

PROYECTO de DESARROLLO TECNOLÓGICO Y SOCIAL

PDTS CIN-CONICET

FORMULARIO DE PRESENTACIÓN (Form. B):

PLAN DE TRABAJO

7.- PLAN DE TRABAJO de PDTS

(consignar el código identificador y el título que constan en formulario web)

Número	PDTS086
Título	Análisis de las iniciativas de Economía Social y Solidaria en la ciudad de Santa Fe (2010-2014). Desarrollo de un mercado solidario.

7.1.- Objetivos y actividades

Objetivo General

(debe ser pertinente, claro, concreto, ponderable en su cumplimiento y alcanzable)

- 1- Reconocer las dificultades y potencialidades de la comercialización en entornos virtuales para emprendedores sociales en clave de Economía Social y Solidaria, desde las perspectivas de todos los actores involucrados en el proyecto.
- 2 - Describir las tensiones, vacíos y facilitadores existentes en el marco regulatorio respecto a la comercialización por parte de emprendedores en entornos virtuales con software libre, generando recomendaciones a las políticas públicas, a los propios emprendedores y a los contenidos curriculares en ciencias económicas.

Objetivo específico <i>(debe ser pertinente, claro, concreto, ponderable en su cumplimiento y alcanzable)</i>	Responsable
1.1 Identificar tensiones y potencialidades de la comercialización en entornos virtuales desde los principios y valores de la ESyS.	Equipo de Investigadores, Emprendedores sociales
1.2 Generar propuestas colectivas de capacitación en el uso de herramientas virtuales de comercialización a partir del reconocimiento de las necesidades de los emprendedores y de sus propias demandas.	Equipo de Investigadores, Cooperativa de trabajo "Colectivo Libre" Ltda.
1.3 Diseñar, desarrollar e instalar colectivamente una plataforma de comercio electrónico, junto a sus formas de difusión y	Cooperativa de Trabajo Colectivo Libre Ltda.

socialización hacia emprendedores de otros contextos.	
1.4 Generar indicadores de monitoreo y evaluación del funcionamiento de la plataforma posibilitando la generación de los ajustes que resulten necesarios.	Equipo de investigadores, emprendedores sociales
2.1 Detallar las características que asumen las tensiones, obstáculos y facilitadores del marco regulatorio vigente para los emprendedores.	Equipo de Investigadores en conjunto con los emprendedores
2.2 Elaborar colectivamente líneas de acción que permitan superar los vacíos y contradicciones detectadas en el marco regulatorio.	Equipo de Investigadores
2.3 Generar recomendaciones para la incorporación de éstas temáticas como contenidos curriculares en los planes de estudio y las cátedras de las carreras de grado y posgrado en las áreas de las ciencias económicas.	Equipo de Investigadores
<p>Actividades Para el logro del objetivo general 1, se establecen grupos de actividades diferenciadas en las siguientes etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etapa de relevamiento. ● Desarrollo de un sitio web con plataforma de comercialización. ● Folletos de difusión y promoción. ● Catálogo de productos. ● Manuales y taller de instrucción y capacitación. 	
<p>Actividades de objetivo específico 1.1: Identificar tensiones y potencialidades de la comercialización en entornos virtuales desde los principios y valores de la ESyS.</p>	
<p>1.1.1. Socializar las producciones generadas por el grupo responsable en investigaciones previas.</p>	
<p>1.1.2. Relevar y analizar las normativas vigentes respecto a la comercialización en entornos virtuales (recopilación, clasificación y descripción).</p>	
<p>1.1.3. Realizar talleres de intercambio de saberes y experiencias en relación a la forma de organización adoptada, para compartir la trayectoria de los distintos emprendimientos: su capacidad organizativa, logros, fortalezas, debilidades, exposición frente a amenaza, aprovechamiento de oportunidades.</p>	
<p>1.1.4. Realizar registros etnográficos (narrativas, fotografías y filmaciones).</p>	

<p>1.1.5. Sistematizar los resultados de las actividades 1.1.2 y 1.1.4.</p>
<p>Actividades de objetivo específico 1.2: Generar propuestas colectivas de capacitación en el uso de herramientas virtuales a partir del reconocimiento de las propias demandas de los emprendedores.</p>
<p>1.2.1. Generar sesiones de estudio y trabajo grupal, incluyendo presentación de los participantes (brevemente cada uno se presenta, nombre, oficio/profesión y otros datos personales que quiera proporcionar)</p>
<p>1.2.2. Realizar ejercicios y trabajos colectivos para identificar las necesidades a priorizar en los talleres.</p>
<p>1.2.3. Generar talleres colectivos de capacitación en relación al reconocimiento del espacio, análisis del mercado, estrategias de comercialización, trabajo colectivo, administración del espacio virtual colectivo.</p>
<p>1.2.4. Realizar talleres, reuniones y encuentros de trabajo con todos los participantes (encuentro, animación, disposición en círculo, designación de un “moderador” de cada uno de los encuentros en todas las etapas de incubación de la plataforma). Taller diseñando juntos: armado de un glosario y propuesta general de los encuentros (¿por dónde empezar?, armado de grupos solidarios y valores y principios en clave a ESyS).</p>
<p>Actividades de objetivo específico 1.3: Diseñar, desarrollar e instalar colectivamente la plataforma, las formas de difusión, socialización de la misma de parte de emprendedores de otros contextos.</p>
<p>1.3.1. Relevamiento de los emprendedores con datos personales y datos del emprendimiento, para el armado del banco de datos de los emprendedores.</p>
<p>1.3.2. Relevamiento de los productos que comercializan los emprendedores: nombre del producto, categoría, medida y precio (banco de datos de productos).</p>
<p>1.3.3. Categorización en matriz de doble entrada de emprendedores y productos (banco de datos por categorías)</p>
<p>1.3.4. Realización del acervo fotográfico con relevamiento de los elementos a mostrar (espacio de intercambio, trabajo, emprendedores, productos, etc.). Tratamiento digital de las fotografías.</p>
<p>1.3.5. Análisis de la plataforma: diseño estructural general de comercio electrónico y armado de la base de datos (boceto de la base de datos).</p>

