizaciones no muestran generalmente una eficiencia óptima, sino que dependen de antecedentes estructurales, disputas y tradiciones culturales.

Palabras claves: Innovaciones empresariales; coordinación interna; convenciones.

Abstract:

This presentation illustrates the findings of research aimed at underlining the connection between internal organizational innovations and how participants perceive them. The integration of innovation, or new knowledge, can be interpreted differently and assigned varying importance by the stakeholders, impacting the organization's objectives and strategies. These differing interpretations of a fact can initiate disputes that result in coordination failures within organizations, leading to a deterioration of efficiency. It is possible to diagnose them and make observations to solve the problem. To verify this proposal, small and medium-sized enterprises (MiPymes, Pymes) in the food trade of the city of Rosario are analysed. The central focus has been to interpret the meaning that actors give to innovations, identify the implemented practices and explore how these dynamics impact the competitiveness and sustainability of organizations. The main types of innovations, and the interpretations of the actors, have been pointed out, recognizing

that the strategies of organizations do not generally always show optimal efficiency, but depend on structural backgrounds, disputes and cultural traditions

Keywords: Business innovations; internal coordination; conventions.

Introducción:

Este trabajo conforma un resultado del Proyecto de Investigación y Desarrollo (PID) en desarrollo, titulado *"Proceso de coordinación interna en las organizaciones ante la generación y transferencia de conocimiento. Estudio de caso en empresas pymes de la ciudad de Rosario dedicadas a la comercialización de alimentos"* representa una continuidad estratégica de líneas *de investigación previas del mismo grupo de trabajo en la Facultad de Ciencias Económicas* y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario (FCEyE-UNR).

Se reconoce al conocimiento organizacional como un recurso relevante que permita realizar innovaciones necesarias para el logro de objetivos; y por esto es prioritario destacar los mecanismos por las cuales los actores y grupos intercambian conocimientos para contribuir colectivamente a logros comunes, pero se reconoce que no existe una racionalidad pura, sino que los agentes, incluso los niveles gerenciales, pueden poseer interpretaciones diversas de las innovaciones; de modo que se considera importante justificar un trabajo que exponga las modalidades de coordinación interna de cada organización.

La gestión del conocimiento se ocupa de promover la eficiencia y, por tanto, se vincula inexorablemente con los procesos de innovación. Cuando las organizaciones pueden reflexionar sobre los saberes existentes en su interior y sus necesidades concretas, sean actuales o proyectadas potencialmente, pueden efectuar una innovación apropiada. La generación del conocimiento puede producirse en tanto proviene del exterior, o también puede ser generado internamente, siendo necesario comunicarlo adecuadamente a todos los integrantes de la organización. Para lograr una innovación que sea exitosa es preciso que se consideren las notas relevantes de su entorno como las de sus propias capacidades operativas. A partir de estas premisas es altamente probable que incrementen exitosamente su competitividad y crecimiento en los variados aspectos que cada organización determine para sí misma.

Precisiones conceptuales

Este estudio supone la integración de enfoques que provienen de la Sociología de las Organizaciones que busca superar los límites de la economía neoclásica para entender la realidad situada de las Pymes de la ciudad de Rosario, Santa Fe, Argentina. El pilar fundamental es la Economía de las Convenciones, propuesta por François Eymard-Duvernay (2001), que se sustenta principalmente en la teoría de la justificación de Luc Boltanski y Laurent Thévenot (1991). La Economía de las Convenciones surge como respuesta a la incapacidad de los modelos clásicos para explicar cómo los actores coordinan sus acciones bajo condiciones de racionalidad limitada e incertidumbre (March y Simon, 1957; Crozier y Friedberg, 1990). Frente a la idea de la "mano invisible del mercado", desde la cual se entiende que el precio es el único regulador, la Economía de las Convenciones propone que la coordinación también tiene lugar a través de "convenciones".

Estos son marcos de referencia compartidos, normas y acuerdos (tácitos o explícitos) que estabilizan un mundo previsible para la toma de decisiones. Según este enfoque, el actor no solo actúa por interés, sino que posee una instancia cognitiva y evaluativa; debe comprender la situación y la acción de los demás a partir de principios de justicia que operan metafóricamente en las denominadas “ciudades”.

