

REDES PARA EL INTERCAMBIO Y LA COMERCIALIZACIÓN: PROPUESTAS DESDE AMÉRICA LATINA

EDITORES: PAULA ARZADUN, PAULA ULLOA MENESES,
RYTHA PICADO ARROYO Y ALEJANDRO MASÍS ARCE | (2021)

**REDES PARA EL INTERCAMBIO
Y LA COMERCIALIZACIÓN:
PROPUESTAS DESDE
AMÉRICA LATINA**

EDITORES:

Paula Arzadun, Paula Ulloa Meneses,
Rytha Picado Arroyo y Alejandro Masis Arce

– 2021 –

352.4 R314r Redes para el intercambio y la comercialización: propues-
tas desde América Latina / editores Paula Arzadun, Paula
Ulloa-Meneses, Rytha Picado-Arroyo, Alejandro Masís-Arce.

-- 1 edición -- Cartago, Costa Rica. Editorial Tecnológica de
Costa Rica, 2021

1 recurso en línea (500 Kb) : ilustraciones, tablas

Bibliografía

ISBN: 978-9930-541-87-6 (e-book)

1. Administración financiera 2. Gestión financiera --
Administración pública 3. Economía social 4. Economía
alternativa 5. Economía colaborativa 6. Universidades
-- América Latina -- Proyectos 7. Universidades -- América
Central -- Proyectos 8. Empresas 9. Asociaciones
10. Emprendedores 11. Recursos humanos
I. Arzadun, Paula, edit. II. Ulloa-Meneses, Paula, edit.
III. Picado-Arroyo, Rytha, edit. IV. Masís-Arce, Alejandro,
edit. V. Título



Una producción de:

Medios de Promoción S.A. // Tel.: 2272-5384 • 2272-9384
contacto@mediosdepromocion.com • www.mediosdepromocion.com
Diseño y Diagramación por: Carolina Gómez Varela / *Kreativa Design*
Tel.: 8312-6735 • karogv@gmail.com

PREFACIO

El Proyecto INICIA –Especialización en gestión de iniciativas económicas colaborativas y de economía social solidaria– cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa Erasmus+, se planteó con el objetivo de garantizar la adquisición de competencias necesarias para crear, innovar y liderar empresas vinculadas a la Economía Social, Solidaria y Colaborativa. En este proyecto, participaron 19 organizaciones, 17 de ellas Universidades, que conformaron el Consorcio que lo diseñó y ejecutó con la coordinación general del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC).

En el desarrollo de esta iniciativa, primero se diseñó la especialización y luego se logró capacitar a 28 docentes en las universidades de los países socios con énfasis en nuevos enfoques pedagógicos, tecnológicos y de impacto socio-comunitario. Posteriormente, estos docentes fueron los responsables de impartir el programa piloto del Curso de Especialización en 17 universidades, a través del cual se capacitaron 420 estudiantes en los países socios, quienes desarrollaron sus propias iniciativas innovadoras de economía social solidaria y colaborativa.

De esta manera, los Proyectos de Emprendimiento de Economía Social Solidaria y Colaborativa (PEESC) fueron desarrollados a lo largo del programa con el fin de que los estudiantes pudieran aplicar los conocimientos adquiridos, reforzar el vínculo colaborativo y establecer lazos de asesoramiento entre los miembros del programa piloto, de todos los países participantes y con otros miembros del ecosistema nacional e internacional, interesados en las temáticas de los proyectos planteados. Además de la integración de los aprendizajes, las iniciativas de economía social solidaria y colaborativa planteadas debían incluir aspectos como: el enfoque de gestión democrática y de triple balance (económico, social

1 Cooperation for innovation and the Exchange of good practices – Capacity building in the field of higher education.

y ambiental), la posibilidad de intercooperación, elementos de innovación (como modelo de negocio) y la posibilidad de ser replicables en otros entornos.

Partiendo de lo anterior, el presente libro surge del trabajo constante y el esfuerzo realizado por docentes y estudiantes del proyecto INICIA, quienes conscientes de los tiempos retadores que vivimos, plantearon proyectos innovadores de economía social y colaborativa vinculados a las tecnologías emergentes, lo cual representa una fresca y atractiva muestra de que sí se puede emprender y plantear nuevos modelos de negocio en las nacientes formas de hacer economía, propiciando el intercambio justo y el trabajo solidario.

De forma particular, en esta obra el lector podrá conocer los proyectos desarrollados por estudiantes de todos los países socios, vinculados a las categorías de comercialización y redes (intercambio y espacios compartidos). Espero que su lectura contribuya a visibilizar dichas iniciativas y a inspirar e impulsar a todos aquellos que sueñan con un mundo diferente, con emprendimientos que no solo innoven en sus productos, servicios o procesos, sino en la manera de hacer y desarrollar modelos de negocios en la nueva economía.

Rytha Picado 

TABLA DE CONTENIDOS

PREFACIO 5

INTRODUCCIÓN 11

SECCIÓN 1 - ARGENTINA

CAPÍTULO 1 | COOMPARTIR 16

CAPÍTULO 2 | CONVIVIA: La comunidad virtual de Ecosol Cáritas Argentina 20

CAPÍTULO 3 | EMprendete: Red de Mujeres Emprendedoras 23

CAPÍTULO 4 | FERIA DE INTERCAMBIO SOLIDARIO. Una experiencia de intercambio solidario realizada en la Escuela Secundaria Técnica de la UNQ como generadora de valor y acumulación comunitaria 29

CAPÍTULO 5 | Kolmena Oeste 33

CAPÍTULO 6 | La Asamblearia 37

CAPÍTULO 7 | MAESS: Mutual de Actores de la Economía Social y Solidaria 42

CAPÍTULO 8 | Mutual para la adquisición de dispositivos digitales 44

CAPÍTULO 9 | Nodo Territorial Kolmena Oeste. Experiencia de comercialización solidaria de productos de la economía social y solidaria en la zona Oeste del Gran Buenos Aires 51

CAPÍTULO 10 | Tienda Colectiva Digital 54

SECCIÓN 2 - COSTA RICA

CAPÍTULO 11 | AGAMOS: Agua gestionando agua con movimiento solidario 58

CAPÍTULO 12 | ASORLI: Asociación de Sordos de Limón 62

CAPÍTULO 13 Centro de Comercialización y Abastecimiento de Aguas Zarcas	66
CAPÍTULO 14 CletaSolidaria	69
CAPÍTULO 15 Costa Rica ESSColaborativa “La Plataforma de la Economía Social Solidaria Colaborativa para Costa Rica”	74
CAPÍTULO 16 Economía en T “Redes cooperativas y colaborativas en tiempos de crisis”	82
CAPÍTULO 17 Guía de comercialización en mercados digitales Personas Adultas Mayores Emprendedoras	87
CAPÍTULO 18 Mercado virtual de Santa Ana: Plataforma colaborativa para emprendedores, empresarios y consumidores	94
CAPÍTULO 19 Mesa Solidaria	102
CAPÍTULO 20 Montañas Vivas	107
CAPÍTULO 21 Portal Web y observatorio MiPyme San Carlos	109
CAPÍTULO 22 Reactivación socioeconómica en la Isla de Venado, Golfo de Nicoya, Puntarenas, mediante el modelo Economía Colaborativa y Economía Social y Solidaria	116

SECCIÓN 3 - EL SALVADOR

CAPÍTULO 23 APRENOVI Nuevas Formas de Aprendizaje	120
CAPÍTULO 24 CONÉCTAME	125
CAPÍTULO 25 Mi Viaje (MIVI)	133
CAPÍTULO 26 Tu Ruta SV red de contactos para turismo	139

SECCIÓN 4 - GUATEMALA

CAPÍTULO 27 AgroLink	147
CAPÍTULO 28 Asociación Solidarista KYRIOS DENTAL	150
CAPÍTULO 29 Informe final del proyecto Academia de Jóvenes Emprendedores "María Auxiliadora"	153
CAPÍTULO 30 Emprende +	159

SECCIÓN 5 - HONDURAS

CAPÍTULO 31 Cooperativa de Asistencia y Desarrollo Económico-Social "CADES"	164
CAPÍTULO 32 Green Society	169
CAPÍTULO 33 HND X HND	173
CAPÍTULO 34 Kawas servicio de mandados	175
CAPÍTULO 35 Orquídeas	179
CAPÍTULO 36 Productos de mi Tierra	183
CAPÍTULO 37 Proyecto Multi-Etnica	185
CAPÍTULO 38 TeguCoop	189
CAPÍTULO 39 Servi-504	194

SECCIÓN 6 - NICARAGUA

CAPÍTULO 40 AGRO-MARKET	199
CAPÍTULO 41 Cafetería Móvil Nic	203

CAPÍTULO 42 Conscience Market Cooperativa de Responsabilidad Limitada	210
CAPÍTULO 43 CENIEQ – Centro de Innovación y Emprendimiento Quetzalcóatl	215
CAPÍTULO 44 El Realejo: Red Asociativa de Turismo Comunitario y Familiar, Ciudad Creativa	220
CAPÍTULO 45 Full House	225

SECCIÓN 7 - PANAMÁ

CAPÍTULO 46 Fuerza positiva	231
CAPÍTULO 47 AgroEmprender	240

SECCIÓN 8 - CASO DE ESTUDIO

CASO DE ESTUDIO De AirBnB a FairBnB	246
AGRADECIMIENTOS	256

INTRODUCCIÓN

El proyecto INICIA - Especialización en gestión de iniciativas económicas colaborativas y de economía social solidaria tuvo por objetivo general contribuir a la adaptación curricular de las universidades centroamericanas en relación con las nuevas formas de organización económica vinculadas a la “Economía Social y Solidaria” y la “Economía Colaborativa”, con el fin de mejorar las competencias de sus recursos humanos y prepararlos para enfrentar los desafíos de estos nuevos modelos económicos.

En el siglo pasado los países contaban con mecanismos de afiliación para el crecimiento económico social, enmarcados en lo que se conocía como economía social (ES) tales como las cooperativas, mutuales y otras fórmulas legales. No obstante con el pasar del tiempo, fueron surgiendo y tomando relevancia otras figuras como las asociaciones, fundaciones, Organizaciones No Gubernamentales, al tiempo que evolucionaron herramientas de Internet que democratizaron el acceso al conocimiento, y promovieron el impulso de movimientos sociales y ciudadanos a través de iniciativas comunitarias y grupos de afinidad.

