

“Análisis de las Iniciativas de Economía Social y Solidaria en la Ciudad de Santa Fe (2010-2014). Desarrollo de un Mercado Solidario.”**Autor:**

Azerrad, María Rut; Rabasedas, María Laura y Peralta, Graciela

E-mail

shauque@fce.unl.edu.ar – mlrabasedas@fce.unl.edu.ar

Eje Temático

Contabilidad y Tributación

La Universidad Nacional del Litoral, a través de la Secretaria de Extensión junto con la Facultad de Ciencias Económicas y la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, asiste desde el año 2006 a un proceso continuo de fortalecimiento de iniciativas económico solidarias. Dicho proceso tuvo como resultado la constitución del Centro de emprendedores de la Economía Social y Solidaria de la ciudad de Santa Fe, creado a través de un convenio firmado entre la U.N.L. y el Gobierno Municipal. La puesta en funcionamiento del centro implicó la creación de un registro de emprendedores que actualmente cuenta con 316 emprendedores empadronados.

De las investigaciones previas surgen tres ejes problemáticos que atraviesan a los emprendedores sociales: capacitación (en aspectos técnicas, organización–gestión), equipamiento (insumos, materiales y maquinarias) y mercado (espacios de comercialización para sus productos).

En el presente trabajo, focalizaremos el eje problemático de mercado 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 y el problema de la informalidad.

Una aproximación a la primera perspectiva indica que 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. El trabajo de alfabetizar en prácticas asociativas ha demostrado que 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 consecuencia, se plantea 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

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

las principales herramientas que permitirá abordar la problemática planteada, considerando que el comercio electrónico ha crecido a tasas muy importantes en el último año, y esto implica

un potencial ingente para los emprendedores; los consumidores adoptaron la comprar por internet, y esto se ve reflejado en un informe que presentó la Cámara Argentina de Comercio Electrónico a principio de año, donde acuerda que durante el año 2013, el comercio electrónico en Argentina ha crecido un 48,5% respecto al año anterior.

En este informe, se observa además, que “más de un 73,4% de los usuarios de Internet consultan regularmente en la web para analizar sus opciones de compra en el mundo físico, tomando en muchos casos la decisión de compra del producto o servicio y del proveedor en línea, aunque efectúe la compra posteriormente en un establecimiento físico.

Según un informe de Cicopa Mercosur “el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) es una herramienta clave de emancipación para los movimientos sociales.”, ya que utilizar las herramientas de internet permite promover la articulación económica, social y política a emprendimientos de Economía Solidaria; posibilita crear “un ambiente común de inteligencia económica que permite el avance y consolidación de redes y cadenas económicas entre los emprendimientos solidarios”. Las plataformas de comercio electrónicos vinculadas a la economía solidaria se convierten en factores fundamentales para la formación de redes y cadenas de producción, consumo y articulación, tanto de los emprendimientos, como los mismo con cooperativas u otras asociaciones.

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 Economía social y solidaria. Por tanto, se visualiza a la plataforma virtual desde un doble propósito: generar un espacio en red que proyecte las relaciones interpersonales de los emprendedores individuales y estimular e inferir la sinergia entre las acciones colectivas y colaborativas desde lo virtual y las relaciones interpersonales dentro del Centro de emprendedores.

El presente artículo, se concentra en la etapa inicial de la investigación, elaborando el marco teórico y el desarrollo de una vidriera virtual como plataforma básica evolutiva.

Marco Teórico

La presente investigación se sustenta en el concepto de Economía Social y Solidaria –ESyS– expresado por Cruz (2006) que la define como el conjunto de iniciativas económicas asociativas en las cuales el trabajo, la propiedad de sus medios, los resultados económicos, los conocimientos y el poder de decisión son compartidos por todos los participantes directos, buscando relaciones de igualdad y solidaridad entre sus participantes. Desde esta perspectiva, Singer (2002) describe la necesidad de fortalecer y sostener a la economía solidaria con el apoyo de las organizaciones que

la fomentan. En consecuencia, es responsabilidad y compromiso de la universidad pública estudiar el diseño de mercados alternativos desde espacios de acción que articulen las funciones de investigación, extensión y docencia desarrollando una integralidad como una apuesta importante a la transformación de los procesos enseñanza- aprendizaje y de la propia institución.