1.3.6. Desarrollo de la plataforma:

- A. Diseño de la estructura general de la plataforma de comercio electrónico
- B. Armado de la base de datos con la información sobre emprendedores y productos a
- C. Análisis comparativo entre diversas plataformas de CE de licencias libres, para
- D. Registro del nombre de dominio en nic.ar en el caso que sea necesario
- E. Configuración de base del servidor web donde residirá la plataforma.
- F. Instalación y configuración de la plataforma de comercio electrónico seleccionada
- G. Diseño Gráfico de la estructura general de la plataforma: tipografías, gama cromática,
- H. Diseño de: menús, footer, botones, banners estáticos y dinámicos y de la página de
- I. Maquetado del diseño general, de las secciones (inicio, productos, contacto, etc.),
- J. Configuración de módulos básicos: Pagos: selección métodos de pago, instalación y configuración de los módulos de pagos a utilizar en la plataforma. Envío: Instalación y configuración de los módulos de envío para la tienda, Proveedores: Configuración y carga de datos de proveedores
- K. Prueba de los módulos y de compra de un producto.
- L. Conexión con redes sociales disponibles en la plataforma
- M. Adaptación a dispositivos móviles: vista del carrito de compras para que se visualice correctamente desde dispositivos móviles como tablets y smartphones.

1.3.7. Realización de encuentros para debatir las normas internas para la administración y organización del espacio de comercialización entre todos los actores.

1.3.8. Elaboración de un reglamento interno detallando las normas de trabajo asociativo acordadas y preparación de manuales de procedimientos:

- A. Para emprendedores: datos necesarios para el registro de emprendedores nuevos: definición de estructura general, diseño completo (Elementos, tipografías, gama cromática, imágenes.), maquetado, redacción de contenidos, recopilación de imágenes.
- B. Para productos: Manual de procedimiento para el registro de un nuevo producto. Nombre, detalle, medidas, precio, proveedor. Definición de estructura general, diseño completo (Elementos, tipografías, gama cromática, imágenes.), maquetado, redacción de contenidos, recopilación de imágenes.
- C. Plataforma - Usuario Administrador: Manual de Uso de la plataforma de comercio electrónico a nivel de administrador. Administración de categorías, productos, proveedores, transportistas, pedidos, usuarios, módulos. Definición de estructura general, diseño completo (Elementos, tipografías, gama cromática, imágenes.), maquetado, redacción de contenidos, recopilación de imágenes.
- D. Plataforma - Usuario Emprendedor: Manual de Uso de la plataforma de comercio electrónico a nivel de emprendedor. Administración de productos, proveedores, transportistas, pedidos definición de estructura general, diseño completo (Elementos, tipografías, gama cromática, imágenes.), maquetado, redacción de contenidos, recopilación de imágenes.

1.3.9. Estructuración y diseño de los catálogos: gama cromática, tipografías, ubicación de los elementos en la página, iconografía.

A - Catálogo del proyecto: Descripción de la propuesta y objetivos del proyecto. Resumen del entorno, ubicación del centro de emprendedores de economía social, agradecimientos, etc.

B - Catálogo de emprendedores: Datos del emprendedor, categoría y contacto.

C - Catálogos de productos: Especificaciones de productos: códigos de referencias, cantidad disponible, cantidad mínima de ventas, precios, medidas, costo de transporte, fotografías, descripción corta, descripción larga, ofertas, etiquetas, combinaciones, características, entre otras.

Carga de datos de categorías de: productos, transporte y medios de pagos.

Carga de datos de información de: condiciones de ventas, envíos, devoluciones, contactos, etc.

1.3.10. Confección de folletos para sociabilizar a la comunidad las implicancias del funcionamiento del espacio virtual de comercialización y para fomentar el acercamiento, por parte de la sociedad en general, a dicho espacio. Diseño de áreas, imagen, infografías del funcionamiento, maquetado, impresión.

1.3.11. Diseño e implementación de un página web sobre la propuesta:

A. Relevamiento de requerimientos y necesidades de la página,

B. Diseño de Interfaz principal: pantalla principal. selección de tipografías y gamas cromáticas,

C. Diseño de secciones como: información institucional, contacto, etc.

D. Diseño de menús, footer, banners, botones.

E. Maquetado de la interfaz principal y las diferentes secciones.

F. Adaptación para dispositivos móviles.

Actividades de objetivo específico 1.4: Generar indicadores de monitoreo y evaluación del funcionamiento de la plataforma que posibilite generar los ajustes necesarios.