El conocimiento derivado a partir de estas herramientas fue aprovechado principalmente por las Universidades Europeas y Argentinas, las cuales vieron una oportunidad para fortalecer sus programas de estudio en diversas áreas afines a esta materia y consecuente formar mejores profesionales con una visión y competencias más integrales para el desarrollo y gestión de proyectos en diversas áreas. Como resultado del trabajo en Red de las Universidades Centroamericanas en temas de emprendimiento e innovación, se detectó un importante déficit en la oferta académica, vinculada a la formación de estudiantes y la adaptación de los recursos humanos de estos países a nuevas formas de empresas de la economía social y solidaria.

Es por lo anterior, que nace el proyecto INICIA, un Proyecto Cofinanciado por el programa Erasmus+ y se enmarca en la prioridad establecida por el Programa de Creación de Capacidades en el Campo de la Educación Superior para América Latina y el Caribe 2018: Desarrollo Curricular en el ámbito de la Administración de Empresas. El cual planteó tomar como referencia el conocimiento adquirido

en los países de Europa y Argentina, para desarrollar un curso de especialización a nivel universitario que viniera a fortalecer el conocimiento y las capacidades de los países de Centroamérica y a su vez ampliar la oferta académica universitaria, adaptándola a nuevas condiciones económicas y tecnológicas que enfrentarán los estudiantes al llegar a sus trabajos y emprendimientos.

Con un Monto de subvención de 990.160, una duración total de 27 meses, este proyecto fue gestado y ejecutado por 19 instituciones Latinoamericanas y europeas:

- EL Instituto Tecnológico de Costa Rica, como Coordinador
- Universidad Técnica Nacional, CR
- Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
- Universidad Americana,
- Nicaragua Universidad de Panamá, Panamá
- ISAE Universidad, Panamá
- Universidad Rafael Landívar, Guatemala
- Universidad del Valle de Guatemala
- Universidad Tecnológica Centroamericana, Honduras
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras
- Universidad de El Salvador
- Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
- Consejo Superior Universitario Centroamericano
- Universidad Nacional de Quilmes
- Universidad Nacional de Moreno
- Universidad Complutense de Madrid
- Dinamia Cooperativa
- ESPC Europe, Francia
- Instituto Politécnico Viana do Castelo, Portugal

Este consorcio tenía la fuerte convicción de que el trabajo en red y conjunto, de la academia con el sector gubernamental y productivo, es la mejor apuesta al crecimiento de la región. Por lo anterior se definió como objetivo general el contribuir a la adaptación curricular de las universidades centroamericanas, en relación a las nuevas formas de organización económica vinculadas a la Economía Social y Solidaria y la Economía Colaborativa, con el fin de mejorar las

competencias de sus recursos humanos y prepararlos para enfrentar los desafíos de estos nuevos modelos económicos.

Para el logro de este objetivo, se definieron 5 objetivos específicos, los cuales superaron las metas planteadas, a continuación, se resumen los mismos:

1. Reforzar la cooperación de Universidades de diferentes regiones (Centroamérica, América del Sur y Europa) mediante la triangulación de conocimiento y transferencia de experiencia académica.

Se alcanza este objetivo, con una primicia de trabajo colaborativo, donde todas las instituciones tuvieran injerencia en las actividades y la hoja de ruta para el alcance de las metas, además, que permitiera afianzar el programa con el fin de garantizar la sostenibilidad.

2. Diseñar, desarrollar e implementar un Curso de Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social forma modular, para garantizar la adquisición de las competencias necesarias para crear, desarrollar, gestionar, investigar, innovar y liderar empresas vinculadas a la Economía Social, Solidaria y Colaborativa.

El objetivo específico 2 se consolida en un programa de especialización de 900 horas, modalidad virtual, con una equivalencia de 30 ECTS. Dicho programa constituido por:

- Fundamentos de la Economía Social Solidaria y Colaborativa
- Tecnologías Emergentes para Economía Social Solidaria y Colaborativa
- Nuevos Modelos de Negocio de Economía Social y Colaborativas
- Gestión Económica: Nuevos Enfoques
- Comunicación, Resiliencia, Innovación y Calidad
- Proyecto Final

3. Capacitar y entrenar 28 profesores de las Universidades de los países socios, con el fin de garantizar la sostenibilidad del Curso de Especialización, al finalizar el programa. Logrando una participación mayor de profesores, con un total de 51 participantes, de los cuales 42 completaron satisfactoriamente el curso.
4. Impartir de forma piloto una primera edición del Curso de Especialización en 14 Universidades, con el fin de capacitar un total de 240 estudiantes,

garantizando la acreditación oficial por parte de las Universidades. Alcanzando una matrícula superior y con una deserción menor al 3% en un programa virtual y con una cohorte de 458 estudiantes certificados en Economía Social Solidaria y Economía Colaborativa. Adicionalmente se generan 84 iniciativas de proyectos, muchas de las cuales están siendo implementadas en los diferentes países de Centroamérica y Argentina, permitiendo impactar directamente a la población, en búsqueda del bien común.

5. Evaluar y transferir la experiencia académica con el fin de difundir los nuevos contenidos curriculares y establecer convenios y colaboraciones entre Universidades de las tres regiones (Centroamérica, América del Sur y Europa).

Con este ejemplar se cumple el objetivo de divulgar los esfuerzos realizados por estudiantes y sus docentes a lo largo del año de la especialización. Todos ellos, atravesados por la identificación de necesidades de sus entornos, buscando aportar soluciones a vacíos, problemáticas u oportunidades concretas, con base en procesos y tramas asociativas.

La intención de difundir estos esfuerzos tiene como objetivo convertir a esta obra en un texto de referencia para otras personas interesadas y vinculadas a redes para el intercambio y la comercialización.

Para finalizar, se agradece y reconoce el esfuerzo de estudiantes y docentes, así como a quienes integraron el Proyecto INICIA. El mismo ha redundado en contribuciones para las propias organizaciones socias del Consorcio INICIA, por el proceso de aprendizaje atravesado y por la incorporación de contenidos enfocados en desarrollar y gestionar proyectos y entidades que requieren de nuevas competencias, métodos renovados, capacidades para producir funcionalidad y no cantidad, bienes y servicios centrados en el uso y no en la propiedad, en las necesidades de las personas y no en un crecimiento insostenible, innovación y resiliencia permanentes, los cuidados como base de la gestión, entre otros. Pero, además, ha permitido robustecer y, en otros casos, iniciar estrechas vinculaciones con agentes del entorno en aras de articular y promover acciones en los campos antes mencionados, además de las efectivas aportaciones a organizaciones de la economía social solidaria en los diferentes países en los que hemos trabajado. Por ello, se espera que una obra como la que aquí se presenta motive la continuidad, evolución y mejora de las acciones esbozadas.

Paula Ulloa Meneses

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 1 —



ARGENTINA

COOMPARTIR

01

CAPÍTULO

AUTORES:

Pablo Cejas,
Elizabeth Sotel,
Laura Martínez,
Julia Toñanes,
Sandra Torres y
Verónica Medrano.

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto se centra en la mirada del cooperativismo de plataforma, con bases profundas en los fundamentos de la economía social solidaria y colaborativa. Enmarcado en un contexto en el cual las plataformas más conocidas pertenecen al ámbito del capitalismo de plataformas, en donde el objetivo principal es la rentabilidad del proyecto para los inversores. Nosotros proponemos construir una plataforma que permita resolver necesidades de los individuos de forma colectiva, ayudándonos unos a otros, generando vínculos a través de la confianza que se puede construir de forma virtual con una *red social utilitaria*. Los objetivos son lograr un mejor aprovechamiento de los recursos existentes pero infrautilizados, a través de una plataforma que permita crear comunidades que puedan compartir esos recursos de forma gratuita. Permitir el acceso, gracias a una comunidad que pueda romper con la lógica del consumo irremediable, para el uso de determinados bienes y servicios.

No es algo novedoso compartir o prestar nuestros bienes, así como ayudar o colaborar en lo que sabemos, pero esas costumbres siempre fueron más frecuentes entre familiares y vecinos. Hoy la tecnología nos permite reproducir esas costumbres ampliando el rango de posibilidades a conocidos y a miembros de la plataforma que conformarían una comunidad, pudiendo agruparse por cercanía, intereses o subgrupos creados por los propios usuarios que permitirían generar los lazos de confianza necesarios para poder prestar y compartir. También esta *red social utilitaria* generará un perfil en el que se registren todos los préstamos y pedidos que cada persona realiza, de forma que cualquiera pueda mirar el historial que constituiría la reputación y el mayor capital para acceder a lo que cada uno necesita.

Muchos de nosotros tenemos bienes que no usamos periódicamente y sin dudarlo se lo prestaríamos a un conocido, pero normalmente no nos enteramos de que esa persona esté necesitando lo que yo tengo: esta sería la función de la plataforma. Además, no solo de herramientas estamos hablando, imaginemos que nuestros hijos tienen la oportunidad de ir de campamento y todas esas cosas que va a usar por unos días normalmente las compramos y luego quedan guardadas la mayoría de su vida útil; y ¿si una plataforma nos permitiría acceder a esos bienes sin tener que comprarlos?, ¿necesitas un equipo de sonido?, ¿un instrumento?, ¿una pava eléctrica?, ¿una anilladora? o ¿una valija?

Nuestro proyecto se asociará a la lógica del software libre. Sin duda, esta decisión responde, a que promovemos y creemos en los criterios de cuidar la información compartida, facilitar la circulación a los miembros de una comunidad y favorecer la horizontalidad y la participación, entendiendo que el conocimiento debe convertirse en un bien público que se puede utilizar y compartir (no con el objetivo de realizar negocios), con cuidado de los datos y la privacidad.

Podemos decir que, nuestra propuesta innovadora es incorporar las tecnologías digitales desde los principios y la lógica de la ESS y EC en contraposición con la Economía Corporativa, ya que buscamos

generar un medio para el intercambio y el acceso a bienes y servicios con el objetivo claro de favorecer a una mayor cantidad de personas con su uso, sin que nadie esté especulando con quedarse con el mayor beneficio. También incorporamos a nuestro proyecto la opción banco de tiempo, para que la experiencia de intercambio sea amplia y no quede reducida a prestar solamente bienes; a través de esta opción buscamos promover lazos solidarios entre usuarios.

Otro elemento fundamental es el social, el que aporta el contexto y hace que nuestro proyecto esté situado y es la conformación de comunidad y la forma que esta vaya adoptando.

La idea es fortalecer los lazos de colaboración entre los ciudadanos de una misma comunidad y al mismo tiempo dar respuesta a necesidades que se presentan en nuestra vida cotidiana y a uno de los desafíos más apremiantes que tenemos hoy, que es la lógica del consumo irremediable. Apuntamos a que en cada uno de estos intercambios exista además una práctica recíproca de saberes, de usos y de costumbres, generando vínculos que hacen aún más interesante el proyecto, compartir más que una herramienta, compartir tu tiempo, tus conocimientos y generar confianza.

