

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS DEL
SECTOR COOPERATIVO DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA.



DIEGO FERNANDO BRAVO VASQUEZ
CARLOS JOSE NUÑEZ FELIZZOLA
YEILIN TATIANA PAEZ

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTA MARTA
2016

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS DEL
SECTOR COOPERATIVO DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA.



DIEGO FERNANDO BRAVO VASQUEZ
CARLOS JOSE NUÑEZ FELIZZOLA
YEILIN TATIANA PAEZ

ANÁLISIS SISTEMÁTICO DE LITERATURA, PRESENTADA COMO
MODALIDAD DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS

JOSE LUIS ROSENSTIEHL MARTINEZ
ASESOR

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTA MARTA
2016

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Santa Marta, Noviembre de 2016

DEDICATORIA

Agradezco por este proyecto a Dios que me dio vida y salud para afrontar cada uno de los obstáculos que conllevó a realizar este trabajo con total satisfacción, también doy gracias a cada uno de mis compañeros de equipo que apoyaron en todo momento la investigación generando un ambiente lleno de conocimiento y con resultados extraordinarios.

DIEGO FERNANDO BRAVO VASQUEZ

DEDICATORIA

Quiero agradecer este proyecto de investigación, primero a Dios que me permitió la existencia y a su vez esa voluntad de estudiar y salir adelante, en segundo lugar y no menos importante a mi familia y principalmente a mis padres quienes me han brindado su apoyo y respaldo en todo momento, por ultimo quiero agradecer a la universidad y a su planta de docente, porque gracias a ellos he podido consolidar mis estudios y así adquirir conocimientos y desarrollar este proyecto de grado de la mejor forma.

CARLOS JOSE NUÑEZ FELIZZOLA

DEDICATORIA

Quiero agradecer este proyecto a Dios que fue el pilar e inspiración para esta investigación y es el que me permite surgir en mis estudios, también a mi familia y principalmente a mis padres que son los que me han financiado mis estudios y mis proyectos que siempre respaldan en todo momento, por ultimo le agradezco al docente, que me brindo los conocimientos para desarrollar este proyecto.

YEILIN TATIANA PAEZ SUAREZ

AGRADECIMIENTO

Para comenzar, darle las gracias a Dios que nos ha permitido estar en este camino de formación académica y donde ante todo seamos mejores seres humanos comprometidos con nuestros valores, que de esta manera seremos profesionales de calidad con grandes capacidades para contribuir al desarrollo económico del país.

Consiguiente agradecer a nuestros padres que brindaron su apoyo incondicional, al profesor José Luis Rosenstiehl Martínez quien con su sabiduría supo guiarnos en el desarrollo de esta investigación.

Por último a la Universidad Cooperativa de Colombia y a todo el cuerpo de Docentes con quien tuvimos la oportunidad de compartir clases, nos colaboraron y nos llevaron de la mano a culminar nuestro propósito académico, por brindarnos la oportunidad de seguir con nuestros estudios superiores.

CONTENIDO

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
0. INTRODUCCION	11
1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR	12
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
2. JUSTIFICACION	13
3. OBJETIVOS	14
3.1 OBJETIVO GENERAL:.....	14
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	14
4. METODOLOGIA	15
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	15
4.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	15
5. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA	16
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	24
6.1 INNOVACIÓN QUE HAN IMPLEMENTADO LAS COOPERATIVAS EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA.	25
6.2. SITUACIÓN ACTUAL EN MATERIA ECONÓMICA DE LAS COOPERATIVAS A PARTIR DE LA APLICACIÓN DE DIFERENTES TECNOLOGÍAS.....	26
6.3. CRECIMIENTO Y DESARROLLO TECNOLÓGICO QUE HAN TENIDO LAS COOPERATIVAS CON RESPECTO A OTRAS CIUDADES DE COLOMBIA.	27
6.4. BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS Y LA FIDELIZACIÓN DEL MISMO, A PARTIR DE LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS COOPERATIVAS.	28
7. CONCLUSIONES	35
8. RECOMENDACIONES	36
9. BIBLIOGRAFÍA	37

RESUMEN

Este análisis documental no experimental, se basa en el tema de la gestión de la innovación tecnológica en las Cooperativas de la ciudad de Santa Marta partiendo desde diferentes enfoques globales que hacen posible el estudio de estas empresas solidarias.

En el desarrollo de la investigación se precederá a tratar los diferentes conceptos de los autores que han aportado a esta área de la economía solidaria y que dan sus conocimientos para que sean aplicadas a las cooperativas de la ciudad de Santa Marta y se genere el crecimiento de las mismas manteniendo la naturaleza solidaria y los principios organizacionales que las rigen. En el desarrollo de los objetivos donde se describe paso por paso cada gestión (tecnológica, gerencial y de la innovación) realizadas en las cooperativas de la ciudad de Santa Marta sin desconocer su función sin ánimo de lucro.

Para finalizar la investigación se estipuló unas soluciones críticas pero constructivas que favorecerán al sector de la economía solidaria, se planteó de manera crítica el análisis general del tema y la discusión del mismo para contribuir a la solución de una problemática que hace replantear la forma de tecnificación de las empresas y en las recomendaciones más factibles está la inversión como mecanismo al cambio empresarial solidario.

Palabras claves: Gestión, Innovación, Tecnología, Cooperativas, Calidad.

ABSTRACT

This non-experimental documentary analysis is based on the theme of management of technological innovation in cooperatives in the city of Santa Marta starting from different global approaches that make the study of these joint enterprises possible.

In developing research precede treat different concepts of authors who have contributed to this area of the solidarity economy and give their knowledge so that they are applied to cooperatives in the city of Santa Marta and growth generated maintaining the same caring nature and organizational principles that govern it. In developing the objectives which describes step by step every management (technological, management and innovation) made in the cooperatives of the city of Santa Marta without ignoring its function nonprofit.

A critical but constructive solutions that favor the solidarity economy sector bargained for completion of the investigation, was raised so critical of the overall analysis of the topic and the discussion of it to contribute to the solution of a problem that makes rethink how technicalization companies and the most feasible recommendations this investment as supportive mechanism to business change.

Keywords: Management, Innovation, Technology, Cooperatives, Quality.

0. INTRODUCCION

El presente informe investigativo tratara de diversos subtemas desprendibles del tema central a tratar acerca de la gestión de la innovación tecnológica en las cooperativas de la Ciudad de Santa Marta. En la ciudad de Santa Marta los sectores comerciales se dividen desde el turístico hasta el del sector solidario, todos en sus mayores funciones representan el impulso de la ciudad en materia empresarial.

Las inversiones que se realizan en la ciudad para promover el emprendimiento a los samarios van en aumento porque es la manera más viable para generar empleos en la ciudad. Este proyecto investigativo va encaminado a resolver muchas dudas con referente a la innovación que cuentan las cooperativas de la ciudad en que fuerte son sus áreas organizacionales y si de verdad cumplen con sus naturalezas y principios del de la economía solidaria.

Para ilustrar un pre avance del informe, las cooperativas podrán ser el motor de fuerza empresarial en la Ciudad de Santa Marta que al paso que va podrán organizarse de la mejor manera y como su capital se reinvierte el crecimiento será a corto y mediano plazo en comparación con las empresas capitalistas. Las plantas de personal serán claves en el desarrollo de la investigación donde se tratara de relacionar la labor de cada trabajador con la cooperativa y en coordinación directa de su puesto o lugar de trabajo.

Con este informe se tratara de nutrir el conocimiento de los estudiantes profesores y comunidad en general para que conozcan la finalidades de las cooperativas en la ciudad de Santa Marta que van en crecimiento desde un enfoque empresarial solidario. Para crear empresa en Colombia no es un proceso fácil pero tampoco algo fuera del otro mundo porque una cooperativa se crea con aportes iniciales de varios socios que legando a un solo fondo se creara de manera sostenible y proyectándola siempre al avance empresarial de la ciudad.

Continuando en los objetivos específicos se describirá la forma de ilustración de los sistemas tecnológicos especializados en tecnificación de las empresas cooperativas, una buena tecnificación genera calidad y estandarización de los productos en general logrando la satisfacción de los clientes.

1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las cooperativas de la ciudad de Santa Marta pasan por un momento de crecimiento, es decir por un ciclo de expansión en materia de infraestructuras y de prestación de servicios, uno de los puntos a tratar que es de relevancia es el poco desarrollo que han tenido las cooperativa de la ciudad, solamente han crecido de manera inadecuada.