1.4.1. Evaluar y realizar pruebas de uso de los diferentes módulos y de la correcta visualización en los diferentes dispositivos móviles.

1.4.2. Cargar y generar links a manuales de uso.

1.4.3. Realizar un análisis de las estadísticas brindadas por la plataforma (visitantes online, carritos activos, mensajes, revisiones de productos, nuevos clientes, pedidos, tráfico, ventas, lo más visto, lo más vendido, etc.).

1.4.4. Monitorear alta/baja/modificaciones (ABM) por parte de los usuarios, productos y visitas.

1.4.5. Elaborar un ranking de ventas de monto y volumen por emprendedor. Generación de estadísticas de venta.

1.4.6. Identificar el grado de satisfacción de cada emprendedor en base a los resultados de las estadísticas del punto 1.4.5.

1.4.7. Especificar las causas y el grado de satisfacción con aportes y/o sugerencias para la toma de decisiones y resolución de problemas.

Actividades de objetivo específico 2.1: Detallar las características que asumen las tensiones, obstáculos y facilitadores del marco regulatorio vigente para los emprendedores.

2.1.1. Estudiar la normativa legal y fiscal vigente a nivel local, provincial y nacional para la comercialización virtual de emprendimientos sociales.

2.1.2. Realizar reuniones con expertos integrantes del equipo y los emprendedores sociales para interpretar desde la mirada fiscal y legal la idiosincrasia de la actividad desarrollada.

2.1.3. Identificar los aspectos legales e impositivos no contemplados por la normativa vigente

2.1.4. Sistematizar los resultados de las actividades 1, 2 y 3 para diagnosticar y caracterizar la situación legal y fiscal de los emprendimientos sociales en la ciudad de Santa Fe.

Actividades de objetivo específico 2.2: Elaborar colectivamente líneas de acción que permitan superar las tensiones, vacíos, limitaciones, contradicciones detectadas en el marco regulatorio.

2.2.1. Talleres técnicos para la aplicación de la normativa vigente y el impacto en el comercio virtual.

2.2.2. Debate y discusión del equipo junto a los emprendedores respecto al proceso de comercialización virtual y los aspectos fiscales relacionados con la continuidad de los emprendimientos.

2.2.3. Sistematización de propuestas de líneas de acción para mejorar el marco regulatorio.

Actividades de objetivo específico 2.3: Generar recomendaciones para la incorporación de éstas temáticas como contenidos curriculares en los planes de estudio y las cátedras de las carreras de grado y posgrado en las áreas de las ciencias económicas

2.3.1. Realizar un estado de situación de la inclusión y abordaje de contenidos referidos al emprendedorismo social en la educación universitaria regional y euro latinoamericana junto al Comité Académico PROCOAS, Universidades Estratégicas -Programa Alfa III- y Florida Universitaria de Valencia.

2.3.2. Generar seis (6) talleres y (4) encuentros junto al equipo docente, de investigación, colaboradores estudiantes y emprendedores para analizar las incorporaciones y modificaciones que resultan necesarias para lograr una formación integral en la temática.

2.3.3. Redactar una propuestas de contenidos curriculares que aborden la temática desde diversas disciplinas: economía, contabilidad, administración, impuestos, sociología, psicología.

7.2.- Hitos de avance del proyecto *

(para cada objetivo señale las fechas estimadas de ejecución parcial).

Objetivos Específicos	Hitos de avance		
	50%	70%	100%
Objetivo específico 1.1	<i>(06/15) - Registro de reuniones para el diagnóstico de la situación actual de los emprendedores sociales</i>	<i>(08/15) - Informe parcial sobre el diagnóstico de las tensiones y potencialidades de la comercialización en entornos virtuales solidarios.</i>	<i>(10/15) - Informe final sobre el diagnóstico de las tensiones y potencialidades de la comercialización en entornos virtuales solidarios.</i>
Objetivo específico 1.2	<i>(08/15) - Registro de reuniones, talleres y debates en torno a los principios y valores de ESyS. Construcción de un léxico y vocabulario común.</i>	<i>(10/15) - Informe completo y sistematizado de las demandas y necesidades de los emprendedores en el uso de herramientas virtuales.</i>	<i>(12/15) - Diseño integral de políticas de capacitación y acción sobre la comercialización virtual, trabajo asociativo y régimen legal y tributario aplicable.</i>
Objetivo específico 1.3	<i>(06/16) - Implementación integral de la plataforma virtual con las etapas de diseño, análisis, registro, configuración, maquetado, prueba de funcionamiento interna de módulos.</i>	<i>(12/16) - Habilitación completa de la plataforma al público, incluyendo módulos de ventas, cobros, y distribución. Catálogos de productos y folletos de difusión.</i>	<i>(05/17) - Manuales de funcionamiento de cada uno de los módulos y de su implementación práctica para los emprendimientos. Difusión y sociabilización con la Universidad de UNSAM y UNER.</i>
Objetivo específico 1.4	<i>(02/17) - Ranking de visitas y ventas por categorías. Informe de análisis de errores técnicos y dificultades de uso y aplicación de la plataforma.</i>	<i>(03/17) - Autoevaluación y análisis de los desvíos y sus causas junto con los emprendedores, el equipo de investigación y Colectivo Libre.</i>	<i>(04/17) - Informe de soluciones técnicas y propuesta de mejora continuas.</i>
Objetivo específico 2.1	<i>(11/15) - Informe técnico con detalle de las normativas aplicables.</i>	<i>(02/16) - Instructivo básico de normativas impositivas locales, provinciales y nacionales. "¿cómo ser emprendedor y no morir en el intento?"</i>	<i>(05/16) - Informe de tensiones, obstáculos y facilitadores del marco regulatorio vigente.</i>
Objetivo específico 2.2	<i>(08/16) - Registro de los resultados de talleres y reuniones evaluando las tensiones detectadas en el punto anterior.</i>	<i>(02/17) - Aportes técnicos de expertos sobre aspectos fiscales resultado de la interpretación de la demanda de los emprendedores.</i>	<i>(04/17) - Informe conteniendo propuestas y recomendaciones técnicas fiscales para entornos de comercialización virtual dirigida a los organismos públicos.</i>
Objetivo específico 2.3	<i>(02/17) - Charlas debate trimestrales con la participación de expertos de las entidades adoptantes</i>	<i>(04/17) - Documento con conclusiones de los encuentros realizados y del diseño político del canal de</i>	<i>(05/17) - Presentaciones en Comité académico PROCOAS, Universidades estratégicas, junto a UNER y UNSAM de los resultados</i>