Un sistema que no produce por la necesidad de vivir mejor, sino por la necesidad de consumir para sustentar al propio sistema que deja en condiciones de insatisfacción básica a la mayoría de la humanidad es un sistema obsoleto. Son indispensables iniciativas que apunten a una mejor distribución de los recursos y creemos que con nuestro proyecto podemos aportar nuestro granito de arena a ese fin.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR:

COOMPARTIR está integrado por un gran equipo de trabajadores de diversas disciplinas y con amplio recorrido en el territorio. El conjunto de *sentipensares* del equipo es de gran valor para llevar adelante el proyecto.

- ▶ **Pablo Cejas:** docente, socio fundador y expresidente de la Cooperativa de Vivienda y Consumo El Cardumen.
- ▶ **Elizabeth Sotelo:** coordinadora y promotora del Banquito de la buena Fe, tesorera de la Asociación Raíces Lomenses que trabaja con Emprendedores de ESSY EC. Parte del equipo de la Subsecretaría de Tierras y Viviendas y Hábitat del Municipio de Lomas de Zamora. Amplio conocimiento del territorio a nivel local vinculado no solo a lo social, sino también a la ESPS. Actualmente estoy cursando la carrera de Gestión de Políticas Públicas en la UNTREF. Participando también en el curso Estado Políticas y Democracia en América Latina a través de ELAG y el Grupo de Puebla.
- ▶ **Laura Martínez:** analista en Administración de Empresas, profesora e instructora en el área administrativa, orientadora en Economía Social y Desarrollo Local, actualmente cursando la Licenciatura en Educación en UNAHUR y el Programa de Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social en UNM. –“La salida es colectiva” –

- ▶ **Julia Toñanes:** educadora comunitaria, orientadora en Economía Social y Desarrollo Local. Tallerista en Género y Proyecto de País, tallerista de Formulación de Proyectos Productivos.
- ▶ **Sandra Torres:** subcoordinadora nacional de Moneda Par, coordinadora del Nodo Moreno, promotora de Huerta y administradora del grupo Buenas Semillas, exadministradora de la Feria Solidaria Franciscanos y administradora de páginas de ventas y subastas.
- ▶ **Verónica Medrano:** licenciada en Trabajo Social y docente en “Bachilleratos Populares”. La carrera de grado se complementa con capacitaciones en Derechos Humanos, Género y Sexualidades, las cuales fueron dictadas en distintas instituciones.

Curso de Acompañante Terapéutico en REDBA- Red Asistencial de Buenos Aires, profesión que ejerzo actualmente.

Curso de prevención contra el abuso y la violencia Intrafamiliar, dictado por Mujeres x la nación y Associazione Rinascere. Participación en Jornada regional de actualización y capacitación profesional “Violencia contra las Mujeres”, del Colegio de Trabajadores Sociales de la Provincia de Buenos Aires.

Curso “Género, Sexualidades y Derechos Humanos”, de la Subsecretaría de Promoción de la Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

CONVIVIA:

La comunidad virtual de Ecosol
Cáritas Argentina

02

CAPÍTULO

AUTORES:

Laura Fernández,
Patricia Hurrahs,
Victoria Mostajo y
Marianela Ruarte

Universidad Nacional de Quilmes

RESUMEN DEL PROYECTO

Creación de un espacio virtual destinado al intercambio de ideas y proyectos entre emprendedores, tutores y donantes, que fomente el contacto directo y ofrezca respuestas a temas importantes para el desarrollo de sus emprendimientos como son la financiación, el marco legal, técnicas y saberes, etc.

Necesidad a la que responde:

Necesidad de una base unificada de información:

- Dificultades internas (equipo Nacional) para analizar, gestionar y tomar decisiones de forma más eficiente/sostenible.

Red atomizada: Dificultad para el aprendizaje transversal/cruzado:

- Si bien, hay emprendimientos con características similares en el territorio, los emprendedores de la red conocen poco del resto de los emprendimientos de su diócesis y de las del resto.

Invisibilidad: No hay estrategia de difusión de los emprendimientos de la red:

- En el ámbito de organización: lo que permitiría ganar mayor relevancia interna.
- En el ámbito de fondos/inversores: mayores recursos.
- En el ámbito de comunidad: visibilidad y comercialización de los productos de la red.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR:

- Laura Fernández
- Patricia Hurrahs
- Victoria Mostajo
- Marianela Ruarte

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA:

Objetivo general

Desarrollar una comunidad virtual donde se promuevan los vínculos solidarios entre las diferentes unidades productivas, se compartan experiencias, se facilite el aprendizaje colectivo e individual y se

fortalezcan las bases para la difusión y comercialización de los diferentes productos y servicios por medio de la comunidad virtual Red Ecosol - Cáritas Argentina.

Objetivos específicos

- Establecer programas de formación de aprendizaje participativo y colaborativo para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendedores y sus proyectos.
- Promover el crecimiento con base en el intercambio en la comunidad virtual de una cultura solidaria y participativa, para impulsar y fortalecer el sentido de pertenencia en los emprendedores de la Red Ecosol Cáritas-Argentina.
- Impulsar la comunicación comunitaria en la plataforma como base para la vinculación entre los emprendedores, las diversas unidades productivas en el territorio y la comunidad.

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

EMprendete:
Red de Mujeres Emprendedoras

03

CAPÍTULO

AUTORAS:

Mariana Tristán y
Anahí Almirón

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

Creemos fervientemente en el cambio de paradigma que debemos hacer como sociedad a la hora de pensar el género en la gestión de las organizaciones, del mismo modo que para lograr el crecimiento y desarrollo de un proyecto de Economía Social y Solidaria debemos tenerlo en cuenta. Así es como aplicamos la perspectiva de género a nuestro proyecto final. Nuestra propuesta consiste en una plataforma digital que otorgue funcionalidades de red y vinculación a mujeres emprendedoras. La plataforma consta de un sitio web y aplicación móvil en la cual se brindarán diferentes herramientas y funcionalidades. A continuación, un paso por cada una de ellas:

- Compras comunitarias de insumos para emprendedoras:** A través de esta herramienta, ofrecemos una forma de consolidar compras de insumos para que las emprendedoras consigan precios justos, logrando reducción de los costos de sus producciones y de la huella de carbono a través de logística aplicada.
- 2. Productividad cíclica:** Uno de los pilares de nuestro proyecto tiene que ver con la incorporación del concepto de productividad cíclica, entendiéndolo que es la mejor herramienta que las mujeres necesitamos para generar una metodología de gestión del tiempo y de productividad diseñada y moldeada específicamente a nuestra biología, nuestro ciclo hormonal y nuestro patrón energético. Con nuestro proyecto buscamos concientizar, explicar y capacitar a las mujeres emprendedoras en este lenguaje.
- 3. Intercambio de bienes y servicios:** Un espacio en el cual las emprendedoras puedan comercializar responsable y conscientemente sus productos y servicios con una pequeña comisión por venta. Y donde los interesados (compradores conscientes) puedan ponerse en contacto y efectuar la compra.
- 4. Herramientas potenciadoras de proyectos:** Ofreceremos herramientas digitales para la mejora de la gestión de los emprendimientos, planteadas a través de capacitaciones en: administración para emprendedoras, costos, gestión de recursos humanos, logística, herramientas de mercado, comercialización y sustentabilidad aplicada a emprendimientos.
- 5. Género en el mundo:** Apartado de comunicación de actualidad en términos del feminismo. Políticas públicas, actualidad en Argentina, actualidad en el mundo, intercambio entre otras emprendedoras. Foro de intercambio entre las emprendedoras y mujeres que quieran participar.
- 6. Redes:** A través de las cuales se difundan las diferentes actividades que vamos ofreciendo, ya sea charlas de debates actuales para nuestro público específico, talleres tanto pagos como

gratuitos, actividades de entretenimiento, canal de información, comunidad mediante la conexión con nuestro público selecto.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Los sistemas tradicionales quedaron obsoletos, específicamente para las mujeres, por lo cual entendemos que existe una necesidad por parte de las mujeres emprendedoras de localizar un espacio en el cual encuentren soluciones y un nuevo paradigma, y es en lo que buscamos aportar.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

La propuesta de gestionar un proyecto de triple impacto: a través del cual mejoraremos el bienestar de las mujeres emprendedoras que enfrentan desafíos particulares por género, también contribuir con la sostenibilidad ambiental tanto como con la económica.

Por otro lado, nos resulta importante destacar la necesidad urgente que requiere la visibilización del uso del tiempo como limitante para el desarrollo de la vida personal y laboral de las mujeres y la gestión en las organizaciones de la economía social y solidaria con perspectiva de género. Particularmente, nuestro proyecto tendrá una impronta feminista. Finalmente, lo que buscamos es generar lazos entre las mujeres que participen de nuestro proyecto.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Nuestro equipo está compuesto por una estudiante de Licenciatura en Economía y una licenciada en Administración, lo cual creemos que es una fortaleza. Por un lado, contamos con el conocimiento técnico para poder asesorar en términos de gestión, con el fin de optimizar el uso del tiempo. Por otro lado, el elemento diferenciador es la perspectiva de género como eje principal del proyecto y la promoción de una mayor equidad e igualdad de oportunidades para las mujeres emprendedoras de la economía social y solidaria.

Sobre todo, estamos convencidas de que el intercambio con otras disciplinas es fundamental para encauzar cualquier proyecto y pensamos articularnos en ámbitos privados como públicos, con el fin de potenciarnos.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Tal como adelantamos, el equipo lo componemos dos mujeres con interés particular por el feminismo, por la lucha en la reivindicación de los derechos de las mujeres. Somos Mariana Tristán, licenciada en Administración, y Anahí Almirón, estudiante de la carrera Licenciatura en Economía. Tuvimos el beneficio de que la cursada de la diplomatura nos encontró y nos encauzó en formar el equipo y crear un proyecto juntas.

Nuestro proyecto: “EMprendete” surge con una idea central que aplique perspectiva de género. Al inicio, planteamos nuestro enfoque y realizamos mucha investigación y relevamiento sobre la temática que nos motivaba. En el camino, nos encontramos frente a existentes desigualdades sociales, económicas y laborales a las que se enfrentan a diario las mujeres, especialmente las trabajadoras, quienes se encuentran segmentadas en trabajos precarizados e informales, lo cual implica bajos ingresos, mayor carga horaria y pocas posibilidades para insertarse en el mercado laboral, generando mayores niveles de desigualdad que acrecientan la brecha por género: temática abordada por la economía feminista.