Prestar servicios o vender productos en una empresa cooperativa debe ir más allá de la cantidad y dar la mejor calidad posible, esta calidad debe ir reflejada en el servicio y en la infraestructura además sin desconocer la forma de atención al cliente como pieza fundamental para tener una empresa prospera. El manejo de la tecnología se ha venido desarrollando con gran auge desde la globalización, todas las compañías deberán aplicar la tecnología a sus sistemas para así ser pioneros ante otras empresas solidarias.

La poca gestión de las cooperativas ha ocasionado que en la ciudad de santa marta se desarrollen estas empresas solidarias, la poca inversión hace que se cuenten con cooperativas de garaje, las cuales son creadas y manejadas desde una vivienda sin la seriedad posible, y para poder avanzar en el sector solidario se debe reinvertir las ganancias obtenidas para poder tecnificarse y aplicar toda las formas de innovación tecnológicas en la ciudad de Santa Marta.

En las cooperativas colombiana se ve reflejado el avance empresarial que por muchos años el modelo capitalista no determinaba, las cooperativas a nivel nacional lo que han logrado es que las personas solidarias se unan y empiecen a generar avances para el país en materia empresarial esto contrae que la generación de empleo crezca y se empiece a construir tejido social por Colombia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Como se ha aplicado la gestión de la innovación tecnológica en las empresas del sector cooperativo de la ciudad de Santa Marta?

2. JUSTIFICACION

La presente investigación se realiza con el fin de dar a conocer las formas de innovación Tecnológica que tienen las Cooperativas en la Ciudad de Santa Marta, teniendo en cuenta su tamaño.

Es de suma importancia realizar esta investigación porque se podrá justificar el avance que ha tenido las cooperativas de la Ciudad en materia Tecnológica. Cabe resaltar que la Tecnología es pieza fundamental para cualquier tipo de Empresa, independientemente de su actividad económica, entonces, se debe tener claridad en los procesos que debe tener una Cooperativa para poder implementar la Tecnología en sus campos o áreas Organizacionales. Por medio de esta investigación se procede a definir conceptos de diferentes Autores en materia de Tecnología e Innovación en las Cooperativas.

“Que se trate de empresas no lucrativas no significa que no tengan vocación de permanencia y continuidad. Algunos han hablado de empresas de servicios, que se preocupan por hacer bien las cosas, frente a las empresas de resultados, que se preocupan por el beneficio. A fin de cuentas el beneficio puede considerarse la consecuencia de que se lleva a cabo un buen trabajo y la garantía de que se va a seguir haciéndolo en el futuro” (CHARTERINA, 2009).

No obstante la Innovación ha marcado a las Empresas, especialmente a las Cooperativas porque al no ofrecer productos o servicios con diferenciales pues ocasiona que se aislen del mercado, aun sabiendo que las Cooperativas son sin ánimo de lucro siempre deben estar ofreciendo lo mejor. De esta forma se puede indagar acerca de cómo ha sido el avance que han tenido las Cooperativas a partir de la era de la globalización, puesto que desde un contexto global se ha venido aplicación la Innovación Tecnológica en las Empresas y mucho más en las grandes asociaciones sin ánimo de lucro.

Desde un enfoque práctico las Cooperativas deben buscar la forma de avanzar en el mercado, creciendo y desarrollándose, dando confiabilidad en lo que ofrecen. En Santa Marta las Cooperativas han optado por crecer más no por desarrollarse y en el transcurso de esta investigación se dará respuesta y se demostrara como es si es posible implementar la Tecnología para beneficio tanto de la Empresas asociadas y los usuarios.

3. OBJETIVOS.

3.1 OBJETIVO GENERAL:

- Describir la Gestión de la Innovación Tecnológica en las Empresas del Sector Cooperativo de la ciudad de Santa Marta.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar la Innovación que han implementado las Cooperativas en la Ciudad de Santa Marta.
- Plantear la situación actual en materia económica de las Cooperativas a partir de la aplicación de diferentes Tecnologías.
- Comparar el crecimiento y desarrollo Tecnológico que han tenido las Cooperativas con respecto a otras Ciudades de Colombia.
- Indicar los beneficios para los usuarios y la fidelización del mismo, a partir de la transformación Tecnológica en las Cooperativas.

4. METODOLOGIA

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según el autor (Santa paella y feliberto Martins (2010)), define: La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales- uno de, los ejemplos más típicos de esta investigación son las obras de historia.

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Smith y Davis (2003), siguiendo la propuesta de Kirk (1995), incluyen bajo la etiqueta de métodos no experimentales las siguientes estrategias de investigación: métodos descriptivos -se caracterizan porque se limitan a observar y documentar diversos aspectos de una situación o de un fenómeno que ocurre de forma natural (dentro de estos métodos incluyen los estudios de casos y la observación natural)-; la investigación cualitativa que según Creswell (1998) es un proceso de indagación para comprender un problema humano o social basado en un complejo, figura holística formado con palabras, recogiendo opiniones detalladas de los informantes y llevado a cabo en un ambiente natural (p. 2); los estudios correlacionales cuyo objetivo es establecer relaciones entre variables; los estudios ex post facto que se caracterizan porque las variables que se estudian se seleccionan después de que hayan ocurrido; y las encuestas.

4.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de esta técnica se llevaran a cabo las siguientes formas de recolección de información:

- ✚ Se recolectara documentos, revistas y diferentes libros referentes al tema de investigación.
- ✚ Se analizara y deducirá lo que los autores aporten a la investigación.
- ✚ Se desarrollara todo el esquema del trabajo de grado describiendo todo el análisis de la investigación realizada.
- ✚ Se concluirá y dará solución a la problemática del tema central basados en la documentación no experimental.

5. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA

Dando inicio a la parte de resultados de la investigación de determina lo que se va a plantear, la gestión tecnológica como los conocimientos y metodologías científicas en su diseño y desarrollo, mediante los cuales se toman decisiones sistemáticas. Bunge (1985) considera la tecnología como un adecuado campo de investigación, diseño y planificación, que emplea conocimientos científicos para controlar procesos, diseñar artefactos y concebir operaciones de manera racional. La construcción y desarrollo de la tecnología en las diferentes formas de transformación, desarrollo e innovación depende del avance, significado y potencialidad de los múltiples saberes, las bases teóricas y las perspectivas de consolidación de la ciencia, forma y base del avance del conocimiento. (Cacheiro, Sanchez, & Gonzales, 2016).

Cierto es que se constata, que la Gestión tecnológica ha padecido profundas transformaciones en los valores, la estructura, los procesos y los estilos de dirección de las organizaciones, como consecuencia de los grandes cambios en el entorno en que éstas operan: creciente complejidad de la economía, globalización e interdependencia de los mercados, altos niveles de competitividad, incorporación masiva de nuevas tecnologías, etc. Se considera que el éxito en las organizaciones gira en torno a dos pilares básicos, los recursos humanos y los clientes, con lo que la atención de la empresa se dirige hacia la gestión estratégica de ambos y por tanto hacia la identificación y satisfacción de sus necesidades. (Bordas, 2016)

Es significativo, que en el mundo empresarial se debe tener en cuenta la Gestión tecnológica como constante del cambio. Las compañías, unas más que otras, deben adaptarse a las nuevas tecnologías que por lo regular conllevan costos más bajos de producción y a nuevos gustos y cambios en la moda. La empresa debe fabricar, no lo que quiera producir sino lo que el mercado le demande; se debe fabricar lo que esté de moda porque la gran mayoría quiere estar en ella y por eso está dispuesto a pagar más; especialmente cuando se fabrican productos para el mercado femenino o para el mercado de la cibernética y las comunicaciones. (Van Den, 2012).