	<i>(6 charlas programables desde 09/15)</i>	<i>comercialización virtual contemplando características, fundamentos y funcionamiento.</i>	<i>de las actividades realizadas. Teleconferencias con Universidad Estratégica - Colombia- y Florida Universitaria Valencia -España-</i>
--	---	---	--

7.3.- Estrategias y metodologías para el desarrollo del proyecto

(Describir concretamente la estrategia y metodología a utilizar -con las referencias bibliográficas que correspondan- y señalar cuáles son los aspectos innovadores de la propuesta)

(Máx. 2.000 palabras)

El trabajo de alfabetizar en prácticas asociativas durante tres años de investigaciones previas, permite realizar la siguiente afirmación: al momento de plantearse el trabajo colectivo, es convocante la instancia de comercialización, superando las tensiones que se generan en la etapa de producción. En este sentido, la experiencia de las praxis asociadas al trabajo inicial, señala como factor crítico el trabajo relacionado con la constitución de un mercado para la comercialización de los productos de los emprendedores. Por esto, resulta pertinente continuar investigando las dificultades con las que se enfrentan los emprendedores al momento de la comercialización. Esto implica comprometerse con el diseño de nuevas formas de trabajo colectivas regidas por los principios y valores de la ESyS.

Por tanto, la presente propuesta buscará constituir un espacio de comercialización alternativo a partir de una dinámica colectiva y una visión integral de los emprendedores sociales, que permita proporcionar lazos de solidaridad y cooperación entre los actores sociales, acompañando el proceso de maduración de las instancias mencionadas en clave de ESyS. A su vez, se buscará lograr una sistematización de la propuesta para ampliar el campo de acción de manera de replicarla en otros entornos, facilitando un marco conceptual y teórico aplicable a otras redes o grupos de emprendedores, entre ellos los inscriptos en los Registros municipal y provincial de Santa Fe¹.

Específicamente se plantea realizar un espacio colectivo virtual de comercialización el cual permitirá a los emprendedores obtener un mayor alcance de mercado; es un medio que permite acercar los emprendedores a los consumidores directos de sus productos, generando un comercio sin intermediarios, justo; generando igualdad de oportunidades frente al mercado tradicional ampliando el alcance de llegada de los productos.

En consecuencia, se afronta el desafío hacia el futuro de poder contar con herramientas tecnológicas que superen las características artesanales y se apunte a un salto cualitativo y cuantitativo de sustentabilidad a largo plazo. En este sentido el diseño de una plataforma virtual de comercio electrónico es una de las principales herramientas que permitirá abordar la problemática planteada, y resulta innovador por cuanto no existe en el mercado local una instancia similar en clave de ESyS. Si bien el desarrollo del comercio electrónico está probado y funcionando para la economía tradicional con múltiples plataformas disponibles, las mismas no responden a la cultura y prácticas que se sustentan en los valores y principios de la ESyS.

Por tanto, se pretende conformar un mercado alternativo al régimen económico imperante, centrando el análisis en la necesidad de desarrollar una perspectiva humana de la economía, donde las relaciones se centren en lazos de solidaridad y cooperación en desmedro de los aspectos utilitaristas y competitivos actualmente instalados. Es decir, se busca generar lo que podríamos

¹ El registro municipal depende de la Subsecretaría de Empleo – Ministerio de Desarrollo Social de la ciudad de Santa Fe. El registro provincial de emprendedores depende de la Subsecretaría de Economía Social – Ministerio de Desarrollo Social de la provincia de Santa Fe.

llamar «otro mercado», en el cual prime el desarrollo de una economía relacionada a la reproducción ampliada de la vida y no del capital, opuesta a la dinámica de maximización de las ganancias, que apueste a la creación de redes humanas basadas en las propuestas enmarcadas en la Economía Social y Solidaria (Coraggio, 2002)².