Entonces, como dijimos, definimos que existe una desigualdad estructural, mayor cantidad de mujeres desempleadas que hombres, una distribución ocupacional de las mujeres concentradas en pocas ramas de actividad, es decir, sobrerrepresentación de mujeres en actividades menos productivas, lo cual implica precariedad laboral, informalidad e inestabilidad, que las obliga a emprender para poder generar nuevos y/o mayores ingresos, con el fin de que mejoren sus condiciones y logren la autonomía económica necesaria para su desarrollo y el de sus familias. Cabe remarcar que la feminización de las tareas donde se encuentran concentradas las mujeres laboralmente no es casual y las pone en peores condiciones socioeconómicas respecto a la de los hombres.

Seguidamente definimos nuestro público objetivo que son, específicamente, las mujeres emprendedoras de la economía social y solidaria, ya que ellas conforman un pilar primordial para la economía de un país y que no solo cuentan con un gran desenvolvimiento en el trabajo productivo que llevan a cabo, sino también en el reproductivo, entendiendo que son las tareas dentro del hogar: cuidado, crianza, educación, quehaceres domésticos.

Logramos hacer un relevamiento de emprendedoras locales, sumado a la investigación que hicimos detectamos la existencia de problemáticas y de aquí surge una de nuestras motivaciones principales, que fue la importancia de atender sus necesidades y aportarles soluciones a nuestro grupo selecto, como también el hecho de poder vincularlas y generar redes. Podemos afirmar que ante las dificultades inherentes a las que se enfrentan las mujeres trabajadoras en general, pero particularmente las mujeres emprendedoras de la economía social y solidaria, y jefas de hogares, que les impide lograr la plenitud, el desarrollo personal y una vida digna, ellas deben hacer esfuerzos sobrehumanos para alcanzar sus objetivos individuales y esto se explica por la discriminación por género que sufren cotidianamente las mujeres.

Aparte de toda la estructura desigual nombrada, nos resulta importante darle relevancia y tener en cuenta la ciclicidad hormonal que experimentan cada mes las mujeres, que sí influyen en la productividad y que es condicionante para sus ingresos, otro gran punto de desigualdad y raramente nombrado. Entonces, esta falta de equidad para las mujeres nos empuja a planificar un proyecto virtual que las ponga en el centro, el cual fomenta valores de igualdad, de democracia e inclusión social y que les ofrece un uso más efectivo del tiempo para aportar mejoras en sus producciones. La idea es la construcción de una plataforma digital que permita a las mujeres emprendedoras de la economía social y solidaria (ESS) locales (y en el futuro de alcance al resto del país) acceder a distintos

tipos de herramientas potenciadoras y para organizar mejor sus tiempos. Estas son: capacitaciones en administración de proyectos, talleres para democratizar el conocimiento en herramientas multimedia autogestivas, gestión administrativa, asesorías personales de recursos humanos, de herramientas de comercialización, gestión de costos y cálculos, gestión de existencias, logística, talleres de investigación de mercado, capacitaciones, cursos gratuitos, pagos y personalizados.

Por otra parte, habrá un área de compras comunitarias de insumos para sus producciones con el fin de reducir sus costos, acceder a precios justos y minimizar la huella de carbono, fomentando la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente a través de la logística aplicada. Otra de las áreas será la de comercialización de los bienes y servicios que brindan las emprendedoras al público, que como elegimos un proyecto enmarcado dentro de la ESS y EC, nos resulta importante fomentar el consumo consciente.

Por último, ante la violencia machista que nos atenta, es importante visibilizar problemáticas a través de un área destinada a la información, formulario colaborativo para relevar proyectos ESS, implementación de datos abiertos, charlas feministas y debates actuales, políticas y programas nacionales y provinciales destinados a las mujeres.

Nuestra plataforma también va a contar con un foro para que las mujeres participen y compartan conocimientos, se relacionen y logremos consolidar una red de mujeres, que contará con redes sociales para difundir propuestas y mantenernos conectadas generando comunidad.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Las bases sobre las cuales se sustenta nuestra idea son: por un lado, la mayor cantidad de horas que las mujeres dedican a tareas laborales, tanto remuneradas como no remuneradas (trabajo de cuidado y tareas del hogar): del total de personas que realizan tareas domésticas, 73% son mujeres y 27% son varones (Informe La desigualdad de género se puede medir - Economía feminista), lo cual implica una mayor cantidad de mujeres precarizadas, desempleadas, de menores ingresos y con menos posibilidades de acceso al mercado laboral, ya que no cuentan con el tiempo suficiente y, cuando logran insertarse laboralmente, las condiciones son indignas e inestables. “La tasa promedio de participación de las mujeres en el mercado laboral es de 49,2%, 21 puntos porcentuales más bajas que la de los varones (71,2%)” (Las brechas de género en Argentina, estados de situación y desafíos - Dirección Nacional de economía, igualdad y género). Es de suma importancia, y tomando nuevamente la fuente anterior, remarcar que existen brechas de género que son herramientas que se utilizan para ver concretamente, con base en los números que arrojan, las desigualdades entre hombres y mujeres en las distintas esferas de la vida. Particularmente, tomamos el dato de la brecha de ingresos totales entre mujeres y hombres, la cual es de 29%, esto indica que las mujeres ganan, en

promedio, 29% menos que los hombres. Por otro lado, la desventaja que existe es de conocimientos técnicos y tecnológicos en el emprendedurismo en general.

Para identificar las necesidades de nuestro público objetivo y entender dónde estaba la oportunidad, generamos una visión integral para el proyecto. A través de esta, realizamos el reconocimiento de la necesidad, el problema o una oportunidad para mejorar las condiciones existentes. La metodología implementada fue a través de un relevamiento realizado entre emprendedoras de nuestra zona de incidencia, el cual se confeccionó a través de un formulario en línea colaborativo y lo hicimos con la intención de relevar proyectos autogestivos de mujeres emprendedoras. Además, con la intención de seguir relevando, insertamos el formulario en nuestra simulación de plataforma digital, con el fin de seguir obteniendo datos de nuestro público y evaluar si la necesidad planteada al inicio del proyecto se sigue manteniendo o si nuestro público nos indica que debemos rediseñar la estrategia inicial. También la idea es poder lograr una cantidad relevante de datos para implementar el uso de datos abiertos para fines puramente de investigación sobre género.

Para diseñar el relevamiento, nos pareció primordial comunicar la intención de nuestro proyecto: gestar redes. A través de las cuales, entre mujeres nos apoyamos, potenciamos, empoderamos y transformamos.

En relación con la confección del cuestionario en sí, tuvimos en cuenta si surgieron necesidades al momento de avanzar el proyecto y cuáles fueron. Así también como conocer si utilizaron herramientas y cuáles fueron. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

FERIA DE INTERCAMBIO SOLIDARIO

Una experiencia de intercambio
solidario realizada en la Escuela
Secundaria Técnica de la UNQ
como generadora de valor y
acumulación comunitaria

04

CAPÍTULO

AUTORES:

Pablo Arrieta,
María Cristina Duarte
Karen Velázquez y
Valeria Balbuena

Universidad Nacional de Quilmes

RESUMEN DEL PROYECTO

La idea que venimos pensando para trabajar como trabajo final tiene que ver con una de las experiencias que mapeamos en el primer trabajo de INICIA: La Feria de Intercambio Solidario (FIS) que se desarrolla en la Escuela Secundaria de Educación Técnica de la Universidad Nacional de Quilmes (ESET). Dicha experiencia es un sistema de intercambio solidario organizado por la ESET, el PEU JóvenESS del Programa CREES-ICOTEA, el Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria (DEyA-UNQ) y la Incubadora de Economía, Mercado y Finanzas de la UNQ, en el cual participan estudiantes de dicha institución, en el marco de las materias Economía y Taller de Prácticas Profesionalizantes, autogestionando su desarrollo. El evento se realiza dos veces al año: primera semana de julio y primera de noviembre.

La FIS tiene como objetivo construir desarrollo comunitario y llevar adelante actividades autogestionadas por los jóvenes de la escuela. Es decir, promover prácticas socioeducativas y de desarrollo sociocomunitario en el área de influencia de la ESET- UNQ, promoviendo los valores de cooperación, asociativismo, solidaridad, equipo de trabajo y el compromiso con la comunidad. Entre los servicios o productos que se brindan, se intercambia ropa, que los estudiantes recolectan mediante las donaciones que brinda la comunidad. Como medio de intercambio se utiliza un bono solidario, que funciona como moneda social durante el tiempo que dura la feria.

El sistema de intercambio es autogestionado por los estudiantes, quienes se encargan de reunir donaciones de ropa para intercambiarla en la feria mediante los *bonos solidarios* a un precio accesible, con el objetivo de posicionar al estudiantado frente al consumo de una forma alternativa, que realice una práctica de trabajo asociativo y autogestiva, en el cual pueden dividir roles, utilizando un crédito al consumo como moneda social que les permita reflexionar sobre la función del dinero como construcción social y recaudar fondos para el viaje de egresado de los estudiantes de años por egresar.

A su vez, entendemos que otros actores de la comunidad realizan distintas acciones sin que muchas de ellas se conecten entre sí; por ejemplo, desde la orientación Comunicación se comenzó este año un Proyecto (Desde Acá). También desde esa orientación se cuenta con otro proyecto organizado y gestionado por los estudiantes llamado “Noticias claves”, en el cual realizan gacetillas de prensa donde dan a conocer distintas actividades que se realizan en el marco de la escuela al barrio e inclusive sacaron algunos ejemplares de una revista. Por otra parte, desde el Centro de Formación Profesional (CFP) 406, que se encuentra cerca de la escuela, se forman a emprendedores que podrían participar en estos espacios (otra articulación potencial es con la materia de 7° año de la orientación Programación llamada “Emprendedorismo y negocio para emprendedores”). A su vez, los sábados en la escuela se realizan talleres de producción de manualidades, cuyo desafío tiene que ver con la comercialización de lo que vienen produciendo. Nuestra intención es potenciar la Feria y generar un

conjunto de acciones concretas para vincular a todos los actores, acciones y dispositivos en pos de un proyecto colectivo que brinde mayor intercambio entre la escuela y el territorio.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El grupo está compuesto por tres técnicos en Economía Social: Pablo Arrieta, María Cristina Duarte y Karen Velázquez, y una profesora de Ciencias Sociales: Valeria Balbuena. Nos interesan los temas relacionados con la Economía Social, Solidaria y Popular como una herramienta de transformación social. Como grupo, creemos y entendemos que toda transformación social requiere nuevas políticas de gestión, organización, nuevos enfoques económicos, educativos, tecnológicos, etc. Por ello, continuamos indagando y formándonos en el campo de la Economía Social, Solidaria, Popular y ahora...Colaborativa.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

La experiencia de la F.I.S. comenzó en el 2017 como respuesta a un diagnóstico y relevamiento en el cual se identificó como una de las principales problemáticas del territorio (Barrio La Esperanza, Ezpeleta) la falta de accesibilidad, por parte de muchos miembros de la comunidad educativa, a ropas de abrigo y calzados que, en épocas de frío, imposibilitaba que gran parte de la matrícula asistiera a clases. Es así como se origina la iniciativa de llevar adelante un intercambio de bienes (ropa, calzado, abrigos, etc.) que se recaudan, en su mayoría, de donaciones de los miembros de la comunidad UNQ. El intercambio se lleva en la práctica mediatizado por un bono solidario que funciona como moneda social durante el tiempo que dura la feria y luego se oxida. De esta manera, se pretende dar solución a la problemática identificada. Entre las necesidades que pensamos, se encuentran:

- Articular distintas acciones que se desarrollan en el marco de la ESET, resolviendo problemas de comunicación, tanto interna como externa, e involucrando a toda la comunidad educativa.
- Generar mayor interacción entre la escuela y el territorio.
- Concientizar al territorio sobre la importancia del asociativismo para la satisfacción de necesidades.
- Recaudar ingresos para el viaje de egresados de los estudiantes del último año.
- Obtener ropa e indumentaria de manera solidaria para intercambiarlas a un precio accesible en la comunidad.
- Reflexionar sobre la moneda como medio de intercambio y no como medio de acumulación.