Desde el punto de vista histórico y político, no existe según Coraggio (2007) “el” mercado, sino que hubo, hay y habrá muchos mercados posibles. El mercado actual y sus precios, son una construcción que tiene detrás mecanismos ciegos, empresas y gobiernos responsables, que reproducen relaciones de poder a favor de los grupos más concentrados. Para la construcción de un mercado solidario, se necesita una sociedad más justa, más igualitaria, más democrática, más soberana, menos alienante, pensar en una red solidaria de intercambios donde el concepto de precio justo es fundamental, constituyéndose en un problema a debatir y decidir democráticamente a partir de cada situación concreta; fomentando además, como expresa Mance (2002) un consumo solidario, es decir, consumir bienes o servicios que sirvan a las necesidades y deseos del consumidor buscando realizar su libre bienestar personal; promover el bienestar de los trabajadores que elaboran, distribuyen y comercializan dicho producto o servicio; mantener el equilibrio del ecosistema; contribuir a la construcción de sociedades justas y solidarias.

La escritora sudafricana Nadine Gordimer (1999), premio Nobel de Literatura, que ha actuado de embajadora de buena voluntad del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, puntualiza: “El consumo es necesario para el desarrollo humano cuando amplía la capacidad de la gente y mejora su vida, sin menoscabo de la vida de los demás (...). Mientras para nosotros, los consumidores descontrolados, es necesario consumir menos, para más de mil millones de personas más pobres del mundo aumentar su consumo es cuestión de vida o muerte y un derecho básico”.

El consumo como tal puede ser analizado en tanto consumo productivos de insumos, energía, etc., para la realización de un bien o servicio. Ambos pueden ser divididos en cuatro clases: alienado, compulsorio, para el bienestar y solidario. El *consumo alienado* se refiere al consumo practicado bajo influencia de las semiosis publicitarias.

El *consumo compulsorio* es aquel que uno tiene que realizar para satisfacer las necesidades biológicas, culturales y situacionales y que se da cuando uno cuenta con pocos recursos para atenderlas o no tiene alternativas para elegir.

El *consumo para el bienestar*, a su vez, ocurre cuando uno no se deja engañar por los artificios publicitarios y, por tener recursos que posibiliten elegir qué comprar, elige aquellos productos y servicios que sean satisfactorios para realizar el propio bienestar, y se garantiza su singularidad como ser humano.

Finalmente, *el consumo solidario* en practicado en función no solo del bienestar personal, sino también del bienestar colectivo, favoreciendo a los trabajadores que producen, distribuyen y comercializan dichos bienes, servicios consumidos mientras, a la vez, favorecen el mantenimiento del equilibrio dinámico de los ecosistemas. Se trata, así, del consumo en el que uno prefiere los productos y servicios de las iniciativas productivas de economía solidaria en vez de consumir productos de empresas que explotan a los trabajadores y degradan los ecosistemas. El consumo solidario es también practicado con

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

“Conocimiento e Innovación en la FCE”

miras a contribuir a la creación de puestos de trabajo bajo estrategias del desarrollo territorial sustentables, para preservar el equilibrio de los ecosistemas y para mejorar el nivel de consumo de todos los que participan de las redes colaborativas solidarias. Ello favorece la creación de sociedades más justas y sustentables, combatiendo la exclusión y la degradación ambiental. (Mance, Euclides 2009).

Es por esto, que el autor plantea que el acto de consumo es un ejercicio de poder por el cual se puede efectivamente apoyar tanto a la explotación de los seres humanos, la destrucción progresiva del planeta, la concentración progresiva del planeta, la concentración de riquezas y la exclusión social, como contraponerse a ese modo lesivo de producción. En este caso, se promueve, mediante la práctica del consumo solidario, la ampliación de las libertades públicas y privadas, la desconcentración de las riquezas y el desarrollo ecológico y socialmente sustentable.