Según Coraggio (200), para la construcción de un mercado solidario, se necesita una sociedad más justa, más igualitaria, más democrática, más soberana, menos alienante. Es necesario pensar en una red solidaria de intercambios donde el concepto de precio justo y comercio solidario son fundamentales, constituyéndose en un problema a debatir y decidir democráticamente a partir de cada situación concreta. Un encuentro de intereses particulares y culturas que irá experimentando desafíos crecientes –desde lo local a lo global- a medida que se van incorporando la multiculturalidad, reconociendo las historias distintas, la complejidad de las interdependencias a escala global y rescatando o inventando reglas de convivencia que garanticen la vida digna de todos. Dadas las características de la construcción de este otro mercado, incorporamos en este espacio de comercialización el concepto de precio justo definido por REAS - red de redes de economía alternativa y solidaria entendiéndolo como aquel precio que ha sido establecido de mutuo acuerdo a través del diálogo y la participación de los actores participantes, proporcionando un pago justo a los emprendedores productores y a su vez puede ser sostenido por el mercado.

Un consumo responsable según lo define la Cooperativa de Comercio Solidario es aquel que tiene en cuenta las condiciones sociales y ecológicas en que fue elaborado un producto o generado un servicio, es decir que no se trata sólo de reducir nuestros niveles de consumo sino también de organizar la economía de acuerdo a una mayor justicia, respeto por el hombre y por los recursos naturales. Es una manera de ser solidarios con nuestros pares y con las generaciones que vendrán. Comercio Solidario, entendido como la “red comercial producción - distribución - consumo orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie principalmente a los productores excluidos o en situación de desventaja, impulsando mejores condiciones económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este proceso (Cotera y Ortiz, 2009: 63). El comercio Solidario no busca sólo una relación comercial sino que busca ser una relación de cooperación y colaboración entre los emprendedores basada en la igualdad y el respeto mutuo y donde el consumidor es consciente y adquiere no sólo productos, sino también, relaciones de compromiso, al estar informado del origen del producto y su proceso de elaboración y las relaciones que lo subyacen.

Entendemos que alfabetizar en prácticas asociativas al conjunto de emprendedores involucrados constituye un proceso continuo. La continuidad y sostenibilidad en el largo plazo del presente proyecto está garantizada por tres frentes de acción:

- 1- El programa de ESyS.
- 2- El gobierno local responsable del CEES.
- 3- Los emprendedores sociales.

La estrategia de implementación se desarrollará en dos etapas en las que los emprendedores tendrán un rol protagónico:

La **primera etapa** requerirá un proceso de un año de incubación colectiva de la plataforma, durante el cual se diseñará, desarrollará y asesorará mediante un trabajo colectivo con todos los actores en un diálogo de aprendizaje de investigación – acción.. La plataforma será un espacio comunitario y

² La Economía Social como vía para otro desarrollo social. CORAGGIO, José Luis. Disponible en: <http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/La%20Economia%20Social%20como%20alternativa%20estructural%204.pdf>

durante la etapa de implementación se trabajará de forma centralizada, con un puesto de trabajo instalado en el Centro de Emprendedores de la Economía social que funcionará como base de operaciones y desde donde se realizará el acompañamiento a los actores sociales en todos los aspectos referidos a la implementación de la plataforma y su funcionamiento.

El Centro de distribución contará con todas las herramientas para que los emprendedores puedan fotografiar sus productos, acceder a cargar los mismos y gestionar los pedidos realizados a la plataforma. Desde el puesto de trabajo se informará de los pedidos a los emprendedores para que puedan responder a la demanda. Este sistema es complementario y no invalida el uso de las tiendas virtuales (consumidor-emprendedor) que en la misma plataforma estará disponible para cada uno de los emprendedores. Simultáneamente se desarrollará un sistema de distribución y cobro con diferentes alternativas (retiro desde el centro de emprendedores y/o envío a domicilio). Como complemento, se diseñará un sistema integrado de información que incluya registro de las operaciones, facturación, cobro y control para la evaluación de los resultados en el corto, mediano y largo plazo.

Es importante destacar que la constitución de este espacio de comercialización colectiva no resulta únicamente una propuesta impulsada por el equipo extensionista, sino que resulta de una demanda específica del grupo de emprendedores del CEES, con quienes se viene trabajando hace 3 años y de todos los funcionarios.

Para esta etapa, se considera necesaria la realización de distintos encuentros y reuniones para trabajar colectivamente sobre diversas estrategias de comercialización, análisis de mercado, administración colectiva del espacio físico, talleres que permitan dar a conocer experiencias vigentes de plataformas de comercialización como la que se pretende constituir. Esto dará lugar a una segunda instancia en la que se generen momentos de debates y construcción colectiva de dicho espacio, en el cual todos los actores comprometidos asuman responsabilidades y compromisos.

La **segunda etapa de implementación**, tendrá lugar durante el segundo año de desarrollo del proyecto y consistirá en el monitoreo del funcionamiento de sistema y en la aplicación de los correctivos que sean necesarios.

En paralelo, se llevará adelante la investigación sobre el marco regulatorio aplicable de las políticas públicas locales, provinciales y nacionales en los aspectos legales e impositivos relacionados con la comercialización, finalizando con la preparación de manuales e instructivos para emprendedores. A su vez, en relación a este tema, el problema de la fragmentación y desarticulación de las normativas vigentes y la consecuente profundización de la informalidad instalada implican la necesidad de realizar un análisis serio y profundo para la generación de propuestas superadoras. Esta actividad se abordará desde una estrategia de trabajo colectivo con los expertos, en base a las necesidades y tensiones detectadas junto a los emprendedores.