La situación provocada por la pandemia actual llevó a recuperar el intercambio desde otros dispositivos. En este sentido, se está trabajando en tres propuestas:

1. Dispositivos móviles para los estudiantes de Eset UNQ.
2. *Recursero* de roperos comunitarios en Ezpeleta.
3. Mercado de cercanía en la comunidad de la Eset UNQ.

Todas las propuestas apuntan al intercambio desde un principio de reciprocidad.

GRUPOS DE INTERÉS

Analizando el entorno de la Feria de Intercambio Solidario y considerando el contexto en el que nos encontramos, así como los factores que influyen y determinan el Proyecto y su continuidad, creemos que los grupos de interés son: clientes/ personas/ instituciones colaboradoras/ competidores/ alianzas y redes/ sociedad en general.

Cientes: familiares, amigos, vecinos.

Personas: personal docente y no docente de la ESSET, estudiantes, familias colaboradoras.

Alianzas y redes: TUESS, Almacén Autogestivo, colegas de otras instituciones educativas

Sociedad en general: Vecinxs. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

KOLMENA OESTE

05

CAPÍTULO

AUTORES:

Cintia Pamela Paz,
Natalia Elizabeth Ortiz,
Anabela Belén Miño,
María Fernanda Mendoza Bogado,
Milenka Magali Gutiérrez y
Vanessa Isabel Gauna

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

El siguiente proyecto se encuentra enmarcado en la Diplomatura de Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social y Solidaria en la Universidad Nacional de Moreno (identificado como Proyecto INICIA), en el marco de la Convocatoria ERASMUS PLUS+ 2018. El proyecto presentado tiene como objetivo promover estrategias socio económicas de la comercializadora Mercado Territorial KOLMENA Oeste, que se encuentra inserto en las localidades de Morón, Ituzaingó, Merlo y Moreno, Conurbano Oeste de la Provincia de Buenos Aires.

Nace como iniciativa en 2017, en la localidad de Morón Sur, generando la constitución de un primer nodo o espacio de productores y consumidores organizados en forma colectiva para el intercambio de productos de la Economía Social, Solidaria y Popular, como estrategia de acceso a alimentos saludables a precios justos, cuya actividad funciona en sedes como clubes, parroquias, organizaciones, etc.

Con el impulso de un grupo de promotoras, fueron conectando la experiencia con otros grupos de interés creándose de este modo nuevos nodos. Actualmente se encuentran constituidos 15 nodos de consumidores –extendidos en la zona Conurbano Oeste que organizan el intercambio y alcanzan en forma quincenal el abastecimiento de 600 bolsones de verduras agroecológicas, proveniente de forma directa de productores agrupados en la Asociación 1610, que se localizan en la zona Conurbano Sur de la Provincia de Buenos Aires.

Al tiempo que se conformaron estos nuevos nodos, se vincularon a productores de la Economía Social, Solidaria y Popular, incorporando nuevos productos mayormente del rubro alimentario, por ejemplo, los producidos por las empresas recuperadas por sus trabajadores, algunas de zona Conurbano Oeste.

El presente proyecto se propone desarrollar estrategias socioeconómicas de desarrollo territorial a partir de personas participantes que se nuclean en Kolmena Oeste: productores, representantes, consumidores, coordinadores de nodos, personas involucradas del sector universitario y/o estatale con quienes se buscará potenciar y consolidar la experiencia de mercados sociales encadenados en circuitos socioeconómicos alimentarios, optimizando al mismo tiempo el acceso de las familias al consumo saludable de productos del rubro alimentario, así como la visibilización de productos de la ESS y P1, que mejoren los ingresos y sostengan el trabajo de productores y cooperativas de trabajadores de empresas recuperadas.

Asimismo, se busca avanzar en la identificación, la articulación y la participación de diversos participantes sociales del territorio, que permita acumular capacidades de transformación productiva

y social para la constitución y/o fortalecimiento de la trama de valor y la expansión de experiencias solidarias.

El objetivo planteado en el proyecto se basa en una continuación de lo que realiza “Mercado territorial Kolmena Oeste”, de intermediación solidaria organizada a través de sus nodos de consumo, favoreciendo que las personas productoras atiendan una demanda creciente a precios justos, que se conforma entre un 35 a 40% más por su participación en mercados sociales que lo obtenido habitualmente por las ventas en circuitos tradicionales. A la vez, promover el acceso en forma directa a alimentos saludables y de calidad, por parte de consumidores organizados.

A partir de esto, se busca identificar e integrar en red a participantes que aporten en la construcción de una trama social territorial que posibilite la expansión de la ESSyP.

Para ello, se propone que Kolmena Oeste gestione los intercambios incorporando nuevos conocimientos y saberes tecnológicos, como por ejemplo el uso y aprovechamiento de las funcionalidades que ofrece, impactando positivamente en la mejora de la organización interna, en las formas de comunicación y visibilidad de los productos de la ESS y P y en las plataformas colaborativas que pueden facilitar la dinámica de su mercado solidario.

Se toma como ejemplo la plataforma desarrollada con base en software libre, denominada CHASQUI, creada especialmente para las organizaciones que forman parte de la Economía Social y Solidaria y Popular, permitiendo crear, gestionar y navegar tiendas virtuales.

Las tiendas muestran las imágenes y características de los productos, ofrecen información de productores, favorecen la categorización de los productos, facilitan las tareas de coordinadores de los nodos para organizar la solicitud de pedidos y abastecimiento y cuentan con un sistema de sellos que valora e identifica las características de los productos, sus procesos productivos, dando cuenta de la diversidad de formas organizativas de la ESSyP.

Con lo explicado anteriormente, Kolmena Oeste logrará desplegar nuevas capacidades organizativas para consolidar y ampliar los nodos en al menos 50%, mediante la inclusión de productores y nodos de consumidores organizados, a la vez que participe de una trama social y productiva territorial que favorezca el desarrollo y la sustentabilidad a mediano plazo.

El equipo de estudiantes de la Diplomatura que integran el GRUPO 8, se incluyen como miembros del Equipo Promotor de Kolmena Oeste.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

El proyecto pretende afianzar la experiencia de la comercializadora Kolmena Oeste como mercado solidario, consolidando el desarrollo socioeconómico de los actores de la ESS y P del territorio,

mediante la ampliación del acceso de las familias al consumo saludable y a la visibilización de productos que sostienen el trabajo de la ESS y P. Para ello se espera aportar a la construcción de la trama de valor con las personas participantes que articulan la producción y el consumo de la ESS y P en el territorio Oeste del Conurbano, donde se desarrolla la experiencia de Kolmena Oeste. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

LA ASAMBLEARIA

06

CAPÍTULO

AUTORES:

Tirsa Thais Vezzani Fernández,
Marcelo Mendoza Varas e
Isabel Roxana Alfonsín

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto del equipo está basado en el diseño e implementación de estrategias de comercialización para una organización de la Economía Social y Solidaria, el uso de herramientas informáticas en el proceso de innovación social y de tecnologías abiertas (asumiendo a estas últimas como procesos sociales).

Trabaja cotidianamente en la construcción de una red de Economía Solidaria a través de la promoción, producción, distribución, comercialización, consumo de productos y servicios autogestionados. Es integrante de la red de Comercio Justo del Litoral.

Es importante destacar que el presente se ajusta al contexto actual, en que las actividades sociales, reguladas por el Estado, se ajustan al aislamiento social, preventivo y obligatorio por el COVID-19.

Una de las consecuencias, de las restricciones, fue que en el Mercado de Bonpland, desde el mes de marzo, solo pudieran desarrollar sus actividades aquellas cooperativas destinadas a la producción y comercialización de alimentos, con días y horarios reducidos. La mayoría de los cooperativistas que integran la Asamblea pertenecen a los grupos de riesgo.

Limitada en algunas de sus actividades principales, como la promoción de la producción, la distribución y comercialización de sus productos, nos pareció importante fundamentar el presente trabajo en el diseño e implementación de estrategias de comercialización que incluyan el rediseño de todos los procesos.

Fue entonces que, junto con la Cooperativa, pensamos cómo incorporar alternativas innovadoras en los procesos de gestión de mercancías, comunicación con los clientes, gestión de pedidos y de cobranzas y dar una solución integral a algunas de sus necesidades.

Nos comprometimos no solo al asesoramiento técnico, que incluye la elección, instalación y configuración de una aplicación de venta en línea, sino también en el apoyo y acompañamiento hasta su ejecución y puesta en marcha.

Sostenemos que, es mediante el uso de la tecnología que tendrán una mayor y mejor llegada a los consumidores, podrán conocer sus necesidades, fomentar prácticas más responsables, promocionar un modelo de intercambio más justo para usuarios y sus trabajadores. Esto obedece a que esta forma parte de los procesos económicos y sociales en los que se desarrolla, logrando que se construyan y se definan mutuamente.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Al equipo lo integramos: Tirsia Thais Vezzani Fernández, estudiante de la Licenciatura en Administración General, Marcelo Mendoza Varas, estudiante de la Licenciatura en Administración, e Isabel Roxana Alfonsín, estudiante de Contador Público, todos alumnos de la UBA.