Lo que importa observar, es que la Gestión tecnológica tiene relación con la publicidad la cual tiene dos objetivos, de acuerdo con las preferencias del anunciante, sus objetivos, o las demandas del mercado. En primera

instancia, idealmente, la publicidad informa al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferenciación por sobre otras marcas. En segundo lugar, la publicidad busca inclinar la balanza motivacional del sujeto hacia el producto anunciado por medios psicológicos, de manera que la probabilidad de que el objeto o servicio anunciado sea adquirido por el consumidor se haga más alta gracias al anuncio. (Perez A. F., 2013)

Por supuesto, la Gestión tecnológica va de la mano con todo el sistema virtual y de las redes sociales como medio de comunicación, en el primer momento de la aparición de las redes sociales, como cualquier novedad, se podía pensar en ellas con cierto grado de incertidumbre respecto a su utilidad, pues cualquier persona puede dudar acerca de si se va a poder adaptar bien a ellas o si van a servir eficazmente para lograr los objetivos deseados. Aunque, de entrada, las redes sociales abren muchas posibilidades de relaciones, conocimiento o cooperación. (Valls, 2016)

Pero dejando de lado, los diferentes conceptos, el desarrollo de las Tecnologías incluyendo la Gestión tecnológica de la Información y Comunicaciones (TIC) ha favorecido la creación de entornos virtuales online que facilitan el contacto de clientes y empresas, haciéndolos más accesibles. La Web 2.0 favorece tener una exposición uniforme durante la estancia del cliente en el entorno virtual que las empresas le ofrecen, facilitándole su interacción y adaptando la oferta a sus necesidades, siendo transparentes y permitiendo, si así lo desea, su implicación y futura conversión en los servicios y productos para satisfacer sus demandas específicas. (Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2014)

Pero antes de seguir adelante, se considera las distintas aportaciones de la Gestión Tecnológica sobre el catch-up tecnológico señalan que la difusión internacional de la tecnología juega un papel fundamental en el crecimiento económico y en los procesos de convergencia entre países. Así, la generación de conocimiento e innovaciones son los factores que causan la diferencia tecnológica existente entre el país líder, que crea tecnología, y el seguidor, que la imita. Esta hipótesis de catch-up implica, por tanto, la importancia de las capacidades de absorción de los países seguidores. (Quiñones, 2012)

Se ha dicho, que la Gestión tecnológica es, básicamente, un factor de producción formado por un conjunto de conocimientos que sirven para la fabricación de bienes y la prestación de servicios. El saber cómo hacer (know-how) unos productos o prestar unos servicios, mediante una tecnología determinada, con unos determinados costes, en unos plazos y con una calidad adecuada, exige, de una capacidad investigadora y de aprendizaje, implícita, relacionada con el sistema. Es decir, la tecnología, de por sí, impone estar en continua y excelente relación íntima con el progreso técnico asociado a su actividad empresarial. De otra parte, como consecuencia de la interacción del entorno y del impacto de las innovaciones empresariales, la empresa se ve obligada a elaborar nuevas estrategias globales. Los productos y procesos vinculados a los nuevos segmentos de mercado requieren, en general, nuevas tecnologías que pueden estar o no disponibles en la empresa. (Lopez E. M., 2015)

Se señala en pocas palabras, la Gestión tecnológica que aparecen lo hacen para mejorar el rendimiento de los productos o procesos actuales en algunas dimensiones que son valoradas por los usuarios o fabricantes. Algunas de ellas los mejoran fuertemente, radicalmente, mientras que la mayor parte lo hace incrementalmente. Pero alguna vez surge un nuevo tipo de tecnología que genera un tipo de producto, posiblemente de peores características a corto plazo que los establecidos en el mercado, pero que son valorados mucho más por los usuarios. Posiblemente más baratos, más pequeños, más sencillos de usar, etc., y se imponen provocando el fracaso de empresas preestablecidas. (Hidalgo, Serrano, & Pavon, 2013)

Como se indicó, la Gestión de la Innovación Tecnológica hay que adaptar la carga de trabajo a las situaciones específicas de la persona y capacitar a quién lo precise determinando las necesidades de formación o motivación. Entre los métodos que más están utilizando las empresas para apoyar profesionalmente a sus empleados están los seminarios sobre el control del estrés, lo que quiere decir que la formación que se da a los empleados no se limita a una formación técnica que les permita conocer las exigencias técnicas de su puesto de trabajo sino la formación complementaria que precisan para el desempeño de su tarea en unas condiciones psicológicas más adecuadas. (Sols, Fernandez, & Romero, 2013)

De manera que, el mejoramiento continuo tiene cosas importantísimas, entre ellas, en la Gestión de la Innovación Tecnológica, el que mejorar no significa

saltar, mejorar significa ir superando gradualmente los niveles de desempeño, niveles más adecuados de respuesta y de acción. Las bondades de trabajar con una nueva filosofía enmarcada dentro del mejoramiento continuo nos permiten abonar el camino hacia la excelencia, garantizar la calidad, el éxito y la supervivencia. Estas bondades son claras y entre otras podemos enunciar: Servicios que superan las expectativas y necesidades de los clientes. Fructíferas relaciones con la comunidad. Mayor flexibilidad organizacional. Excelentes relaciones humanas. (Escobar, 2011)

Del mismo modo, la necesidad de trabajar por la Gestión de la Innovación Tecnológica de manera ordenada seguramente se dio a partir de la llamada era industrial debido a que cambiaron las condiciones del hombre que trabajaba en el campo por las del hombre que comenzó a trabajar en una fábrica; sobre todo porque tenían que disponer de procedimientos y técnicas para dominar máquinas que hasta ese momento eran desconocidas para los nuevos trabajadores y a las que debían adaptarse. Adam Smith en su libro titulado Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones cuya primera edición apareció en Londres en el año de 1775, dedica un apartado a las causas que perfeccionaron las facultades de trabajo y el orden, según el cual, sus productos se distribuyen entre las diferentes clases del pueblo. (Torrez, 2014)

De modo que, el problema no es con la innovación si no con la Gestión de la Innovación Tecnológica, que estamos como con la calidad hace 25 años, ha dicho Clayton Christensen. Sabemos que algo es innovador cuando ha sucedido y todo indica que en realidad lo que subyace en el pensamiento íntimo es que innovar es una actividad esencialmente azarosa. Parece que si existe unanimidad en la necesidad de innovar necesitamos una delimitación del dominio de la innovación, algo que tiene que ver más con la organización que con la tecnología, como venimos insistiendo. Y necesitamos una investigación científica acerca de cada proceso innovador donde contemos las cosas como sucedieron, no como nuestro marco lógico impone. La mayoría de las veces la narrativa no responde a la realidad sino a ese marco lógico tranquilizador. (Díaz Santos Ediciones, 2013)

Es así como dejar que los clientes digan lo que les importa. Para la Gestión de la Innovación Tecnológica no hay que diseñar nunca un sistema de medición partiendo de supuestos o creencias sobre las necesidades de los clientes o atendiendo a las necesidades de los diferentes miembros de la empresa. Los tres tipos de mediciones (proceso, producto y satisfacción)

deben estar en consonancia con lo que realmente importa al cliente. Seleccionar cuidadosamente las medidas concretas y establecer un sistema de medición compensado entre mediciones de proceso, producto y satisfacción. Se sabe que las personas suelen hacer lo que se les dice que hagan y aquello por lo que se les recompensa. Por tanto, resulta imprescindible considerar el número y las características de las medidas propuestas. (Guardaño, 2012)

Hay otro aspecto, que las normas internacionales desarrollan los requisitos para un sistema de gestión de calidad enfocado a la satisfacción del cliente es la Gestión de la Innovación Tecnológica, puesto que según expone el sistema de gestión: “necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables”. (Checa, 2014)

Para simplificar podríamos decir, que según Schumpeter, «la innovación es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario». La finalidad de la introducción de una novedad puede ser satisfacer alguna necesidad acuciante o permitir a su creador obtener una ventaja frente a sus competidores. (Careaga, 2013)

Parece, sin embargo, como si bien lo marginal y pobre no es obstáculo para la transmutación competitiva de las ciudades, en el sector cooperativo se tiene en cuenta, la población marginada que habita en zonas urbanas afecta negativamente la infraestructura, deteriora la productividad y retrasa el avance de la tecnología. No es tanto que la pobreza corra la competitividad urbana como que la falta de competitividad incentive la pobreza turgente. Una ciudad que debe asignar sus escasos recursos a mantener vivos a sus habitantes permanecerá siempre rezagada a la hora de transmutar hacia el progreso. (Villamizar & Villamizar, 2011)

Es fácil comprender, el sector Cooperativo por qué la dinámica de la tradición asume la concepción del destino y la historia o *res gestae* (la cosa hecha). Es por ello que el conocer el modo en que han ocurrido los hechos en el

pasado (sentido histórico de la estrategia) nos ofrece no sólo mayor certidumbre, sino que nos permite además conocer los valores o creencias que plasmaron dichas formas de comportamiento supone una mayor probabilidad de ocurrencia futura. Para quienes se dedican a los estudios prospectivos, el hecho de estudiar la historia, los patrones culturales e identitarios sobre los que se desenvuelven determinados países-mercados de (Garrido, 2012)