Esta investigación recurre al modelo de las “Ciudades” o “Mundos de Valor” (Eymard-Duvernay, 2001), el cual identifica gramáticas políticas específicas para establecer la “grandeza” de personas humanas y objetos de relevancia en las situaciones sociales. De esta forma, en la ciudad Mercantil el valor reside en el precio y la competencia. En la ciudad Industrial, la grandeza emana de la eficiencia, la planificación técnica y la optimización de procesos. En la ciudad Doméstica, fundamental en el estudio de nuestro Proyecto, el valor emerge de la tradición, la lealtad, la antigüedad y las redes interpersonales de confianza. Se suman la ciudad Cívica, estructurada en torno a la representatividad y el bienestar colectivo, la ciudad de la Opinión/Reputación en torno a la valoración y el renombre, y la ciudad Inspirada vinculada a la creatividad, la originalidad y el ingenio espontáneo.

En el desarrollo de nuestro marco teórico, este enfoque fue entrelazado con los estudios de la gestión organizacional del conocimiento, priorizando el activo estratégico que representa el saber organizacional. Se adopta el modelo de Nonaka y Takeuchi (1999), que diferencia tipos ideales de conocimiento y analiza sus conversiones. Por un lado, un conocimiento tácito caracterizado como personal, contextual, difícil de formalizar. Por el otro, el conocimiento explícito caracterizado como formal, sistemático y transmisible en reglas. Así tiene lugar un “espiral de conocimiento” a través de los procesos de **socialización** (tácito a tácito), **exteriorización** (tácito a explícito), **combinación** (explícito a explícito) e **interiorización** (explícito a tácito).

Este escrito recupera algunos aspectos específicos de nuestro Proyecto de investigación. Buscamos determinar cómo los regímenes de coordinación vigentes facilitan u obstruyen estos flujos, especialmente en contextos donde la innovación suele ser incremental y basada en la experiencia acumulada. Además, recuperaremos las diferentes formas por las cuales nuestro objeto de estudio empírico evidencia las correlaciones entre algunas de sus conversiones de este espiral del conocimiento y las formas de coordinación empresarial basada en las convenciones.

Finalmente, el marco incorpora componentes del institucionalismo histórico, principalmente con la noción de *path dependence* (North, 1995) que sugiere que las organizaciones no son diseñadas en un vacío de eficiencia óptima, sino que dependen de sus antecedentes estructurales, disputas pasadas y tradiciones culturales. La pequeña y mediana empresa se entiende así, como una institución que produce identidades que influyen en la sociedad global.

Encuadre metodológico

La investigación exige aplicar una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa con un diseño no experimental y transversal. La fase del análisis cualitativo se obtuvo a partir de realizar entrevistas en profundidad para captar el sentido que los directivos otorgan al conocimiento, la tecnología y la coordinación de la gestión, para lo que se visitaron 5 establecimientos. Además, se aplicaron

herramientas propias del análisis cuantitativo, que consistieron en efectuar encuestas estructuradas con preguntas cerradas y construidas a partir de las dimensiones de análisis que recogemos de la bibliografía y de investigaciones previas. Conforme a los datos obtenidos al presente provenientes del Centro de Información Económica de la Municipalidad de Rosario y el Departamento de Economía de la Federación Gremial la cantidad de locales dedicados al comercio de alimentos en la ciudad de Rosario son aproximadamente 4.200, de las cuales el 90 % son Pymes o Minipymes, conformando un número inestable por una relativa informalidad. La determinación del tamaño de la muestra en una investigación que exija obtener datos cuantitativos, depende de tres factores: la varianza poblacional del parámetro bajo estudio, el nivel de confianza con el que se desea trabajar y el error máximo que puede aceptarse para los resultados, o sea la precisión que se requiere de la información.

En este caso particular el parámetro a estimar son los impactos al interior de la organización de las innovaciones realizadas en las empresas detalladas.