Para el desarrollo de las tareas, además de considerar las aptitudes y saberes individuales, priorizamos el trabajo colectivo, el intercambio de roles, el consenso de ideas, con el fin de potenciar logros y facilitar la cooperación, la autonomía y la motivación. Como parte del proceso de aprendizaje construimos la Casita de la Resiliencia, analizamos los factores individuales que nos movilizan y aquellos que deberíamos reforzar.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En una primera instancia de aproximación a las actividades a la dinámica y al funcionamiento de la Cooperativa, se realizó una lluvia de ideas sobre las interrogantes que cada miembro del grupo tenía sobre esta.

Hemos utilizado, para ello y ajustados a las limitaciones del contexto, una herramienta colaborativa donde poder registrar nuestras ideas y, a través de una serie de entrevistas virtuales con los miembros del colectivo, pudimos recolectar la información necesaria para realizar un FODA. Con el uso de esta herramienta, confeccionamos un cuadro de situación actual y elaboramos un diagnóstico, con el fin de conocer las necesidades de la organización, diseñar una estrategia y repensar los objetivos del proyecto, para que dé respuestas acordes a la problemática actual.

Como hemos mencionado oportunamente, existen factores endógenos que limitan el normal desarrollo de las actividades. Por ello, analizamos y dividimos las actividades en cuatro etapas y, de una manera colaborativa con la Asamblea, trabajamos en un plan de mejora para los procesos.

NECESIDADES IDENTIFICADAS SEGÚN PROCESOS

Proceso de gestión de mercancías

- Actualmente, la Cooperativa no cuenta con los insumos necesarios para la elaboración de los productos y no le es posible intercambiar sus productos con otras organizaciones de la ESS, de manera habitual.
- El control de las mercancías de los productos es manual

Proceso de gestión de pedidos

- Para la comercialización de sus productos, al utilizar métodos tradicionales, fueron afectados de una manera significativa por la reducción del horario de atención del mercado y por la ausencia temporal de sus trabajadores, provocando una reducción en el nivel de ventas.

- Al vender sus productos únicamente en el local, hubo una reducción sustancial de los consumidores por la escasa circulación de la población en el mercado, debido a las restricciones de la cuarentena obligatoria.

Proceso de gestión de comunicación

- No existe información clara sobre los horarios de atención.
- La comunicación no es integrada en las redes sociales (Facebook e Instagram).
- Escasa información sobre las actividades de la cooperativa y/o los productos que comercializa en las redes sociales.
- Deficiente interacción con la comunidad a través de las redes sociales.

Proceso de gestión de cobranzas

- No utilizan herramientas informáticas para registrar las ventas, entradas y salidas de dinero.
- Se aceptan solo pagos en efectivo.
- Limitaciones en la inclusión financiera por parte de los miembros del colectivo.

GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés o grupos interesados están compuestos por todas las organizaciones o personas que se ven afectadas, de forma directa o indirecta, por todas las decisiones de la organización.

Partes interesadas internas

Socios o asociados

Haciendo un poco de historia, en marzo del año 2003, un grupo de treinta vecinos residentes en la zona norte de la ciudad de Buenos Aires, pertenecientes a la Asamblea Barrial Núñez y a la Asamblea Popular de Núñez-Saavedra, se reunieron para constituir la Cooperativa de Vivienda, Crédito y Consumo La Asamblearia Limitada.

A partir de entonces y hasta mediados del mes de junio de 2003, se asociaron otros treinta miembros, vecinos de la zona, de otros barrios de la ciudad, de otras provincias e incluso del exterior del país.

En consonancia con los principios fundantes del cooperativismo, de la Ley de Cooperativas vigente en la República Argentina y del mismo estatuto adoptado por La Asamblearia.

Las partes interesadas externas

Consumidores. En forma paralela, apuntan a dos tipos de consumidores. Por un lado, a personas de todas las edades, turistas y vecinos del barrio que visitan el Mercado de Bonpland y, por otro, a

aquellos que comparten los principios del comercio justo, el consumo responsable y la economía social y solidaria como estilo de vida.

Proveedores. Para la elaboración de los productos, se abastecen principalmente del intercambio con las redes que integra. Otros canales son la compra de insumos, priorizando a aquellas iniciativas que sostienen los principios del Comercio Justo.

Estado. Se rigen por las disposiciones de la Ley 20.337 del 02/05/1973, la “Ley de Cooperativas”. El INAES es la autoridad de aplicación del régimen legal cooperativo y mutual que tiene bajo su órbita facultades y atribuciones institucionales-corporativas exclusivas e intransferibles en materia de cooperativas y mutuales en todo el país, siendo su fin principal y superior una adecuada y oportuna promoción, desarrollo, fiscalización y sanción de las mismas.

Sistema financiero. La cooperativa opera con una cuenta en el Banco Credicoop Cooperativa Limitada. Actualmente no realiza operaciones con tarjetas o billeteras virtuales, aunque es una alternativa que los integrantes del colectivo están evaluando.

Comunidad. Entender el vínculo con el territorio, como un proceso de construcción social, con el ámbito donde la cooperativa desarrolla sus actividades, promoviendo la articulación del colectivo con los distintos actores del barrio de Palermo. Para contribuir con el entorno el mercado ofrece, para la gente que vive en la calle, una vianda a retirar por el Mercado de Bonpland.

El sector cooperativo

Mercado de Bonpland. La Cooperativa La Asamblearia opera dentro del Mercado de Economía Social y Solidaria de Bonpland, donde desarrollan sus actividades otras organizaciones que funcionan bajo la lógica de la ESS.

Otras cooperativas. Además de promover el consumo y la distribución de productos de las organizaciones integrantes de la Red, lo hacen de manera solidaria con productos de organizaciones campesinas, como el Movimiento Campesino de Santiago del Estero Vía Campesina, La Unión de Trabajadores sin Tierra de Cuyo, el Encuentro Calchaquí de Salta, la Cooperativa Vitivinícola de Cafayate, La Red Cañera de Misiones, entre otras.

Red de Comercio Justo del Litoral: Forma parte de la Red de Comercio Justo del Litoral, conformada por: Almacén Ambulante, Asociación Amigxs de la Tierra, Centro Ecuménico Porajhú, Cooperativa Eloísa Cartonera, Cooperativa Mercado Solidario y Encuentro de Productores Rurales. Su objetivo es la distribución solidaria y, con ello, multiplicar la presencia en la comunidad a través de sus productos. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

MAESS:

Mutual de Actores de la Economía
Social y Solidaria

07

CAPÍTULO

AUTORAS:

Natalia Anahí Ruiz Giménez,
Vanesa Rodríguez,
Catalina Molinas Frutos y
Micaela Grisel Mansilla

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

La Mutual de actores de la Economía Social y solidaria es una organización que vincula y comercializa en particular los productos alimenticios de sus diferentes asociados y grupos de asociados: trabajadores de la ESS / EP

La razón de ser de la mutual es el fomento y fortalecimiento de este sector a nivel territorial, creando redes de trabajadores que, organizados en un espacio común, puedan brindar sus productos y a la vez pensar en soluciones para el mejor desarrollo de su actividad.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

- Necesidad de una conexión con el comercio variado de cercanía.
- Diferentes medios de cobro.
- Distribución puerta a puerta.

GRUPOS DE INTERÉS

Conjunto de asociados: Productores de alimentos del Municipio de Moreno, Organizaciones presentes en el distrito que comercialicen productos alimentarios.

Articulación: IMDEL, UMN, cooperativas, asociaciones y equipo técnico. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Mutual para la adquisición de dispositivos digitales

08

CAPÍTULO

AUTORES:

Elena Judith Maluvini,
Beatriz Susana Torrisi,
María Elena Turbalo,
Ricardo Gustavo Zardi,
Brenda Soledad Correa y
Verónica Cárcamo Pizarro

Universidad Nacional de Moreno

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto, con mirada puesta en la Economía Social y Solidaria, tiene como objeto resolver la problemática del acceso a dispositivos tecnológicos/digitales para el estudio, el trabajo y la recreación de familias de Moreno.

Está destinado a un sector de la población que no se ve beneficiado por políticas públicas y no califica para obtener un crédito formal, acercando la posibilidad de acceder a ellos o facilitando su intercambio, a través de la compraventa de dispositivos nuevos y usados con créditos a tasas que solo garantizan la sustentabilidad del proyecto.

La necesidad de contar con computadoras o tabletas adecuadas para el desarrollo de las ocupaciones se ha puesto de manifiesto en este contexto de pandemia, no porque no fuera una necesidad preexistente, sino porque actividades que podían realizarse en instituciones de pronto debieron hacerse en casa.

Contar con estos dispositivos se convierte en una necesidad creciente para mejorar el acceso a la información, por el contrario, no tenerlos es una muestra más de inequidad, ya que hoy se reconoce a la conectividad como un derecho reconocido por las Naciones Unidas.

Por lo cual procuraremos con esta iniciativa:

- Facilitar el libre acceso a la compra de dispositivos digitales para familias e individuos no contemplados en programas gubernamentales.
- Favorecer la alfabetización digital a través de la capacitación en la utilización de los softwares, hardware provistos.
- Fomentar la apropiación de los valores del mutualismo a través de la capacitación.

Los elementos diferenciadores en la propuesta son, por una parte, la convicción de que no se trata exclusivamente de ofrecer créditos a plazos prolongados con intereses más bajos que la banca comercial o de financieras para la compra de computadoras y tabletas, sino que como nuestra iniciativa implica a familias o individuos que en ocasiones deben resignarse a utilizar teléfonos celulares para continuar sus estudios o su trabajo, incluso compartiéndolos con otros integrantes de su grupo familiar, y que muchas veces no están familiarizados con las diferencias que presentan los distintos dispositivos, requieren asesoramiento para no sobreendeudarse en su elección, sino que además les ofrecemos la posibilidad de que sea suficiente para el acceso la garantía solidaria dada por su gremio, otra mutual, grupo de pertenencia o su empleador; la capacitación y asesoramiento permanente en

herramientas tecnológicas y de economía social y solidaria, y la posibilidad de integrarse, junto a otras personas, en encuentros que favorezcan la creación de nuevos proyectos para su desarrollo personal y colectivo en el ámbito de la Mutual.

Elegimos poner el foco en el Partido de Moreno, provincia de Buenos Aires, por su significativa cantidad de habitantes y por la enorme segmentación que presenta su población en cuanto a oportunidades socioeconómicas para el acceso a bienes, incluso de ámbitos comunes como concurrencia a las mismas escuelas o trabajar en las mismas instituciones, etc.

Somos conocedores de nuestro territorio y de la tarea emprendida; además de ser vecinos del Partido, nuestras trayectorias si bien son diferentes, ya que venimos de la ingeniería, las ciencias económicas, la docencia, el trabajo social y coincidimos en que existen otras formas de acceder al *buen vivir* a partir de movimientos que desafíen la economía hegemónica, para que las personas puedan acceder a satisfacer sus necesidades más allá de las que garanticen su supervivencia.