Por lo expuesto, el eje problemático de la propuesta se focalizará desde dos perspectivas: la investigación para el desarrollo de comercio virtual como mercado alternativo y el análisis del marco regulatorio de las políticas públicas en los aspectos legales e impositivos relacionados con la comercialización atendiendo especialmente el problema de la informalidad.

Por tanto, los objetivos planteados suponen la generación de dos tipos de conocimientos, uno de carácter descriptivo que permitirá responder a interrogantes tales como: ¿De qué modo se aplica la plataforma virtual de comercialización para emprendedores sociales?, ¿qué alcances y limitaciones tiene esta herramienta para el contexto del área Economía Social y Solidarias en la ciudad de Santa Fe?, ¿qué alcances y limitaciones presenta el marco regulatorio vigente?, ¿de qué modo el grado de informalidad asociado a estas prácticas puede superarse?.

El otro tipo de conocimientos que se pretenden obtener es de carácter analítico y surgirá al buscar respuestas a: ¿Cuáles son las tensiones y contradicciones a las que se enfrentan los actores sociales

al momento de la aplicación de las referidas herramientas?, ¿qué implicancias pedagógicas y políticas tienen las decisiones que se asumen frente a ella?, ¿cuáles y cómo son las estrategias que se pueden emplear para desarrollar competencias en los emprendedores de la Economía Social y Solidaria para que puedan hacer efectiva la herramienta?, ¿cuáles son las interpretaciones, creencias y argumentaciones que subyacen en los docentes - investigadores del área de Economía Social y Solidaria respecto a la evaluación de la herramienta aplicada?.

La propuesta se enmarca en un diseño emergente, lo que implica “por un lado acordar líneas de acción inicial que marquen una orientación general. Por el otro, fijar las especificaciones de abordajes particularizados y la construcción de técnicas e instrumentos concretos, de acuerdo a las necesidades de obtención de información válida, que se determinen durante el proceso investigativo”³

La metodología propuesta en esta investigación será de tipo cuali y cuantitativo, según los aspectos que deban evaluarse. Se trabajará con una muestra de tipo teórico-intencional conformada por emprendedores sociales que se seleccionarán por su interés una vez que se haya concluido el relevamiento del padrón vigente. La evaluación se realizará sobre la base de herramientas metodológicas cuali y cuantitativas, algunas de las cuales han sido tradicionalmente y otras, propuestas por el equipo, serán aplicadas a la muestra como innovación. Por ello, metodológicamente se procederá a la aplicación de técnicas y métodos diferentes, en correspondencia a cada uno de los tipos de conocimientos pretendidos.

Tanto para la sistematización de la experiencia como para la construcción de conocimiento se utilizarán en las etapas que correspondan las siguientes herramientas metodológicas: Registros etnográficos de los talleres con los distintos actores del equipo.; entrevistas semi-estructuradas a actores clave (emprendedores, académicos, gestión política); encuestas online a usuarios y potenciales emprendedores; entre otras que se emplearán según las necesidades del proyecto.

7.4. Identificar posibles factores críticos internos que pudieran obstaculizar o demorar el desarrollo del proyecto

(Máx. 200 palabras)

Entendiendo que uno de los resultados más robustos es el desarrollo de la plataforma virtual, el factor crítico interno que puede obstaculizar o demorar el desarrollo del proyecto está íntimamente ligado a la obtención del financiamiento. En consecuencia, el reconocimiento del trabajo profesional de los integrantes de la cooperativa de software libre debe estar garantizado.

Hasta el presente los avances logrados estuvieron directamente condicionados al proceso de financiamiento y de manera gradual, así se avanzó hasta la generación de una vidriera virtual alojada en www.tiendacees.com.ar.

Por otro lado, puede entenderse que la alfabetización de los emprendedores en el uso de herramientas tecnológicas puede constituir un factor crítico interno, el cual será abordado mediante una estrategia de incubación y acompañamiento permanente que permita la emancipación.

En cuanto al Comercio Electrónico, en este apartado es oportuno mencionar que como debilidad,

³ Celman, S. (2002). La evaluación democrática: remando contra la corriente. Jornadas Internacionales de Investigación sobre la Universidad. UNRC.

encontramos que el usuario no puede palpar el objeto a comprar y como amenaza que existen bajas barreras de entrada al mercado y la posible confusión de la plataforma con los sistemas de mercado tradicionales.

7.5. Identificar posibles factores que favorezcan el impacto del proyecto y el logro de los resultados propuestos

(Máx. 200 palabras)

La fortaleza del presente proyecto radica en el aporte de tecnología social a un sector postergado por el mercado dominante. En este sentido, Cicopa Mercosur⁴ asegura que “el uso de TIC's es una herramienta clave de emancipación para los movimientos sociales”, ya que posibilita crear “un ambiente común de inteligencia económica que permite el avance y consolidación de redes entre emprendimientos y brinda la posibilidad de conectar en forma directa los productores con el público consumidor.