El tamaño de la muestra fue determinado después de la prueba de ensayo de la encuesta, a partir de las fórmulas tradicionales para estos trabajos, tomando el tamaño de la población, el margen de error, p y q (0,5; -0,5) las variaciones del resultado. Cuando la investigación es de tipo descriptivo o un estudio exploratorio en donde principalmente se realizará el cálculo de prevalencias, el tamaño muestral se obtiene con fórmulas para una sola población. El nivel de confianza se refiere a la probabilidad de que el dato deseado esté en el margen establecido. Este parámetro suele ser del 95%, (α = 0,05); sin embargo, al momento de presentación del informe el nivel de confianza alcanzado es 90% dado que las variaciones en las respuestas de los actores no constituyen una variación significativa, lo que nos ha permitido obtener información a partir de 65 encuestas realizadas al momento de presentar este informe, si bien se ha continuado con las encuestas lo que permitirá elevar el nivel de confianza.

El instrumento fue diseñado específicamente para hacer dialogar a las convenciones organizacionales que se observen, según detalla la teoría utilizada, con sus procesos de innovación interna y de creación de conocimiento. Se relevó la ubicación geográfica, identificando el barrio de operaciones comerciales de cada PYME de comercialización de alimentos encuestada. Si bien, hemos intentado ser representativos de la ciudad de Rosario, los datos muestran una concentración significativa en barrios con identidades territoriales fuertes como Alberdi (30%) y Aldea (25%). Esta misma herramienta cuantitativa nos proporcionó el tamaño de la Unidad, midiendo la cantidad de personal de cada emprendimiento. Aquí el elemento descriptivo primordial de la muestra es que el 75% son microPyMes de 1 a 5 empleados, lo que condiciona la densidad de las relaciones cara a cara.

Esta etapa del análisis se concentró en cuál es la noción de Tecnología entre los encuestados, cuya ponderación se repartió entre un instrumento que permite el ahorro de costos (vínculos con la convención mercantil), el logro de objetivos (vinculado con la convención industrial) y/o la comunicación fluida en el espacio de trabajo (con vínculos con la convención doméstica). El 40% de las PyMes encuestados optó por esta última, revelando una visión instrumental-relacional de la

tecnología. Con respecto a la significación del conocimiento, se reparte entre un activo lucrativo, la formación académica o la construcción colectiva en el espacio de trabajo. El 35% lo asocia al cumplimiento de objetivos mientras que un porcentaje menor (30%) lo vincula a la construcción común entre miembros.

Al evaluar las características principales de la innovación aplicada en las organizaciones, se identifican áreas de cambio centrales. Predominan las estrategias de mercadeo (40%) y la incorporación de plataformas de pago (30%). Indagando la proactividad y los motivos de la innovación, el 45% señala mejoras en la relación con proveedores/clientes y el 30%, la necesidad de incorporar demandas de los clientes, lo que puede caracterizarse como formas de innovación reactiva. El origen de las propuestas de dichas innovaciones también fue consultado, dando como resultado que la mitad de los encuestados cree que de las innovaciones nacen de propuestas, inspiración o inventivas individuales o colectivas espontáneas de los colaboradores, subordinando opciones relacionadas con planes específicos dirigidos por la dirección de la empresa.

Entre las formas de conocimiento más valoradas nos encontramos con que el 55% de los encuestados prioriza la experiencia y los aportes de los miembros, antes que la ponderación excesiva de formas más explícitas de conocimiento como manuales o fórmulas prefabricadas de éxito. Además de señalar el tipo de conocimiento, se observa que la forma usual de compartirlo es mediante la socialización (tácito-tácito en un 45%) antes que la exteriorización y/o la sistematización-combinación en conocimientos explícitos de complejidad incremental, que también se encuentran presentes. Frente a la pregunta sobre los desafíos y obstáculos a la innovación, se señala principalmente (45%) la lentitud para implantar nuevos conocimientos que aparecen constantemente.

Respecto a los sistemas de producción o comercialización implementados, casi la totalidad de los encuestados (95%) opera con lotes pequeños y diversificados, pocos niveles jerárquicos y delegación de funciones. Típicas estructuras de organizaciones que basan sus grandes acuerdos en la confianza personal, reforzando la lógica de la ciudad Doméstica (Eymard-Duvernay, 2001).