Consideramos que una buena forma es la que propone una Economía Social que garantice el precio justo, donde los intercambios de dinero no sean un fin, sino un medio para la apropiación de bienes materiales y culturales, observando también las cuestiones fiscales, las previsionales y las que tienden al desarrollo de los sujetos que hacen posible la operatoria de la Mutual para que sea sustentable.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Nuestro proyecto está integrado como grupo promotor por:

- ▶ **Elena Judith Maluvini**, nacida en Buenos Aires, Argentina. Técnica química y despachante de aeronaves. Actualmente cursando la Diplomatura GIECESS, en la Universidad Nacional de Moreno.

“Considero que sin educación no hay futuro y que quienes más se ven afectados por la falta de acceso a la tecnología para la educación y el esparcimiento son los sectores más vulnerables de la población. Creo que la economía social y solidaria puede dar una respuesta efectiva a las necesidades de estos sectores”.

- ▶ **Beatriz Susana Torrisi**, nacida en la Capital Federal, Argentina. Operadora sociocomunitaria del Obispado de Morón, psicóloga social recibida en Primera Escuela de Psicología Social, Moreno y 4° año incompleto de Trabajo Social, en la Universidad Nacional de Luján. Actualmente, finalizando la Diplomatura GIECESS, en la Universidad Nacional de Moreno.

“Infiero que todo nuevo conocimiento es un avance y aprendizaje en cada uno de nosotros; este proyecto de adquisición de dispositivos digitales en un principio para las familias de Moreno es justamente para el estudio, también considerando que puede ser una salida laboral

y entretenimiento para todos los integrantes de las familias, es un proyecto solidario y responde a una necesidad a satisfacer y se da dentro de la Economía Social Solidaria”.

- ▶ **María Elena Turbalo**, nacida en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Licenciada en Trabajo Social, egresada de la Universidad Nacional de Moreno. Profesora de Derecho de nivel secundario. Ayudante de cátedra de Taller 1 en la carrera de Trabajo Social que se dicta en la Universidad Nacional de Moreno. Integro la Asociación de Clubes Argentinos de Servicio (ACAS), que es una ONG cuya finalidad es construir y apadrinar escuelas de frontera en nuestro país. Asociada de la Cooperativa Telefónica y otros Servicios de Mariano Acosta. Actualmente, cursando la Diplomatura en GIECESS, en la Universidad Nacional de Moreno.

“Considero que es necesario lograr la equidad educativa como medio indispensable que permita terminar con la meritocracia en todos los aspectos de la vida, pero principalmente en el aspecto educativo. Entendiendo que la educación es el eje fundamental para transformar la vida de las personas y de los pueblos”.

- ▶ **Ricardo Gustavo Zardi**, nacido en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Ingeniero electrónico egresado de la Universidad de Buenos Aires en 1992.

Actualmente, cursando la Diplomatura de GIECESS en la Universidad Nacional de Moreno (UNM). Participante en SOS Aborigen, ONG que colabora con los pueblos originarios del Chaco. Interesado en lograr la igualdad entre las personas, preservar la naturaleza y así obtener el bienestar para todos. “Indiscutiblemente, la tecnología es una herramienta fundamental para poner al alcance de todos los conocimientos necesarios para lograrlo”.

- ▶ **Brenda Soledad Correa**, nacida en Buenos Aires (Argentina), en el año 1991. Bachiller en Humanidades y Ciencias Sociales. Cursando actualmente la Licenciatura en Relaciones del Trabajo, en la Universidad de Buenos Aires, y la Diplomatura de GIECESS, en la Universidad Nacional de Moreno.

Interesada en la inclusión de las personas a una economía distinta a la hegemónica, en la cual se ponga eje sobre ellas, poniendo foco sobre los valores y principios. A su vez para llevar a cabo tal objetivo es primordial considerar el acceso, capacitación y participación de las herramientas tecnológicas.

- ▶ **Verónica Cárcamo Pizarro**, nació en Viña del Mar, Chile, nacionalizada argentina; estudié mi profesorado en Ciencias Jurídicas y Contables en el I.N.N.P. Dr. Mariano Moreno de Moreno; Licenciatura en Educación Secundaria en la Universidad de Moreno, Licenciatura en Administración en la UNL; actualmente curso la Diplomatura GIECESS, en la UNM, y la Especialización en ESI, en el ISP Joaquín V. González. Participo de la ONG S.O.S. aborigen.

“Mi mirada está puesta en la Economía Social y Solidaria como mecanismo necesario para mejorar la inequidad en el acceso de bienes escasos de los sectores más desprotegidos de

la sociedad, planteando un esquema donde las personas y el medioambiente sean prioridad por sobre el enriquecimiento de unos pocos. El acceso a la tecnología de la información y la comunicación es un derecho humano donde también la ESS debe intervenir acercando medios para su acceso y capacitación”.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En nuestro Municipio, habita un grupo importante de familias que se encuentra dentro de la denominada economía informal o trabajadores de la economía popular o bien que, aun trabajando en empleos registrados, sus ingresos son bajos, no califican para un crédito o financiación para comprar equipos para que utilicen sus hijos estudiantes y desarrollar su trabajo.

Dentro de ellas, algunas envían a sus niños, niñas y adolescentes a escuelas de gestión pública y pueden acceder a dispositivos provistos por el Estado. Pero aun en ese segmento no todos las reciben con esa simple condición, ya que muchas veces lleva años conseguirlas.

Otras familias optan por la escuela de gestión privada, que queda totalmente fuera de estos programas, incluso las escuelas que reciben un fuerte subsidio estatal o que corresponden a cooperativas y que por ello tienen cuotas mucho más bajas que la media del sector.

Según datos del Relevamiento Anual 2017, del Ministerio de Educación de la Nación, en el conurbano bonaerense, hay 2.033.293 estudiantes de nivel primario y secundario. De los cuales casi 40% asiste a escuelas de gestión privada y el otro 60% al de gestión pública.

Si consideramos el acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y según datos de la Encuesta Permanente de Hogares del año 2019, el 40 % de la población escolar del GBA no cuenta con computadoras, siendo que el 85% del 80% que tiene acceso a internet lo hace desde un dispositivo móvil (celular) (ver en Anexos, en Gráficos I y II).

De acuerdo con el censo de Matrícula Educativa de la Provincia de Buenos Aires de 2017, en nuestro Municipio hay unos 132.000 estudiantes que van desde el nivel inicial al secundario, de los cuales más del 40% no asiste a escuelas de gestión pública y dentro del 60% que sí asiste a escuelas de gestión pública, durante 2020 se beneficiaron solo 3.118 estudiantes, aunque se prevé que este número alcance al 16% anual dentro del plan ya mencionado (ver Anexos, Gráfico III)

El programa Conectar Igualdad entregó, hasta 2015, más de 5.000.000 de *notebooks* a docentes y estudiantes de las escuelas de gestión pública en todo el país, habiéndose discontinuado luego de esa fecha, los equipos entregados quedaron casi sin mantenimiento, por lo cual una gran cantidad de estudiantes no posee ni siquiera esos dispositivos.

Si bien se prevé que la gestión actual desarrollará otros programas equivalentes quedará siempre, de todos modos, un sector en espera o que no es alcanzado por los mismos. A partir del presente año,

se retomó el programa, entregando computadoras (unas 55.000 netbooks y 22.000 tabletas, que ya estaban en inventario) a jóvenes del primer año del ciclo superior de la secundaria en una primera etapa, por lo cual se han realizado acuerdos con algunos municipios del conurbano bonaerense.

Por ello, focalizamos nuestra propuesta en familias e individuos del Municipio de Moreno, provincia de Buenos Aires, que requieren dispositivos electrónicos para estudiar y recrearse, que perciben ingresos que no pueden demostrar en forma total o son bajos, por lo que no califican para créditos bancarios.

Las familias e individuos necesitan contar con dispositivos tecnológicos acordes a las demandas de quienes estudian y/o trabajan, pero se sienten agobiados porque no encajan en las políticas públicas para acceder gratuitamente, pero tampoco pueden comprarlos por medios tradicionales.

Estos destinatarios consideran imprescindible para el desarrollo de sus actividades contar con computadoras o tabletas, ven que la necesidad de su familia es creciente y no cuentan con medios para comprarlos.

En el futuro, la necesidad no disminuirá y los dispositivos se encarecen día tras día; mientras se frustran haciendo actividades con su teléfono celular, que es insuficiente y agotador, pero no pueden demostrar solvencia, aunque podrían asumir el compromiso de comprarlos en cuotas, si las tasas fueran razonables y los plazos prolongados.

Conforme a lo que establece la Organización de las Naciones Unidas en cuanto a derechos y nuestra legislación desde el año 2014, el desarrollo de dispositivos y conectividad han logrado actualmente tal magnitud de adelanto que hoy es casi imposible concebir la vida sin esta tecnología digital, cambiando las formas de estudiar y trabajar, por la cual su acceso es prioritario.

En contexto de pandemia, se ha puesto de manifiesto con más firmeza la necesidad de contar con equipos apropiados y un suficiente acceso a internet, que permitan la continuidad de la educación y el trabajo más allá del aislamiento, sobre todo en las ciudades.

Debido a que hoy la computadora no es un electrodoméstico ni una herramienta más, sino que es percibida como una máquina mediática universal, que se utiliza para crear, almacenar, distribuir, acceder a todos los medios y a buena parte de las personas, consideramos que junto a la conectividad se le ha dado categoría de derecho que debe ser garantizado y que su acceso (o no) conforman un parámetro de equidad social y democracia.

Como fue anteriormente indicado, es responsabilidad del Estado establecer políticas públicas que favorezcan su acceso, pero es cierto también, por los datos obtenidos, que en la actualidad no ha llegado a cubrir esta necesidad en todos los sectores sociales que demandan tecnología. Como en otras experiencias bien conocidas en nuestro país, para lograr el acceso a energía eléctrica, agua potable, comunicaciones, salud, la alternativa solidaria de las iniciativas sociales puede contribuir a que el acceso a este derecho pueda ser posible.

GRUPOS DE INTERÉS

Como ya hemos señalado, nuestros principales destinatarios son las familias e individuos de Moreno, Buenos Aires, que necesitan acceder a dispositivos tecnológicos, pero para ello será necesario que nos acompañen otros múltiples actores, como lo son proveedores del mercado local que, además de abastecernos de equipos, los tendrán en su poder y los enviará a través de un servicio de mensajería con entrega en el domicilio de los beneficiarios, disminuyendo costos de guarda y riesgos en cuanto a seguridad.