Dadas las características de la construcción de otro mercado, incorporamos en esta investigación el concepto de precio justo definido por Reas - red de redes de economía alternativa y solidaria- como aquel precio que ha sido establecido de mutuo acuerdo a través del diálogo y la participación de los actores, proporcionando un pago justo a los emprendedores productores y a su vez sostenido por el mercado. Un consumo responsable según lo define la Cooperativa de Comercio Solidario (2013) es aquel que tiene en cuenta las condiciones sociales y ecológicas en que fue elaborado un producto o generado un servicio, es decir que se trata de organizar la economía de acuerdo a una mayor justicia, respeto por el hombre y por los recursos naturales. Comercio Solidario, entendido como la “red comercial producción-distribución-consumo orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie principalmente a los productores en situación de desventaja, impulsando mejores condiciones económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este proceso” (Cotera y Ortiz, 2009: 63).

Se busca obtener condiciones más justas para los productores, especialmente para los marginados, forjando la evolución de las prácticas y las reglas del comercio internacional para que busquen criterios de justicia y equidad, contando para ello con el apoyo de los consumidores.

Hacer un consumo responsable no se trata simplemente de una elección correcta entre marcas, ni sólo de consumir verde, sino de un replanteamiento de toda la forma de consumir. Consiste en una práctica constante de preguntarse primero si realmente se tiene la necesidad o deseo de lo que se va a consumir, después de cuántas maneras se puede satisfacer esa necesidad o deseo, y finalmente, en caso de hacerlo a través del mercado, cuál de las opciones que ofrece es considerada la más acertada, más justa, más sostenible.

Objetivos Generales:

1) Investigar el diseño político de un espacio de comercialización virtual, basado en los valores de consumo responsable, comercio solidario y precio justo en la ciudad de Santa Fe para el proceso de comercialización de los emprendedores locales de ESyS.

2) Estudiar la estrategia de comercialización en el marco de un espacio virtual de la ESyS a través de comercio electrónico con la combinación simultánea y alternativa de ferias locales y muestras.

Objetivos Específicos

- 1) Desarrollar una plataforma web destinada a la comercialización de los productos de los emprendedores.
- 2) Capacitar a los emprendedores, funcionarios públicos y comunidad académica en el uso y funcionamiento de las técnicas de comercialización virtual.
- 3) Fomentar el trabajo asociativo en la etapa de comercialización de los emprendimientos sociales.
- 4) Fomentar el debate de los principios y valores de la ESyS en relación al consumo responsable, comercio solidario y precio justo.
- 5) Consolidar a la cooperativa de trabajo, emprendedores sociales, investigadores y funcionarios del centro de emprendedores, para la formación de un equipo de trabajo asociativo.
- 6) Sociabilizar el espacio de comercialización virtual a través de diferentes técnicas de difusión .
- 7) Estudiar las normativas vigentes Nacional, Provincial y Municipal en materia de comercialización para EsyS.

Metodología

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? ¿Que alcances y limitaciones tiene esta herramienta para el contexto del área ESyS en la ciudad de Santa Fe?, ¿Qué alcances y limitaciones presenta el marco regulatorio vigente?, y .¿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, que surgirá al encontrarse 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 ESyS para que puedan hacer efectiva la herramienta?.

La metodología propuesta en esta investigación y que responde al marco teórico definido será de tipo cuali y cuantitativo, según los aspectos que deban evaluarse. La propuesta central de este estudio es el uso de una plataforma virtual que trasvasa las tradicionales disponibles y logra sintetizar desde su perspectiva una visión integral de los emprendedores sociales.

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Metodológicamente se trabajará con una muestra de tipo teórico-intencional conformada por emprendedores sociales que se seleccionaran por su interés una vez que se haya concluido el relevamiento del padrón vigente. La evaluación se realizara sobre la base de herramientas metodológicas cuali y cuantitativas, algunas de las cuales han sido tradicionalmente aplicadas en plataformas anteriores 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.

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” (Celman, S.; 2002)

La estrategia que se diseñará para la implementación requerirá de un acompañamiento durante un año en capacitación y monitoreo de los actores sociales por parte de los asociados de la cooperativa de trabajo de software libre con el apoyo del equipo de investigadores de la UNL.

Este espacio virtual de comercio electrónico se implementará con una base de operaciones física en el Centro de Emprendedores de la Economía social, planificando a priori un acompañamiento de incubación. La plataforma será un espacio comunitario, donde los emprendedores tendrán dos roles principales: por un lado serán proveedores de los productos a comercializar, y a su vez administradores de productos y pedidos.