Estas dinámicas basadas en la confianza se extienden a los parámetros de incorporación de personal. El 70% elige personal por redes de confianza y relaciones interpersonales, no por currículum formal. Esto es dato típico de empresas de este tamaño en que las ofertas de formación profesional son reducidas (30% de los encuestados para este caso), priorizándolas como formas de transmisión de la experiencia y formación de nuevos colaboradores de un modo más tácito, desorganizado y experiencial. Esto contrasta con la dimensión de la relación con los proveedores, en la cual se destaca la convención mercantil (65% de los encuestados los ponderan meramente por el precio de sus productos) y el 50% por objetivos planificados (industrial).

También desarrollamos un grupo de consignas abiertas en las que emergieron preocupaciones en torno a la seguridad de la zona, la región o el barrio, los impuestos de los diferentes niveles de Estado y la caída del poder adquisitivo, entre otras cuestiones. Si bien presentan riqueza analítica, no están en el centro del interés y los objetivos de la investigación.

Resultados:

En esta sección se detallan los hallazgos en torno a tensiones entre formas inspiradas de creación de conocimiento y reactividad instrumental, al mismo modo que los dispositivos que se han detectado.

La estrategia metodológica elegida ha arrojado información en bruto que, analizada en publicaciones anteriores (Caila et al, 2021; Caila et al, 2022; Caila et al, 2025; Ulla y Pérez, 2026), nos ha permitido hablar de "montajes heterogéneos" (Urteaga, 2012). Aquí las PyMes, con una base estructurante doméstica interna, parecen encontrarse sometidas a un imperativo mercantil externo en torno a la demanda de innovaciones y a su relación con proveedores. Sin embargo, para la presente publicación queremos hacer foco en una tensión profunda que no había sido plenamente procesada en la producción académica anterior. Esta tensión se localiza entre el origen de la innovación y la percepción de la herramienta tecnológica.

Como se expuso en párrafos anteriores, la mitad de las PyMes encuestadas manifiestan que las innovaciones implementadas surgen mayoritariamente de propuestas espontáneas de los trabajadores, lo que nos lleva a reflexionar que la mayoría de las innovaciones no emergen de la planificación racional de las personas que participan en ellas, ni están basada en lógicas jerárquicas formales o informales. Si se utilizan las categorías de Convenciones, se puede afirmar lo mismo diciendo que la principal ponderación o grandeza de la innovación no tiene planificación racional ni está formulada por cálculos científicos. Con esto se puede inferir que las innovaciones organizacionales en buena parte brotan del ingenio y de la creatividad situada en el momento de la acción. Pero, cuando estas mismas organizaciones definen la tecnología, la mayoría (40%) la reduce a "artefactos para sostener la comunicación fluida" (como WhatsApp y redes sociales para ventas).

La tensión radica en que, mientras el motor real de cambio es la inspiración individual y también la colectiva, la tecnología es tratada más como un simple dispositivo de enlace relacional, antes que como un dispositivo industrial de transformación de procesos o de capitalización del saber. El dispositivo industrial presenta la posibilidad de ser más observable, en oposición reconocer colectivamente una creatividad individual es menos evidente. Esto explica la razón por la cual el 45% de las empresas se siente frustrada por la lentitud en la implantación de nuevos conocimientos. Al no poseer dispositivos de exteriorización que permitan pasar de la inspiración basada en conocimientos tácitos a la regla explícita, la idea espontánea del colaborador se reconoce, se socializa, pero al parecer no se institucionaliza en procesos más complejos y formales.

Esto deriva en lo que este PID identifica como innovación reactiva. Las PyMes innovan para no debilitarse frente a la demanda del cliente (por ejemplo, la inclusión de medios de pago digitales) o bien, por un hecho derivado de una inspiración que es aceptada por la confianza en las redes de proximidad, o lógica doméstica del dueño, pero no estabilizan un "espiral de conocimiento" ascendente (Nonaka y Takeuchi, 1999). La inspiración queda "atrapada" en la informalidad y la tecnología, queda limitada a ser un teléfono, una pantalla u otro instrumento, perdiendo su potencial como máquina de eficiencia industrial o un dispositivo cívico.