Se diría, pues, que por su parte, Singer señala que la Economía Solidaria como creación humana, es falible, pero con fortaleza como movimiento colectivo; representa una respuesta a la crisis social que proviene de la reestructuración productiva, las nuevas tecnologías, la falta de crecimiento económico y por la globalización, dejando de lado el desarrollo de los trabajadores, los pequeños empresarios y los campesinos. El autor define la Economía Solidaria como: Formas de organización económica que adoptan los valores de la democracia llevados hasta las últimas consecuencias dentro del área económica: de que todos somos iguales, todos tenemos el mismo poder de decisión, si es necesario delegar todos votan por igual y las personas que los representan tienen que someterse a la voluntad general, caso contrario, son destituidas para que otras sean elegidas. Entonces, Economía Solidaria es una forma democrática e igualitaria de organización de diferentes actividades económicas (Singer, s.f.: 4). (Angel, Porrua Miguel Editorial, 2014)

Se recuerda, que los nuevos ingredientes tecnológicos, culturales y de gestión del sector Cooperativo que van a ir transformando las empresas tienen una relación directa con el conocimiento, su producción y su aplicación en las diversas facetas que constituyen una empresa. Aunque por lo general es más fácil referirse a la tecnología como el sustrato básico del conocimiento aplicado en el procesamiento de los objetos físicos o la información, sin embargo la aplicación del talento como el recurso principal de las personas es el determinante del éxito empresarial. Pero el talento no entendido como capacidad intelectual aislada sino el conocimiento de las personas acompañado de su potencial de ilusión y búsqueda de nuevos espacios de creación de ideas y de construcción de soluciones. (Goñi, 2012)

Si se tiene en cuenta, que de conformidad con el Artículo 3 del Decreto 4588 de 2006, el sector Cooperativo. Las Cooperativas y Pre cooperativas de Trabajo Asociado son organizaciones sin ánimo de lucro, pertenecientes al

sector solidario de la economía, que asocian personas naturales que simultáneamente son gestoras, contribuyen económicamente a la cooperativa y son aportantes directos de su capacidad de trabajo para el desarrollo de actividades económicas, profesionales o intelectuales, con el fin de producir en común bienes, ejecutar obras o prestar servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016)

De todos modos, cuando la empresa cooperativa La empresa ha sido objeto de estudio desde que en el siglo XIX, y fundamentalmente debido a la Revolución Industrial, su importancia fue creciendo de forma ininterrumpida, coincidiendo con el surgimiento de las primeras experiencias cooperativas. La cooperativa es reconocida en la actualidad como parte del sector de la economía social o solidaria, siendo denominada como “empresa de economía solidaria” por Rivera, et al (2004), al existir muchos rasgos que la diferencian tanto de las empresas privadas orientadas al lucro como de propiedad estatal. (Fernandez, 2011)

Pero volver, a los asuntos en la Región caribe, en esta región se encuentra una constante: las cooperativas son las organizaciones más numerosas y organizadas, y son relevantes dentro del movimiento económico de la región. Es importante resaltar la gran labor que vienen desarrollando los organismos de apoyo, al impulsar las microempresas para la generación de empleo y superar los diferentes factores que han afectado el progreso de esta región. En la región se registran 444 organizaciones solidarias, de las cuales tienen mayor preponderancia y desarrollo las organizaciones cooperativas, con 120 entidades, seguidas por los fondos de empleados, con 100 organizaciones ampliamente consolidadas. En cuanto a los sectores económicos y la actividad de la economía solidaria, es particularmente relevante el aporte que se hace en el sector financiero, con 116 organizaciones dedicadas a la actividad de ahorro y crédito, seguidas por las cooperativas empresariales, de las cuales se identifican 49; las organizaciones de servicios varios – identificadas como NCP–, de las cuales aparecen 214 registradas y en funcionamiento. Todas estas organizaciones solidarias, como sector alternativo, ocupan un lugar importante en el desarrollo y crecimiento económico de la región. (Pardo, 2006)

Por esta razón, el cooperativismo es el que aparece como uno de los componentes más significativos de la economía social, en particular cuando

se trata de generar productos, trabajo o empleo, o prestar servicios públicos. Este cooperativismo se erige como un movimiento plural, de impacto transversal, que hace pie en todos los sectores sociales. Tiene sus propios valores y principios pero adapta su práctica a las diversas franjas productivas y laborales de las cuales se nutre. (Asociación de Cooperativas Argentinas, 2014)

Por último, las cooperativas son empresas, por su misma naturaleza, alternativas y resistentes al medio (en general nada favorable, tanto en el ámbito del capitalismo como en las economías estatalizadas). A diferencia que en las empresas basadas en el materialismo (“lucrativismo” como término edulcorado para las sociedades de base capitalista), las cooperativas tienen un ánimo (un alma) procedente de la piedad religiosa (solidaridad) y de la participación (democracia), como ya hemos indicado antes. Por ello el cooperativismo es una alternativa histórica para, desde la libertad, llegar a un mundo mejor. (Valdes, 2014)

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

La gestión tecnológica trasciende desde la época de la revolución industrial donde se industrializaron los mercados y empezaron a ir tecnificando los productos hechos por las empresa desde ese entonces ya las cooperativa empezaban a reflejarse y a entrar poco a poco en el ámbito empresarial solidario, una de las razones de aumentar la productividad sin duda era adquiriendo maquinarias para la producción y evitar tanta mano de obra y poder reducir los procesos a mano que por ser lentos no generaban el equilibrio económico para la empresa.

Por parte de los socios solidarios la inversiones debe ser la mejor opción para el crecimiento de la empresa solidaria basados en los principios organizacionales establecidos por normatividades internacionales que regulan estas cooperativas, esto hará conllevar al crecimiento de la misma de manera sostenible y responsable en beneficio de los clientes que requerirán productos estandarizados.

La calidad empezó a ser vista como el factor para ser competitivos y permanecer en el mercado objetivo, cabe resaltar que una cooperativa por el hecho de ser sin ánimo de lucro no significa que no tendrán ingresos, lo que se origina en estos casos es que los ingresos serán para reinvertirlo no para lucrarse los socios en común.

La gestión de la calidad es relativa porque no se conoce a ciencia cierta la preferencia exacta de un cliente siempre se utiliza la prospectiva de cómo generar expectativa y la necesidad a los clientes para que se antojen de un producto, porque los clientes se deben fidelizar por la forma en que se le cree la necesidad, y no esperar a que la competencia innove en la calidad para que como empresa se generen cambios.

La innovación como la gestión a realizar en las cooperativas de la ciudad de santa marta para estar en constante cambio de los procesos en general y dar siempre lo mejor para los consumidores, pero hay algo relevante y es el manejo de la innovación y tecnología de los procesos internos los cuales se deben direccionar de manera clara sin cambiar de un total y repentinamente el producto inicial, por ejemplo al producir un producto x siempre se debe manejar la misma idea de fabricación pero con diferenciales en su color o textura, y si se le aplica un valor

agregado será magnifico para que los clientes se comprometan más con la empresas al momento de comprar sus productos.

6.1 INNOVACIÓN QUE HAN IMPLEMENTADO LAS COOPERATIVAS EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA.

En vista de que las cooperativas de la ciudad de Santa Marta han implementado diferentes tipos de innovaciones para permanecer vivas en el mercado potencial, para ello la inversión ha sido fundamental en el momento de proyectar a las empresas solidarias a un futuro con la aplicación de innovación en sus procesos para los empresarios es claro que las decisiones que se toman en el presente son las consecuencias que se darán en el futuro las cuales pueden ser buenas, regulares o malas para la empresa.

La competitividad de las empresas y ésta a su vez, está íntimamente relacionada con la capacidad innovadora del sector empresarial. Y nos preguntamos ahora: ¿cómo pueden las empresas innovar? Normalmente, esta cuestión lleva implícito el concepto de Innovación Tecnológica, entendiéndose ésta como “la incorporación de nuevas tecnologías a la actividad de una empresa dando como resultado cambios en los productos o en los procesos de fabricación”. Pero existen otros campos de la innovación empresarial como pueden ser la organización interna, la capacidad estratégica empresarial, el diseño y la calidad, modos de comercialización, etc., que no deberían ser despreciados a la hora de analizar la capacidad innovadora de una empresa, ya que pueden ser igual o más significativos que la innovación tecnológica en determinados sectores empresariales. Nos vamos a centrar en este caso en el concepto de Innovación Tecnológica, intentando describir de forma clara qué se entiende por ello, las diferentes clasificaciones existentes, y cómo puede la empresa (Innovatec, 1992)

Simultáneamente, de acuerdo a (Innovatec, 1992) la competitividad va relacionada con la innovación y la transformación que se desprenda a partir de aplicar un sistema de cambio en pro del beneficio de las cooperativas y de los clientes en general. En la ciudad de Santa Marta las cooperativas sobresalen de acuerdo a la toma de decisiones que tomen la asamblea con los socios solidarios de la empresa solidaria y en esas concentraciones se deben tener claro las estrategia usuales para que por medio de la innovación obtener progreso para la cooperativa sin dejar a un lado la naturaleza principal de bienestar social.