Para la etapa de implementación se trabajará de forma centralizada, con un puesto de trabajo instalado en el centro de emprendedores, para monitorear diariamente todas las novedades que impacten en la plataforma (pedidos, consultas, preguntas frecuentes, etc.) facilitando la administración del sitio por parte de los emprendedores. Dicho 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 este puesto de trabajo se informará de los pedidos al emprendedor para 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). A su vez, 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.

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Se visualiza la plataforma virtual desde un doble propósito: generar un espacio en red que proyecte las relaciones interpersonales de los emprendedores individuales y estimular e inferir la sinergia entre las acciones colectivas y colaborativas desde lo virtual y las relaciones interpersonales dentro del Centro de emprendedores. Esta tarea es responsabilidad del equipo de investigadores y extensionistas del presente proyecto, junto con la cooperativa de trabajo de software libre. 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 centro de emprendedores.
- 3- Los emprendedores sociales.

Resultados e Impactos Esperados

Uno de los resultados más importantes de la presente investigación es determinar la viabilidad técnica de una plataforma virtual de comercialización, con una propuesta asociada. La estrategia de acción está sustentada en las experiencias vigentes – entre otras y con especial énfasis en los casos de:

- Ecosol (Montevideo/Uruguay),
- Cooperativa Minka (Rosario/Argentina),
- Trocas Verdes (Campinas/SP/Brasil)
- EcoTienda (Montevideo / Uruguay)

Se investiga la sustentabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos de la ciudad de Santa Fe por medio del asociativismo y cooperación. Simultáneamente, 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.

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, el carácter multi e interdisciplinario de la Economía Social y Solidaria en general y de esta investigación en particular

 XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

“Conocimiento e Innovación en la FCE”

creará incentivos para promover, estimular y realizar investigaciones y proyectos acerca de las organizaciones sociales y del sector de la economía social, en el ámbito local y regional.

El otro resultado es la elaboración de un manual del sistema integrado de información con los aspectos legales e impositivos básicos, elementales y sustanciales, para la formalización de los emprendedores como sujetos económicos activos.

El diseño e implementación de la vidriera virtual como etapa inicial de una plataforma básica evolutiva, está en desarrollo para inaugurarse en la primera quincena de diciembre de 2014.-

Bibliografía

Bergonsi Suely Soares, S., Lacerda, G. Biscaia de, (compiladores) (2007): *Cooperativismo, economía solidaria e inclusión social: métodos y abordajes*. Editora PROEC, Curitiba.

Cotera, A., ORTIZ, H. *Comércio Justo*. In: CATTANI, A.D. et al. (coord.) *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Almedina, 2009.

Coraggio, J. L. (2007) *Economía Social, Acción Pública y Política (hay vida después del neoliberalismo)*. Ediciones CICCUS, 1° ed. Buenos Aires.

Coraggio, J. L. (2011) *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Ediciones Abya-Yala, 1° Edición, Quito, Ecuador.

Cruz, Antonio Martins da. (2006) *A Diferença da Igualdade. A dinâmica da Economia Solidária em quatro cidades do Mercosul*. Campinas SP.

Singer, P., (2002) *Introducción a la Economía Solidaria*. San Pablo, Brasil, 1° Edición - Editorial Fundación Perseu Abramo.

Euclides André Mance (2002) *Consumo Solidario* Instituto de Filosofia da

Libertação Curitiba, noviembre de 2002

Reas – Red de redes de economía alternativa y solidaria. Consultado el 15/10/14: http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

Cooperativa de Comercio Solidario. <http://comerciosolidario-santafe.blogspot.com.ar/p/consumo-responsable>. Consultado el 15/10/14

Cattani, Coraggio y Louis Laville, *Diccionario de la otra economía*. Altamira, 2009.

Celman, S.: *La evaluación democrática: remando contra la corriente*. Jornadas Internacionales de Investigación sobre la Universidad. Universidad nacional de Río Cuarto. 2002

XI

Jornadas DE INVESTIGACIÓN

FCE-UNL

19 y 20 de Noviembre

FCE

UNL

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

“Conocimiento e Innovación en la FCE”

Gordmier, Nadine, (1999), “Hacia una sociedad con valor añadido”, extraído de Diario El País, España.