Respecto a la tensión señalada, entre una lógica de inspiración creativa o una reacción ante la familiaridad de los clientes, se recurre a un trabajo previo del equipo de investigación recuperando

un antecedente clave; en el artículo de Caila (et al, 2021) se trata específicamente el caso de la organización cooperativa denominada "Mercado Popular" (MP) de Rosario, Santa Fe, documentando la existencia de lo que denominamos un "dispositivo complejo de medición de calidad" (2021: 146). Este dispositivo fue una innovación en sí misma. No era un manual de procedimientos tradicional, sino una herramienta evidenciada en las formas de hacer y de tomar decisiones en la organización, que integraba variables de la ciudad Cívica (como el comercio justo, el trabajo familiar, la sustentabilidad), con parámetros de la ciudad Industrial (como los estándares técnicos y cadenas de frío de los alimentos frescos), así como la logística de los mismos. Este dispositivo funciona como un intermediario de calificación que obligó a los actores (productores, trabajadores y clientes) a "hablar" un lenguaje común, logrando una "subida en generalidad" (Eymard-Duvernay, 2001) que permitió al MP competir con precios justos sin perder su identidad social.

No obstante, al analizar la aplicación de esta idea a las micro PyMes comerciales privadas del sector alimentos, debemos ser críticos y evitar la "trampa de la industrialización forzada". La Economía de las Convenciones advierte que la ciudad Industrial tiene una naturaleza agresiva sobre la Ciudad Doméstica (Eymard-Duvernay, 2001). Sea que consideremos trabajos de investigación científica o propuestas de intervención, se observa que no es adecuada la búsqueda de dispositivos que operen como manuales rígidos o protocolos de control burocrático sobre los procesos, porque se puede invisibilizar o incluso atacar la cohesión vincular y la lealtad que permiten a estas empresas sobrevivir a las crisis en un entorno sin crédito.

La discusión analítica sugiere que el dispositivo complejo debe ser un dispositivo de compromiso (Eymard-Duvernay, 2001). Un compromiso no es una sustitución; es un equilibrio dinámico. El dispositivo debe permitir la exteriorización necesaria para la escala (por ejemplo, protocolos de trazabilidad técnica carnes frescas o de productos lácteos) pero debe dejar espacio para la innovación espontánea (ciudad Inspirada) y los importantes lazos de lealtad (ciudad Doméstica). Si el dispositivo es demasiado rígido, el trabajador dejará de proponer ideas espontáneas, como una "asfixia de la inspiración" porque sentirá que su saber no cabe en una rigidez maquinal. Por lo tanto, el éxito de un dispositivo radica en que sea una pieza viva de construcción general que admita ajustes locales y permanentes.

Conclusiones

La investigación del PID 2023-2026 demuestra que el problema de las Pymes de alimentos en Rosario no es la falta de voluntad innovadora, sino la fragilidad de sus dispositivos de conversión del conocimiento (Nonaka y Takeuchi, 1999). Este grupo de estudio considera central las oportunidades de transferencia y extensión tecnológica que son habilitadas por el diálogo y los vínculos construidos con específicas PYMES. Demostrados estos vínculos y relevada la necesidad de los dispositivos complejos comentados, encontramos que nuestra tarea de transferencia debe centrarse en construir estos puentes de compromiso.

Se considera apropiado, luego de los resultados alcanzados en la investigación, realizar una intervención que permita realizar cambios organizacionales aplicando los conceptos de la teoría aplicada. Este aspecto se considera relevante ya que este marco teórico es relativamente reciente

para los tiempos de validación reconocidos en las ciencias sociales. Por tanto, se realizará una intervención en el caso de una micro PyMe de comercialización de pescado fresco en el macrocentro de Rosario, sobre la que se profundice el aspecto de diagnóstico y luego se propondrán mejoras mediante una operacionalización conceptual mediante la noción de dispositivos de compromiso entre convenciones (Eymard-Duvernay, 2001) y los procesos de socialización, exteriorización, combinación e interiorización de la "espiral del conocimiento" (Nonaka y Takeuchi, 1999).

En primer lugar, se propone efectuar un diagnóstico y validación de la denominada grandeza del mundo doméstica. El asesoramiento debe iniciar reconociendo que el ojo del vendedor de la pescadería en torno a la frescura del producto es un conocimiento tácito - crítico que genera confianza en el/la vecino/a. No se debe intentar sustituir este saber por una máquina fría, sino validarlo como el activo principal de la empresa.