Por otro lado, el comercio electrónico ha crecido a tasas muy importantes en el último año, y esto implica un potencial enorme para los emprendedores⁵, situación que se evidencia especialmente en la región⁶.

El estar enmarcado y respaldado por instituciones estatales y poseer un espacio físico, el presente proyecto brindará mayor confianza al público, permitirá lograr mayor difusión de los productos por la disponibilidad online a tiempo completo de la plataforma y por su mayor alcance en cuanto a productos y público objetivo, y por tanto será una instancia de igualación de oportunidades.

Otra importante fortaleza radica en que se utilizará software libre, lo que reduce los costos, generaliza el acceso y es coherente con los valores intrínsecos en el proyecto.

7.6. Infraestructura y equipamiento

Detallar infraestructura y equipamiento con los que se cuenta para la ejecución del proyecto, indicando en cada caso la institución u organismo aportante.

(Máx. 400 palabras)

El Centro de Emprendedores de la Economía Social aportará el espacio físico como centro de operaciones, en donde se dispondrá de conexión a internet, dos salas de reuniones, proyector y una PC.

La Facultad de Ciencias Económicas brindará una sala de reuniones con PC y tres armarios, tres salas de computación disponibles para actividades de capacitación, un auditorio con capacidad para 200 personas para charlas y debates con expertos, bibliografía disponible en la biblioteca con colecciones completas de autores nacionales e internacionales de la temática.

UNL, UNER, UNSAM, PROCOAS y Universidades estratégicas: disponibilidad del uso de entornos virtuales para la difusión de los resultados del proyecto y la plataforma.

⁴ CICOPA Mercosur (2013). Disponible en <http://reddelsur.coop/?p=2928&lang=es>. Último acceso: 10-02-2015.

⁵ Cámara de Comercio Electrónico (2013). Disponible en <http://www.cace.org.ar/novedades/el-comercio-electronico-crecio-un-485-en-argentina-y-ya-son-mas-de-12-millones-los-argentinos-que-compran-por-internet/>. Último acceso: 10-02-2015.

⁶ Facultad de Ciencias de la Gestión – UADER (2013). Disponible en <http://www.elonce.com/secciones/economicas/377123-cada-da-ms-paranaenses-compran-por-internet-y-recomiendan-la-experiencia.htm>. Último acceso: 10-02-2015.

7.7. Presupuesto: (el monto total no puede superar el máximo establecido)			
Rubro		Monto año 1	Monto año 2
Gastos corrientes		\$ 123.153.-	\$ 49.897.
Gastos de capital		\$ 26.847.-	--
Total	\$199.897.-	\$ 150.000.-	\$ 49.897.-
Justificación del presupuesto solicitado (Máximo 200 palabras)			
<p>Los gastos responden a:</p> <p>Relevamiento \$23.100 » relevamiento de los emprendedores del CEES; de los productos; categorización de los productos, y especificación de categorías; relevamiento fotográfico.</p> <p>Tienda \$60.150 » incluye el análisis los requerimientos pertinentes, configuración base de la plataforma, el diseño, maquetado y desarrollo; módulos de envío, pago, proveedores, redes sociales, responsive; y carga de información.</p> <p>Catálogo \$12.600 » incluye desarrollo de los contenidos, diseño y maquetado del catálogo, y tratamiento fotográfico necesario.</p> <p>Folleto \$11.100 » incluye la formulación del contenido; el diseño, maquetado e impresión.</p> <p>Sitio web \$15.600 » relevamiento de los requerimientos y necesidades pertinentes para la web; diseño y configuración de la base de datos, diseño y maquetado de la página,</p> <p>Manuales \$27.900 » incluyen formulación y redacción del contenido, diseño y maquetado de los manuales; temáticas: emprendedor/producto/plataforma: usuario-administrador/plataforma: usuario-emprendedor.</p> <p>Talleres y charlas \$22.600 » incluyen desarrollo de contenido, convocatoria y dictado. Se plantean encuentro para definir objetivos y metas, de organización interna, talleres de administración del sitio web, de administración de la plataforma de comercialización, de experiencia emprendedora. Charlas con expertos en las diferentes temáticas.</p> <p>Equipamiento \$26.847 » contempla equipar el CEES con elementos complementarios a los disponibles y de uso exclusivo para los emprendedores y de la plataforma virtual: PC, impresora, cámara fotográfica, pen-drive, estabilizador e instalaciones.</p>			
7.7.1. Otras fuentes de financiamiento del proyecto y recursos disponibles.			
Monto asignado		Fuente de financiamiento	
<i>* Agregar filas según la cantidad de fuentes</i>			

7.7.2. Justificar la factibilidad de alcanzar los objetivos propuestos con los recursos financieros disponibles. (Máximo 200 palabras)

La estrategia diseñada y sostenida desde la perspectiva de incubación requiere de un financiamiento sostenido en la primera etapa de desarrollo e implementación, donde las horas hombre y apoyo técnico de Colectivo Libre para el desarrollo de una plataforma virtual de software libre resultan críticas para sostener el monitoreo y autoevaluación de la segunda etapa. En este sentido los recursos disponibles garantizan la concreción del primer año y la continuidad del segundo año requiere de un acompañamiento donde los recursos financieros pierden significancia por la garantía de la contraparte del equipo de investigadores participante.