6.2. SITUACIÓN ACTUAL EN MATERIA ECONÓMICA DE LAS COOPERATIVAS A PARTIR DE LA APLICACIÓN DE DIFERENTES TECNOLOGÍAS.

Mientras tanto la tecnología como sinónimo de cambio y modernización, es el proceso que se utiliza en las cooperativas de la ciudad de Santa Marta para tecnificar las empresas, un gran ejemplo son las que se dedican al sector de la producción como las cooperativas lecheras que para poder ser competitivas debieron cambiar todos sus sistemas tecnológicos para hacer mejor el trabajo de empaque de los productos y demás elementos que se requiere para tener el producto final terminado.

La tecnología tiene la propiedad de determinar la naturaleza de la estructura organizacional y el comportamiento organizacional de las empresas. Se habla de imperativo tecnológico cuando se refiere al hecho de que es la tecnología la que determina (y no influencia simplemente) la estructura de la organización y su comportamiento. A pesar de lo exagerado de esta afirmación, no hay duda alguna de que existe un fuerte impacto de la tecnología sobre la vida, naturaleza y funcionamiento de las organizaciones. La tecnología, esto es, la racionalidad técnica, se volvió sinónimo de eficiencia. La eficiencia se volvió al criterio normativo por el cual los administradores y las organizaciones se acostumbran a ser evaluados. La tecnología, en nombre del progreso, crea incentivos en todos los tipos de empresas, para llevar a los administradores a mejorar cada vez más su eficacia, pero siempre dentro de los límites del criterio normativo de producir eficiencia. (Duran & Vargas, 2003)

Por otra parte la utilización de nuevas tecnologías a la actividad de una cooperativa da como resultado cambios en los productos o servicios ofrecidos por la empresa, pero un poco más en contexto es la opinión de (Duran & Vargas, 2003) que referencia que la tecnología es la que determina el la estructura de la organización y su comportamiento y esto es claro porque la situación económica de muchas cooperativas va marcada a lo que venden dependiendo de la calidad en que ofrecen así será la clientela y las ganancias que obtendrán, estas ganancias las cuales por naturaleza se reinvierten de manera solidaria para general crecimiento dentro de la empresa.

6.3. CRECIMIENTO Y DESARROLLO TECNOLÓGICO QUE HAN TENIDO LAS COOPERATIVAS CON RESPECTO A OTRAS CIUDADES DE COLOMBIA.

Las cooperativas vista desde un contexto global han marcado el progresos de las economías porque son el medio más fácil y seguro para crear empresa solidaria y con socios compaginando un solo objetivo y una sola naturaleza de generar impacto social en un país, región o ciudad. En el caso de la ciudad de Santa Marta la tecnificación es un poco menos avanzada que la de otras ciudades de Colombia, por ejemplo Medellín catalogada una de las ciudades más innovadoras del mundo donde sus empresas cooperativas están cada día en procesos de tecnificación y de cambio constante para ofrecerle siempre lo mejor a sus clientes, mientras en la ciudad de santa marta la poca inversión por parte de los socios pues no impulsa al crecimiento de la empresa solidaria.

La dinámica actual de los mercados, caracterizados por una creciente apertura comercial y una participación activa de consumidores cada vez más exigentes, obliga a las empresas a poner especial énfasis en desarrollar productos innovadores, que cumplan con los más altos estándares de calidad. El Dr Kaoru Ishikawa (1988), define calidad como: “En su interpretación más estrecha, calidad significa calidad del producto, pero en su interpretación más amplia significa calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la dirección, calidad de la empresa”. En este sentido la calidad sería multidimensional ya que las necesidades de los consumidores pueden ser diversas. (Villamil, 2010)

Basado en (Villamil, 2010) en el sentido la calidad sería multidimensional ya que las necesidades de los consumidores pueden ser diversas. Para que una empresa sea competitiva debe saber cuáles son las necesidades de los clientes para fabricar productos acordes a sus requerimientos. En las empresas solidarias de ciudades como Medellín o Bogotá el desarrollo que tienen es diferente al de la cosa caribe en especial de la ciudad de Santa Marta donde factores como la poca inversión, poco conocimiento en el tema solidario y la cultura y tamaño de la población es lo que hace limitar el crecimiento de las mismas, sin embargo hay algo en particular que es de grata razón mencionarlo en el desarrollo de esta investigación y es la forma de crear empresas a partir de agruparse en sociedad de manera solidaria con aportes iguales que juntándolos se empezaría a cambiar el desarrollo comercial de una ciudad.

6.4. BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS Y LA FIDELIZACIÓN DEL MISMO, A PARTIR DE LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS COOPERATIVAS.

La transformación que deben tener las cooperativas de la ciudad de Santa Marta debe ser un cambio donde en la toma de decisiones se tengan en cuenta a los clientes internos que son los trabajadores al servicio de la empresa y el beneficio para los clientes externos que son los que compran los productos aprobando o desaprobando la calidad del producto. La fidelización del cliente va más allá de darle un producto de calidad porque aunque al cliente se le debe dar lo mejor también se debe pensar en la tecnificación intelectual de los empleados para que se puedan relacionar bien dentro de la empresa y mantenga un buen clima laboral que contribuirá a la buena prestación del servicio y el buen trato a los clientes.

Actualmente, estrategias como la reducción de costos, el aumento de la calidad o la mejora continua de las operaciones son conceptos que se entienden como obvios al interior de las organizaciones. La importancia de la calidad, y los estándares de una calidad aceptable, han aumentado considerablemente en los últimos años. Las empresas no pueden ofrecer productos de baja calidad porque los clientes exigen alta calidad y valor. Es por esto que ahora, las empresas deben estar en condiciones de innovar para obtener una ventaja competitiva sostenible. (Villamil, 2010)

Una de las formas de fidelizar a los clientes es por medio del valor agregado que se les dé al momento de venderle un producto o servicio, en la actualidad Las empresas en su totalidad del sector solidario no pueden ofrecer productos de baja calidad porque los clientes exigen alta calidad y valor. Es por esto que ahora, las empresas deben estar en condiciones de innovar para obtener una ventaja competitiva sostenible de acuerdo con (Villamil, 2010).

La ventaja competitiva favorece a las empresas cooperativas de la ciudad de santa marta que cada día van perfeccionándose y de manera estratégica generando valor agregado a sus productos esto hace que el cliente vea a la empresa como un marco de referencia empresarial y les compren, para muestra de un botón la responsabilidad social empresarial y solidaria que aplican en las comunidades afectadas es un ítem de relevancia para que la comunidad se sienta representada por las empresas en todo momento.

De cualquier modo y como se ha dicho, de acuerdo a lo que plantean (Cacheiro, Sanchez, & Gonzales, 2016) la tecnología transmite el conocimiento de mejorar en la empresa todos los sistemas con el objetivo de mejorar los procesos y generar las mejores prestación del servicio o también el mejoramiento y estandarización de los productos que ofrecen las cooperativas en general independientemente de los diferentes servicios ofrecidos.

Como se dijo al principio con esto quiero decir, basado en (Bordas, 2016) la era tecnológica va encaminada y marcada con la globalización porque a partir de un cambio en las empresas cooperativas en materia tecnológica se procede a mejorar los sistemas internos y externos de la empresa, teniendo en cuenta que no es lo mismo ser competitivos si no se actualiza la empresa con medios tecnológicos.

Esa iniciativa al parecer confirma que el mundo está en proceso de cambio, la apertura de nuevos mercados a contribuido a que la era de la tecnología sea pionera en las empresas, por lo regular según (Van Den, 2012) las empresas en el pasado producían por producir y no tenían en cuenta la opinión de los consumidores pero con las nuevas aperturas de los mercados y la aparición de nuevas competencias las empresas en especial las cooperativas han optado por estandarizar sus productos, marcando un cambio en la forma de innovar, ya el proceso va en retroalimentar sus formas de producción para que el cliente lleve calidad en el producto. Otro factor que cabe resaltar es la forma de crearle la necesidad a los clientes es decir crear un producto para que el cliente lo compre no por necesidad urgente si no por moda.

Observemos cómo así mismo, la publicidad es pieza fundamental cuando de competitividad se quiere hablar para el autor (Perez A. F., 2013) la publicidad considerado como un mecanismo de hacer mostrar la empresa al cliente, hacerle entender al cliente que se han mejorado los procesos y que se le tienen los mejores productos del mercado y el mejor servicio para él y su familia eso es estar en competitividad. El uso de redes sociales como fuente clave para hacer vender a la empresa.