En segundo lugar, se debe realizar una exteriorización de saberes mediante dispositivos mínimos. Cooperar con el dueño a transformar ese saber tácito en dispositivos técnicos mínimos (como guías visuales de corte o protocolos de higiene estandarizados para personal nuevo). Esto activa la espiral de conocimiento, permitiendo que la incorporación de personal no dependa solo de la "red de confianza" (Caila, et al, 2025), sino de una calificación técnica transferible.

En tercer lugar, se deberá avanzar en un proceso de institucionalización de los atributos de ciudad Inspirada del proceso de innovación**.** Dados los datos recogidos de entrevistas y encuestas en torno al mayoritario aporte de las ideas espontáneas de colaboradores/as y trabajadores, se propone crear y estabilizar espacios de reflexión (reuniones de 20 minutos semanales) con el objetivo explícito de capturar esas propuestas inspiradas, codificarlas como mejoras de proceso y darles seguimiento reunión a reunión. Esto evita que la innovación sea puramente reactiva a la crisis y pase a ser una ventaja competitiva más planificada.

Como cuarto punto, se considera adecuado incluir una mediación en la Coordinación Mercantil-Industrial**.** Asesorar en la relación con proveedores. Moverse desde el criterio único de "precio del día" (mercantil puro) hacia acuerdos de calidad industrial-doméstica de largo plazo. Esto brindaría estabilidad a la pescadería frente a la turbulencia del entorno, utilizando la tecnología no solo para comunicación mínima (WhatsApp, redes), sino como un sistema de gestión del conocimiento de la demanda del macrocentro (por ejemplo, analítica de preferencias del cliente).

Las transferencias tecnológicas consisten en actuar como intermediarios de calificación que acompañen a la PyMe en su propio proceso de "subida en generalidad" (Nonaka y Takeuchi, 1999), en este caso el equipo de investigación es indicado para llevar adelante esta etapa. El objetivo final es un régimen de coordinación que sea estable por sus valores de lealtad compartidos, ágil y profesionalizado por sus dispositivos de aprendizaje sistemático. Creemos que este sería el camino más eficiente a través del cual las Pymes rosarinas de los rubros estudiados puedan abandonar una actitud reactiva frente a la innovación y se conviertan en verdaderas organizaciones creadoras de conocimiento.

Bibliografía:

- Boltanski, L. y Thévenot, L., (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard
- Caila, M. M., Leda, A., Pérez, S., & Ulla, V. (2022). La coordinación interna en empresas: estudio de caso a partir del marco teórico de economía de las convenciones. *Revista del Instituto de Investigación y Asistencia Tecnológica en Administración*, Vol. 7, Nº 7. 213–224.
- Caila, M., Pérez, S., Ulla, V., Stanley, M., & Leda, A. (2025, octubre). Regímenes de coordinación en los procesos de innovación y creación de conocimiento en Pymes de comercialización de alimentos en la ciudad de Rosario. *Actas de las Vigesimonovenas Jornadas de Investigación* en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, UNR, Rosario, Argentina.
- Caila, M.; Leda, A.; Pérez, S. y Ulla Irigoyen, V. (2021). Sistema social empresarial y las innovaciones tecnológicas: Análisis a partir de un estudio de caso. *Revista del Instituto de Investigación y Asistencia Tecnológica en Administración*, Universidad Nacional de Rosario. PP. 139-148
- Crozier, Michael y Friedberg, Erhardt (1990). *El actor y el sistema*. México: Alianza.
- Eymard-Duvernay, François. (2001). Economía de las convenciones y su aplicación al estudio de las empresas y los mercados.
- March, James G. y Simon, Herbert A. (1957). *Organizations*. Nueva York, John Wiley and Sons.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). La organización creadora de conocimiento: cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación (Vol. 1). México: Oxford University Press.
- North, D. (1995). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ulla Irigoyen, V., & Pérez, S. (2026). Los vínculos entre innovación y coordinación interna en pymes de comercialización de alimentos de Rosario. *Revista Invenio*. Universidad del Centro de Estudios Latinoamericano. En prensa.
- Urteaga, E. (2010). La sociología de la empresa en Francia: una construcción progresiva. *Revista Internacional de Organizaciones* (RIO), (5), 151–164.