7.7.3. Indicar si cuenta con fuentes de financiamiento previas al financiamiento PDTS solicitado.

Si No Fuente/s: Proyecto de Extensión de interés social “Construcción colectiva del diseño político de un Mercado de comercio solidario, consumo responsable y precio justo en la ciudad de Santa Fe” (Aprobado por Resolución Consejo Superior UNL Nro. 410/14).

8.- RESULTADOS PREVISTOS E IMPACTO ESPERADO

(Productos y/o indicadores verificables esperados; posibles beneficios económicos/ sociales y mecanismos para la adopción de los resultados esperados del proyecto).

(Máx. 400 palabras)

El resultado más importante del presente proyecto es la puesta en marcha de la plataforma virtual de comercialización en la que se espera incluir en una primera instancia, a todos los emprendedores nucleados en el CEES. A su vez, se espera como resultado la generación de manuales para el uso de la plataforma, del sistema integrado de información y de los aspectos legales e impositivos básicos para la formalización de los emprendedores como sujetos económicos activos.

Como elemento sustancial para la divulgación de la propuesta se generará una página web y se diseñarán folletos que den a conocer a la comunidad la iniciativa presentada.

En una primera instancia no se esperan resultados específicos en términos de cantidad de pedidos recibidos o ventas pero sí se espera que los mismos vayan aumentando conforme la plataforma se consolida, y es apropiada por los emprendedores y la comunidad.

Respecto a los impactos, se espera promover formas colectivas de comercialización que sean herramientas eficaces para dar respuesta a las problemáticas a las que enfrentan estos emprendimientos, otorgando eficiencia y retornos suficientes a sus actividades y proyectos en un mercado solidario. En este sentido, la participación activa de los referentes de los gobiernos locales y provinciales adquiere una importancia relevante para la sostenibilidad futura a largo plazo. El fortalecimiento de los emprendimientos a través de la promoción, difusión y comercialización de sus productos, como así también la sociabilización de sus lógicas solidarias de funcionamiento y el desarrollo de las capacidades operativas de sus miembros, permitirán impulsar la idea de que otra forma de mercado es posible, presionando positivamente en la construcción de políticas públicas locales que sean capaces de responder a sus demandas.

Puede considerarse también que la construcción de formas asociativas y la creación de espacios de

comercialización complementarios permitirán impulsar la gestión, participación e integración del sector de emprendedores en el mercado local, desarrollando líneas de comercialización alternativas para mejorar las condiciones de vida de los integrantes y sus familias.

Por último, puede destacarse que hacia el interior del quehacer universitario se espera propiciar la integración de las funciones sustanciales de la Universidad Pública a través de la permeabilización de las líneas de investigación, el derrame de las propuestas en los programas de grados y posgrados de las carreras en ciencias económicas y el incentivo de nuevos proyectos de extensión.

9.- SALVAGUARDA ÉTICA Y AMBIENTAL

(Máx. 400 palabras)

La presente propuesta se realizó atendiendo a la responsabilidad ética y social que compete a la actividad científica y tecnológica, teniendo en cuenta en primer lugar que no existe desarrollo sustentable en una sociedad no equilibrada y menos aún en sociedades movilizadas tras la acumulación, el lucro y movidas por el mercado. En este sentido, la economía solidaria nos ilumina como vector de acción y aterrizaje práctico en descubrir y conocer distintas formas de operar que presenta el concepto de solidaridad en el ámbito de la economía, y del cual podemos extrapolar ciertos ribetes de no menor importancia para desarrollar de mejor manera su comprensión bajo la óptica del trabajo en equipo puesto en práctica en un ambiente de colaboración, comunión y cooperación.

El presente trabajo intenta demostrar la característica polifuncional de la solidaridad, tanto como concepto, práctica y estilo de vida, fuerza motivadora entre otras características que posee este valor, se verifica de manera concreta a través de su uso práctico con el desarrollo y la integración de las NTIC's. Así por ejemplo fomentamos, el uso de Software Libre, en el cual la lógica o racionalidad de desarrollo que plantea en su accionar se caracteriza por construirse sobre la base del trabajo colaborativo, el trabajo en red, un trabajo de horizontalidad de relación entre los distintos usuarios, situación que motiva una suerte de bien común gracias al aporte de poner los conocimientos personales al servicio y uso de otros.

Podemos decir que la preocupación ecológica y la protección del medio ambiente está originando una incipiente búsqueda de una economía ecológica, que encuentra en las formas económicas fundadas en la solidaridad y el trabajo su expresión más coherente y natural. Fomentamos el comercio justo y solidario en el cual se comercializan productos originados por pequeños productores, eliminando intermediarios y favoreciendo el consumo de productos ecológicos y producidos en condiciones de trabajo digno, condiciones justas, no contaminantes, sustentables y respetuosas del medio ambiente.

10.- Recusación fundada de Evaluadores

Nota: El presente proyecto será evaluado por integrantes del Banco de Evaluadores del CIN / CONICET cuya nómina se hará pública.

La recusación fundada de evaluadores, de acuerdo con las causales determinadas en el Art. 17 del CPCC (Ver: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16547/texact.htm>) podrá efectuarse por medio de una nota del director/postulante que se recibirá en la IUP sede del proyecto previo a la realización de su evaluación. Se brindarán precisiones para esta presentación en la página Web del CIN y el aplicativo de postulación.