Nada o más expresivo que hay que mencionar, además que se debe estrechar el medio entre el cliente y las cooperativas de prestación de servicios es cada vez más usual gracias a la tecnología virtual la cual se debe aplicar a todas las empresas de cualquier sector de la economía siendo esta fundamental para crear y crecer en una compañía, para conllevar la ideología y el mismo pensar (Valls, 2016) hace referencia a la utilización de redes sociales como la aliada de las

cooperativas al momento de impulsar la empresa y estar cada vez más cerca de los usuarios.

Pero hay otra definición por otra parte las TIC son utilizadas para tener sistemas más amplios en las empresas cooperativas, según lo expuesto por la (Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2014) la tecnología es fundamental en la obtención de herramientas como software de diferentes tipos en los que tenemos los contables, financieros o los de nómina, pero todos ellos deben ir enfocados en un solo objetivo el cual es modificar las formas no útiles de crecer en la empresa y aplicar las nuevas tecnologías de la información para darle seriedad y credibilidad a las empresa cooperativas.

Queda definido por otro lado la plena identificación de los diferentes tipos de sistemas tecnológicos que se le ofrecen a las empresas cooperativas es fundamental para tener en cuenta al momento de la implementación dentro de la empresa de acuerdo a (Quiñones, 2012) porque suele suceder en muchos casos que los empresarios o los socios solidarios inviertan en la innovación de tecnología como en la renovación de equipos industriales y puede llegar el caso que sean imitaciones hechas por otros países y que no tendrán la misma duración y eficiencia para atender la demanda que tenga la empresa en ese momento, una buena estandarización de productos la establece la buena calidad de la tecnología que se implemente.

Se deduce en cuanto al invertir en la Gestión tecnológica puede conllevar a verse como una inversión empresarial de riesgo si no es bien aplicada por los asociados de las empresas cooperativas según (Lopez E. M., 2015) es viable que los factores de producción formado por el conjunto de conocimientos sirvan para la fabricación de bienes y para la prestación de servicios pero el innovar en tecnología va más allá del invertir en renovación del sistema en general, esto va relacionado con el conocimiento y la investigación de mercados que se realice y que los asociados tengan claro el beneficio que traerá para el futuro el invertir en innovación en el presente.

Si echamos un vistazo sobre la relación con a (Hidalgo, Serrano, & Pavon, 2013) el sector tecnológico procede a la implementación de tecnologías no aptas en muchos casos para la demanda que tienen las empresas cooperativas y esto ocasiona que no se puedan tener claridad en los procesos de estandarización de la producción, La imitación de algunas tecnologías conlleva a la poca calidad en los sistemas de la empresa y no procede a la contribución de crecimiento de calidad de la empresa y por tanto limita la competitividad de la misma.

Comencemos por evocar que es conveniente subrayar, las razones que tiene (Sols, Fernandez, & Romero, 2013) para enfocarse a la tecnología en las empresas cooperativas basada en un enfoque social y humanístico, es decir el aprovechamiento al máximo de los empleados logrando satisfacer todos sus requerimientos legales para que ellos puedan explotar al máximo sus capacidades intelectuales y logren dar todos sus esfuerzos posibles por hacer crecer la empresa.

De otro lado, dicho de otra manera, dentro de los parámetros de la Gestión de la Innovación Tecnológica, para muchos el termino innovar es sinónimo de cambiar todo de una vez sin importar los resultados que originen una toma de decisiones, pero lo más adecuado según (Escobar, 2011) es ir poco a poco es decir de manera gradual como lo cita el autor porque innovar es una herramienta que todas las empresas sean de naturalidad capitalista o sector solidario deben aplicar porque con ayuda de la tecnología se podrán mejorar todos los estándares de calidad del producto o del servicio ofertado.

Entonces resulta que lo anterior no quiere decir que de manera contextual (Diaz Santos Ediciones, 2013) se refiera a la innovación como la forma de aplicación tecnológica para obtener la calidad en las organizaciones para mejorar sus servicios o productos ofertados. La forma básica de empezar a innovar en las cooperativas de la ciudad de santa marta es iniciar desde la retroalimentación porque toda empresa en especial las cooperativas tienen sistemas abiertos , tienen el insumo lo pasan a proceso de transformación y finalmente termina en empaques listo para el consumidor final el cual deberá avalar si el producto es bueno o malo si llega a tener desperfectos se aplica la retroalimentación es ahí donde se aplica las diferentes tecnologías que posee la empresa para mejorar la estandarización de ese producto, siempre se debe innovar en la compra u obtención de estas maquinarias tecnológicas para estar siempre a un paso más de la competencia.

Entendemos por lo dicho hasta aquí supone que la gestión de la innovación consiste en hacer todos los esfuerzos posibles para contribuir al cambio de la manera más eficiente y que salga beneficiada la satisfacción del cliente interno y externo de la empresa, para clarificar cabe resaltar que el cliente interno es toda la panta de personal y los clientes externos son todos aquellos que compran en la empresa es decir los usuarios, pero resulta un poco concordantes con lo que afirma (Guardaño, 2012) sobre el tener en cuenta la opinión de los clientes para el proceso de mejoramiento de los productos y servicios en general, en las

cooperativas de la ciudad de Santa Marta la aplicación del área de retroalimentación o más conocido como quejas y reclamos es fundamental para que el cliente de sus opiniones de que se debe mejorar o en qué área está más débil la empresa y así el gerente o el empresario pueda tomar medidas necesarias para fortalecer esa debilidad que posee la compañía en dicho momento.

Lo que acontece es que es cosa distinta es las normas de calidad a nivel internacional adaptadas a cada país en este caso Colombia y que son aplicadas en las cooperativas de la ciudad de Santa Marta de acuerdo a (Checa, 2014) estas normas pueden ser diferentes entre esas esta la 14001 o la 9001 entre otras que benefician el buen ambiente laboral dentro de la compañía. La gestión de la tecnología es un requerimiento clave para estas normas que regulan el buen funcionamiento de las áreas de la empresa cooperativa, cada vez que no se cumpla con estos requerimiento será una no conformidad por ello se debe tener todos los procesos en un total control para siempre estar a la par de la competitividad.

Para mejor entender habría que decir también una de las ventajas más competitivas con referente a la competencia es la innovación dicho por (Careaga, 2013) la innovación es la forma para entrar a experimentar nuevos mercados de productos o servicios teniendo claro que si se innova se podrá acaparar parte de nuevos mercados, lo mismo sucede en las cooperativas de la ciudad de Santa Marta que van enfocadas a la economía solidaria y cada vez se especializan en el área de la innovación tecnológica para estar a la par de la competencia o a un paso más adelante y así ser competitivas, cabe resaltar que el hecho de que sean cooperativas no significa que no puedan generar cambios en lo que ofrecen para ser competitivos.

Naturalmente que otro rasgo de la competitividad en algunos caso suena ser un tema muy complejo sobre todo para las comunidades más pobres que escasamente tienen para un diario básico de comida (Villamizar & Villamizar, 2011) hacen esta referencia porque en algunas ciudades pasan situaciones adversas que limitan el desarrollo empresarial de una ciudad. Para la ciudad de Santa Marta todavía existen poblaciones pobres que no pueden comprar productos de calidad en las cooperativas por no tener el dinero o no tener el conocimiento de que la calidad o por no tener oportunidades sociales, para las empresas deben impulsar productos a bajo costo y que puedan ser accesibles a toda la población de bajos recursos y esto se puede hacer referencia a los cambios del mercado global y se centra en que hay que producir de manera tecnificada

para diferentes sectores de la ciudad basándose en culturas y demás aspectos como los económicos.

Esta línea de argumentación podría redefinir los anteriores conceptos se esclarecerán las dinámicas que utilizan las cooperativas de la ciudad de santa marta se materializan en la estrategia de acuerdo a (Garrido, 2012) la estrategia es fundamental para las cooperativas, es manejado como algo histórico en el futuro si se logran tomar las mejores decisiones en una empresa. La prospectiva que habla el autor la aplican para proyectarse al futuro tomando decisiones en el presente, es aquí donde la inversión se hace fundamental para la compra de nuevas tecnologías que impulsen a mejorar los productos y servicios a un corto y largo plazo.

Por lo tanto con respecto a una de las realidades que ha dejado el sector del capitalismo es la crisis social que ocasionan con no reconocer el trabajo de los empleados que son la razón de vida de la empresa, (Singer, s.f.: 4). (Angel, Porrua Miguel Editorial, 2014) nos dice que la solución a los países como Colombia que poseen un déficit empresarial es la creación de asociaciones solidarias es decir crear cooperativas con socios solidarios, todas aquellas personas que quieren impulsarse como empresarios sociales y generar progreso para una sociedad. Las cooperativas no son difíciles de crear todo va en la motivación que tenga la persona para emprender este camino.

Por otra parte el siguiente aspecto trata de las cooperativas de trabajo asociado es factible que al modernizar o innovar en las áreas se tenga pequeños impases al momento de modificar secciones o procesos y esto radica en el desconocimiento de parte de los asociados de contratación de personal para que gerencia la empresa sin las capacitaciones necesarias para el manejo de estas compañías del sector solidario para ello (Goñi, 2012) recomienda que se implementen el sistema de orientación y de capacitación a todos los integrantes de la cooperativa para que sepan de los cambios a los cuales podrá ser sometida la empresa.

Sin embargo por otra parte las normas colombianas son las encargadas de verificar que las empresas cooperativas si estén comprometidas con la aplicación de su naturaleza solidaria, el compromiso de estas cooperativas es beneficiar el sector generando el impulso en la generación de empleo. Según el (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016) las cooperativas estarán marcadas a regirse a las normas nacionales las cuales dicen que deben ser empresas sin ánimo de

lucro que asocian personas naturales y que busquen un mismo fin de naturaleza social y no lucrativa.

En otras palabras, las cooperativas enfocadas desde un contexto global han marcado el avance empresarial en muchos países entre estos Colombia porque se han creado con las mejores bases posibles y siempre con la agrupación de manera solidaria de sus asociados en pro de brindar servicios y productos para las comunidades y generando impulso benéfico al empleo de las ciudades de acuerdo a (Fernandez, 2011). Sin embargo en la ciudad de santa marta aún se puede ver el desconocimiento de algunos empresarios al crear las cooperativas y descuidar la razón de ser de estas empresas de economía solidaria las cuales su formalidad es ser sin ánimo de lucro.

Por añadidura se debe agregar que la gran acogida que ha tenido las cooperativas nivel mundial ha ocasionado un impacto positivo para las economías regionales porque se de acuerdo lo que referencia (Pardo, 2006) el cooperativismo se ha impulsado en la región caribe en especial en la ciudad de santa marta donde las cooperativas se crean por asociaciones de personas solidarias y en poco tiempo la empresa crece de forma que genera y contribuye al desarrollo de la sociedad samaria además a ello se puede constatar que la forma de crear empresa más fácil y responsable es por medio de estas asociaciones solidarias que impulsan el desarrollo de una ciudad y del país.

Todavía cabe señalar el cooperativismo surge a la necesidad de tener que solucionar factores d demanda de productos y de empleo, para la (Asociacion de Cooperativas Argentinas, 2014) una cooperativa es la solución más acorde para generar empleo y satisfacer las necesidades del entorno, además se podrá beneficiar toda la población que tendrán las asociaciones para ofrecerles el mejor servicio un servicio de calidad que tenga en cuenta su naturaleza solidaria.

Se comprende que acerca de la participación democrática de las cooperativas en la ciudad de santa marta tomando como referencia a lo que (Valdes, 2014) nos habla es que el avance de una sociedad debe ir radicada en la democracia por el querer progresar de manera colectiva sin desmeritar o desestimular a los consumidores finales, lo que buscan estas cooperativas del sector solidario es beneficiar a todos sus usuarios y comunidad pero llevando en su naturaleza la responsabilidad por entregar siempre lo mejor de sí.

7. CONCLUSIONES

Para concluir este informe detallado referente a la gestión de la innovación tecnológica de las cooperativas de la ciudad de Santa Marta, la cual se manejó desde los contextos globales partiendo del manejo de las cooperativas de otros países como Argentina, México y España y siguiendo a las cooperativas nacionales de Colombia y finalizando en contexto local de la ciudad de Santa Marta en donde se enfocó este proyecto documental.

Las gestiones son claves al momento de orientar cualquier tipo de empresa solidaria, todo va relacionado con el tipo de socios que de la manera en que conozcan del sector a donde apuntan así será el crecimiento empresarial que tendrán.

Se consigue con esta investigación que diversos sectores empresariales de la ciudad de Santa Marta inviertan en el tema de la innovación para que al cliente se le motive a comprar, un cliente satisfecho y contento de los productos que compra es un usuario que volverá a la empresa solidaria y traerá más clientes, y así se va convirtiendo en un mercadeo de voz a voz partiendo del buen trato en todos los sentidos que se le den a los clientes.

Los servicios al público en países como España se han modificado ya no se trata a los clientes como la persona que compra el producto fabricado si no como el que generara ingresos por ventas a la empresa, es ahí donde ya se asesora y se entra en un dialogo con el cliente para que pueda ser fidelizado como muestra de esto las promociones son fundamentales, los descuentos por ciertas cantidades de productos vendidos todo esto contribuye al que el cliente se sienta importante para estas compañías solidarias.

Finalizando esta investigación queda claro resaltar que una economía solidaria si es posible en ciudades como Santa Marta donde solamente es tomar la iniciativa y reunirse con varios socios y crearla con la ayuda del gobierno nacional y los fondos de capitales semillas otorgados por el gobierno si es posible marca al cambio social y económico en general, la innovación y la tecnología será claves si se tiene una visión de ciudad una visión de progreso que desde el sector cooperativo la diferencia si es posible.

8. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se pueden establecer en esta investigación literaria y que podrán ser vistas y aplicadas en las empresas solidarias que tengan la oportunidad de enfocarse a un contexto empresarial de ciudad serian lo siguientes:

- ✚ Generar los cambios pertinentes en las maquinarias que utilizan para procesos de producción y comprar nuevas máquinas de última generación que sean exactas al momento del desarrollo de los procesos.
- ✚ Impulsar desde la gerencia el manejo de los temas solidarios que son fundamentales para que toda la planta de personal sepa y este enfocada bajo una misma dirección social.
- ✚ Aprovechar las políticas gubernamentales que favorecen la reducción de impuestos por generar más oportunidades a los empleados de las cooperativas.
- ✚ La ergonomía es fundamental para que se pueda aplicar a la empresa y se puedan tener ambientes sanos aptos para el buen funcionamiento de las labores de los trabajadores.
- ✚ Aplicación de innovación desde diferentes enfoque dentro de estas es relevante orientar los beneficios sociales que se obtienen a partir de innovar de manera responsable
- ✚ Desde el emprendimiento expandir la empresa a diversos sectores de la ciudad para contribuir a generación de nuevos empleo y desarrollo de la empresa solidaria en general.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Admartinez. (19 de Mayo de 2009). *OverBlog*. Obtenido de <http://allbusiness10.overblog.com/article-31436659.html>
- Angel, Porrua Miguel Editorial. (2014). *Modelos emergentes de desarrollo en la economia social y solidaria*. Mexico, D.F.: Miguel Angel Porrua, Editorial.
- Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. ILPES/CEPAL .
- Asociacion Colombiana de Facultades de Ingenierias. (2012). *Concepto sobre innovacion contribucion al analisis pest(politica, economia, sociedad, tecnologia)*. Bogota: Asociacion Colombiana de Facultades de Ingenieria Fernando Garcia Gonzales .
- Asociacion de Cooperativas Argentinas. (2014). *Cooperativas agrarias y peronismo: acuerdos y discrepancias*:. Buenos Aires, Argentina: CICCUS Editorial.
- Barrientos, J., & Lotero , J. (2011). *Evolucion y determinantes de las exportaciones industriales regionales: evidencia empirica para colombia(1977-2002)*.
- Blogger. (14 de Noviembre de 2009). *Blogger*. Obtenido de <http://comercr.blogspot.com.co/2009/11/modelo-de-factores-especificos.html>
- Bordas, M. M. (2016). *Gestion estrategica del clima laboral*. Madrid, España: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Cacheiro, G. M., Sanchez, r. C., & Gonzales, L. J. (2016). *Recursos tecnologicos en contextos educativos*. Madrid,España: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Careaga, C. (2013). *Perspectivas del modelo empresarial chino*. Barcelona, España: UOC Editorial.
- Chacón, G. E. (2014). COLOMBIA 2003-2013: ESTRUCTURA Y TENDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*.
- CHARTERINA, A. M. (2009). *Innovacion y Cooperativas*. Bilbao: Asociación Internacional de Derecho Cooperativo.
- Checa, H. E. (2014). *Direccion de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas*. Madird,España: IC Editorial.

- Cruz. (2010). *LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE 1991 Y LA APERTURA ECONÓMICA*. . Facultad de ciencias economicas: investigacion y reflexion .
- danilo torres, e. g. (2012). *exportaciones industriales de colombia: estructura tecnologica, sofisticacion y diversificacion*.
- diana marcela escandon barbosa, a. h. (2014). factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en colombia. *estudios gerenciales edicion 30*.
- diana marcela escandon barbosa, a. h. (2014). *los determinantes de la orientacion exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en colombia*. cali-colombia.
- Diaz Santos Ediciones. (2013). *¿Innovacion o Evolucion?: Metafora de Empresa*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Duran, Á., & Vargas, J. (2003). *Costo de Tecnología de Información y Comunicación para Cooperativas de Ahorro y Crédito*. 1ª. ed.-- San José, C.R. : Confederación Alemana de Cooperativas (DGRV).
- Escandon, D., & Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en colombia. *Estudios gerenciales edicion 30*.
- Escandon, D., & Hurtado, A. (2014). *los determinantes de la orientacion exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en colombia*. cali-colombia.
- Escobar, D. G. (2011). *Manual de control interno: sectores publico, privado y solidario(3a. ed.)*. Bogota: Nueva Legislacion Ltda.
- Felipa, P. B. (2014). El desarrollo de la marca país: base para posicionarse a través de las exportaciones no tradicionales. *Economía Regional*.
- Fernandez, L. A. (2011). *Metodologia para el perfeccionamiento del sistema de gestion empresarial de las cooperativas de produccion agropecuarias tabacaleras*. Habana, Cuba: Universidad de pinar del Rio.
- Garita, R. (26 de Noviembre de 2006). *Teoria economica del comercio internacional*. Obtenido de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- Garrido, F. J. (2012). *Enseñanzas de todos los tiempos para los directivos del siglo XXI*. Madrid,España: McGraw-Hill,España.
- Gonzalez, J. T. (2014). *COLOMBIA: LOGROS EN DOS DECADAS DE MODELO DE DESARROLLO APERTURISTA - ANALISIS SEGÚN RESULTADOS DE BALANZA COMERCIAL* . Bogota .

- Goñi, Z. J. (2012). *Talento, tecnología y tiempo: tres fuerzas alineadas*. Madrid, España: Diaz de Santos, Editorial.
- Guardeso, L. M. (2012). *Atencion al cliente en el proceso comercial: actividades de gestion administrativa*. Malaga, España: IC Editorial.
- Hidalgo, N. A., Serrano, G. L., & Pavon, M. J. (2013). *La gestion de la innovacion y la tecnologia en las organizaciones*. Madrid, España: Larousse - Piramide, Ediciones.
- Innovatec. (1992). *La innovacion un factor clave para la competitividad de las empresas*. Madrid, España: Dirección General de Investigación.
- Jimenez, J. R. (2010). El impacto de los precios del petroleo sobre el crecimiento economico en Colombia. *Economia del Rosario*.
- jorge barrientos marin, j. l. (2011). *evolucion y determinantes de las exportaciones industriales regionales: evidencia empirica para colombia(1977-2002)*.
- León, G., Gutiérrez , H., & Trujillo, J. (2015). *COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO, 2000 - 2014*. Barranquilla: SABER, CIENCIA Y Libertad.
- León, J. G., & Lemus Vergara, A. (2012). Efectos de la apertura comercial sobre la producción manufacturera en Colombia: una aproximación cuantitativa (1975-2007). *CENES*.
- Lopez, E. M. (2015). *Estudio y aplicacion de las actividades científico-tecnológicas*. Madrid, España.: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Lopez, L. R. (2012). *UNA RECONSTRUCCIÓN MILLIANA DEL MODELO RICARDINO DE COMERCIO INTERNACIONAL*. Cuadernos de economia .
- Martínez, A. I. (2005). *Apertura económica en colombia y el sector externo*. Colombia: CENES.
- Martinez, A. N. (2006). *Apertura económica en Colombia y el sector externo (1990 - 2004)*. CENES.
- Melguizo, B. M. (2011). *PRINCIPALES TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Comercio exterior colombiano: seguimiento a los Acuerdos Comerciales*. Colombia: Oficina de Estudios Económicos.
- Ministerio de Trabajo. (2016). *Cooperativas de trabajo asociado*. Bogota: Ministerio de Trabajo.
- Molina. (2016). *Las exportaciones como apoyo a la estrategia corporativa*. . Legis comex.
- Ocampo, J. A. (2004). *Un futuro economico para Colombia*. CEPAL.

- Ochoa. (2015). *RELACIÓN ENTRE EXPORTACIONES Y TASA DE CAMBIO REAL EN COLOMBIA ENTRE 1995 Y 2014.* . Bogota : CID.
- Pardo, M. I. (2006). *Estado del arte del sector solidario en Colombia.* Bogota, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Paternina, s. m. (2013). *impacto del tlc con estados unidos sobre los sectores economicos colombianos.*
- Peñaloza, H. B., & Guerrero Rincón., I. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales colombianas: una aproximación cuantitativa en el ámbito de la firma. *CENES.*
- Pereira, L. B. (2009). *El asalto al Estado y al mercado: neoliberalismo y teoría económica.* Social Science Database.
- Perez, A. F. (2013). *Manual creacion y gestion de microempresas: comercializacion de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas.* Madrid, España: Editorial CEP.
- Perez, G. (2013). Las dos décadas de apertura económica y globalización en Latinoamérica. *America latina el caribe España y Portugal .*
- Pineda, L. (2010). Transformacion productiva de la industria en Colombia y sus regiones despues de la apertura economica. *America latina y el caribe , España y Portugal .*
- Pineda, S., & Borges, J. (1975). *Apertura Economica y Equidad, Los Retos de Colombia en la decada de los años noventa.* El libro de arena.
- Quiñones, M. A. (2012). *Impacto de la innovacion y la ayuda cientifico-tecnologica en los paises en desarrollo.* Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- REINA, M. (2013). *20 AÑOS DE POLITICAS DE COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA.* BOGOTA: BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.
- Republica, B. d. (2011). *Evolucion de la Balanza de pagos - SUBGERENCIA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS.* Bogota.
- Republica, B. d. (2016). *Evolución de la Balanza de Pagos y Posición de Inversion Internacional .* Bogota .
- Restrepo, S., Niño , J., & Montes, E. (2014). *Comercio exterior colombiano y su financiación con la banca local: un análisis a nivel de firma.* medellin: economia.
- Rodriguez, W. (2013). *las exportaciones y el crecimiento economico en colombia(1994-2010).* bogota.

- Rodriguez, W. C. (2013). *Las exportaciones y el crecimiento economico en colombia 1994-2010*. Bogota: Universidad nacional de colombia.
- Roman, A. J. (2001). *Comercio Exterior Teoria y Practica*. Murcia .
- Rosario. (2011). *Análisis de las Exportaciones No Tradicionales de los Departamentos de Colombia 2000-2010* . Bogota: CEPEC.
- Rubia, M. A. (2012). *Evolución del comercio exterior de Colombia desde la óptica de los acuerdos comerciales* . Bogota.
- Saa, G. R., & Loaiza, I. (2014). COLOMBIA 2000-2013: RELACIONES ENTRE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y COMERCIO INTERNACIONAL. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*.
- Salazar. (2013). *IMPACTO ECONÓMICO DEL TLC ESTADOS UNIDOS-COLOMBIA EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO*. Nariño: Facultad de ciencias economicas y administrativa.
- Serrano, G. M. (2004). *ESTADO ACTUAL DE LA TEORIA HECKSCHER – OHLIN*. Bogota .
- Sols, R. C., Fernandez, F. I., & Romero, Y. J. (2013). *La gestion integral de proyectos*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Torres, D., & Guilles, E. (2012). *exportaciones industriales de colombia: estructura tecnologica, sofisticacion y diversificacion*.
- Torrez, H. Z. (2014). *Teoria general de la administracion (2a. ed.)*. Mexico, D.F.: Patria.
- Universidad Nacional de Educacion a Distancia. (2014). *La innovacion continua en el exito empresarial*. Madrid, España: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Valdes, M. (2014). *Las Cooperativas como alternativa economica: Una visión de México y España*. Madrid, España: Dykinson.
- Valls, A. M. (2016). *Las redes sociales: herramienta de gestion empresarial*. Buenos Aires, Argentina: AR: Ugerman Editor.
- Van Den, B. R. (2012). *Diseño y gerencie su propia empresa proyectandola a los TIC (3a. ed.)*. Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Villamil, A. S. (2010). *EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE CALIDAD PARA EL SECTOR COOPERATIVO COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD PARA EL CASO DE BOGOTA Y MEDELLIN*. BOGOTÁ: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA.

Villamizar, A. R., & Villamizar, V. M. (2011). *Transmutacion Competitiva*. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.