Este proyecto requiere de aliados fundamentales, por ello se procurarán alianzas con escuelas y centros de formación para la reparación y actualización de equipos, así como universidades para la capacitación y asesoramiento, remunerando los servicios prestados.

Se promoverá el trabajo con otras entidades de la ESS cuyos participantes puedan beneficiarse con nuestros servicios, siendo estas fiadoras de los beneficiarios de créditos, por ello serán valorados acuerdos con mutuales que garanticen la devolución de los préstamos otorgados a las personas asociadas, así como el trabajo con gremios locales que respalden en la compra a sus afiliados, el Municipio, etc.

Para financiar el proyecto es fundamental que recurramos al apoyo de bancos oficiales, como Nación o Provincia de Buenos Aires, y a la banca solidaria, como el Banco Credicoop, quienes proporcionándonos tasas más cercanas a las que ofrecen por líneas preferenciales que incluyen porcentajes y gastos menores que las que establecen para préstamos personales para hacer viable nuestra propuesta.

El apoyo del INAES puede acompañar nuestro valor de acceso a la calidad educativa y la promoción social, con sus préstamos a tasas varias veces más bajas que las de los bancos mencionados. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Nodo Territorial Kolmena Oeste.
Experiencia de comercialización
solidaria de productos de la
economía social y solidaria en la
zona Oeste del Gran Buenos Aires

09

CAPÍTULO

AUTORES:

Vanessa Sciarretta,
Enzo Vigliocco y
Walter Santucho

Universidad Nacional de Quilmes

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto se enmarca en la constitución de los nodos territoriales en ESS, estrategia académico territorial en el marco del Proyecto CREES (Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social) y del PUIS (Programa Universitario de Incubación Social) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). ¿Qué son los nodos territoriales (NT)?

Los NT se piensan como estrategia de articulación y vinculación con los territorios y la comunidad de práctica a partir de las experiencias de la gestión de Mercado Territorial. Articulando otras herramientas y propuestas vinculadas a la ESS (educativas, de redes, de gestión colaborativa)

Nuestra idea proyecto apuesta específicamente a la constitución de un nodo territorial oeste con MTKolmena.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Objetivo general: Reforzar circuitos socioeconómico-solidarios en articulación con otros participantes clave de este territorio (instituciones/ otras organizaciones de la ESS).

Objetivo específico: Acompañar MTK en analizar experiencias de comercialización vinculadas a la economía de plataformas desde el campo de la ESSyP para un mejoramiento de su gestión organizativa en pos de construir el Nodo Territorial Oeste.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- Somos un grupo de profesionales provenientes de diversas disciplinas (económicas, comunicación, ingeniería), con trayectorias diversas en espacios de organizaciones e instituciones de la ESSyP. Somos docentes, cooperativistas, trabajadores y militantes de la ESSyP.
- Nos une nuestro territorio de acción, que es la Zona Oeste del conurbano bonaerense y el compromiso de apostar a la construcción de nuevas relaciones económicas y sociales que apuesten a garantizar la sostenibilidad de la vida.
- Nuestra interdisciplinariedad profesional, compromisos, redes y articulaciones territoriales son nuestra fortaleza.

GRUPOS DE INTERÉS

Directos

- Equipo de MT Kolmena y nodos de consumos.

Indirectos

- Organizaciones que se encuentren involucradas y comprometidas con el consumo responsable, aportando al crecimiento y fortalecimiento de la ESSYP.
- Consumidores, familias que optan por participar de un mercado solidario, donde las partes interesadas son tanto productores como consumidores. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Tienda Colectiva Digital

10

CAPÍTULO

AUTORES:

Anahí Monzón,
Claudio González,
Daniel García,
Darío Maturana y
Merlina Martínez

Universidad Nacional de Quilmes

RESUMEN DEL PROYECTO

La Tienda Colectiva (TC) es una iniciativa de las Incubadoras de Economía, Mercados y Finanzas y Empresa Social de la Universidad Nacional de Quilmes, junto a la Mesa de Promoción de la Economía Social y Solidaria del partido de Quilmes, provincia de Buenos Aires, Argentina.

Surge en 2016 como un espacio innovador de comercialización compartida, integrado por aproximadamente 30 emprendedores, familias y organizaciones que producen de forma asociativa, solidaria y colectiva. La TC es un espacio de encuentro donde se impulsa el desarrollo socioeconómico y cultural desde acciones autogestivas y democráticas.

Cuando compramos en la TC estamos pagando 100% del trabajo a sus productores, artesanos, sin intermediarios. Esta propuesta funciona cada quince días y sus puestos se arman en la Plaza Seca de la Universidad, exhibiendo y comercializando sus productos.

Su formato es innovador, porque se gestiona desde un sistema de roles rotativos asumidos por emprendedores, por los cuales algunos de ellos se hace cargo de la administración, la atención al público y la venta de los productos de todos, sobre la base de la confianza y las decisiones que se tomaron previamente en reuniones asamblearias.

En 2020, la TC se encuentra llevando adelante un proceso de desarrollo de la página web institucional y ha instrumentado con la ayuda de la Incubadora de Diseño y Comunicación, la capacitación en Herramientas Digitales para potenciar la estrategia comercial digital de los emprendimientos y sus organizaciones asociadas.

Desde INICIA, acompañamos este proceso de visibilización de la estructura colaborativa de la organización de la TC en su originalidad y su propuesta de comercialización digital, en este contexto de aislamiento y distancia social que dificulta la comercialización presencial.

En particular, trabajaremos en el componente de comercialización electrónica y fundamentalmente en las alternativas de pago para fortalecer la estrategia digital. En ese sentido contribuiremos analizando la posible anexión del sistema de cobro electrónico más utilizado en la actualidad en Argentina que es "Mercado Pago" y otras opciones más cercanas a la economía social y solidaria.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Somos un equipo de trabajo integrado por docentes, graduados y extensionistas vinculados a espacios de formación en Economía Social y Solidaria (ESS) y de acompañamiento e incubación

de propuestas asociativas de desarrollo económico solidario. Quienes conformamos este equipo pertenecemos a la Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad Nacional de San Juan.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Para muchos emprendimientos que comercializaban en espacios feriales, el aislamiento social preventivo obligatorio por el COVID-19 afectó las ventas de sus productos en los formatos acostumbrados. Es el caso de la Tienda Colectiva (TC) UNQ, como espacio asociativo de comercialización que ofrecía regularmente sus productos en la sede de la universidad, se identificó la necesidad de avanzar en un proceso de digitalización de la propuesta para su comercialización electrónica. En este proceso, aparecen otras complejidades, propias de la búsqueda de estas nuevas formas de organizarse y comercializar, sosteniendo la identidad colectiva, ahora en la virtualidad.

“Las redes nos ayudan a reforzar nuestro trabajo y a crear nuevos vínculos, a darnos cuenta de que somos muchos trabajando con la idea de solidaridad e inclusión. En Tienda Colectiva trabajamos por el crecimiento grupal porque creemos que la salida es colectiva” @tiendacolectivaunq.

A partir del contacto y el sostenimiento y reconfiguración de los vínculos en este contexto de aislamiento con y entre los emprendimientos asociativos de la TC, surge como problemática emergente la necesidad de resolver procedimientos electrónicos para el pago por el producto o servicio que ofrecen en el marco de la comercialización en línea.

Existe a necesidad de más información sobre los medios posibles a utilizar para construir criterios y tomar, además, decisiones de formalización y bancarización de algunos de ellos como para ofrecer al consumidor una cuenta en la cual pueda efectuar el pago. Por otro lado, esta necesidad de cierta bancarización, además de la digitalización en sí, hace que hayan aparecido resistencias y prejuicios que necesitamos trabajar.

Entendemos que se trata de un proceso lógico en una construcción social de los emprendimientos de muchos años basada en el contacto directo con consumidores, en la cual los acuerdos de entrega de mercadería y de pago de la misma siempre fueron presenciales y personales y ahora se ven en la necesidad de resolverlo de manera virtual y a la distancia. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 2 —



COSTA RICA

AGAMOS:

Agua gestionando agua con
movimiento solidario

11

CAPÍTULO

AUTORES:

Javier Campos Segura,
Jessica Brenes Jiménez y
César Víquez Ávila

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

A nivel mundial, la industria del agua embotellada se estima tres veces más grande que la industria cinematográfica, además es el negocio más rentable de la industria alimentaria y cuenta con la participación de grandes compañías, como Nestle, Coca-Cola, Pepsi, entre otras.

A nivel local, en Costa Rica existen más de 30 marcas de agua embotellada y el negocio está en crecimiento. Según datos de CentralAmericaData, en el 2018 las ventas superaron los US\$89 millones y el pronóstico para el 2023 es de US\$106 millones, ello significa más de US\$2 millones semanales. El consumo de agua embotellada es una actividad ya adoptada por el ser humano y no hay distinción entre países ricos o pobres, aunque sí hay países donde se consume hasta tres veces más litros *per cápita* que en Costa Rica.

El proyecto consiste en la conformación de una organización de economía social con un alto impacto ambiental. El giro del negocio se desarrolla a través de la comercialización de agua embotellada.

Actualmente, el costo de 1 m³ de agua adquirido en un acueducto comunal es de ₡403; de dicha cantidad, es posible embotellar 2.000 botellas de 500 ml; por lo tanto, a partir de la venta de 2 botellas (0,1%) de agua embotellada de 500 ml se obtiene el costo de la materia prima y la comercialización de las restantes 1.998 (99,9%) botellas de 500 ml se convierten en ingresos para sufragar los restantes costos de mano de obra, calidad, transporte, empaque, entre otros.

El mercado comercial se encuentra creado, esto representa una ventaja de introducción y participación en el mismo, ya que existe una comunidad de consumidores que tienen la necesidad del producto.

En vez de acumular riqueza en unos pocos, se busca distribuir la riqueza a muchos, en valor y generación de agua.

Los principales valores diferenciadores son la solidaridad y el involucramiento. AGAMOS es una propuesta de economía social, en la cual los consumidores de agua adquieren un producto cuyas utilidades no buscan *per se* el enriquecimiento de sus propietarios, sino la distribución de las utilidades a proyectos que fomenten el abastecimiento de agua potable no embotellada a la población. Es así como, a través del agua embotellada, estamos gestionando acceso al agua no embotellada y para todos. Por ello, una parte de las utilidades obtenidas a través de la comercialización del agua embotellada serán destinadas a un fondo de financiamiento de proyectos de economía social y ambiental de la asociación AGAMOS.

El agua utilizada será obtenida por medio de las ASADAS, las cuales son un modelo de asociación de economía social y solidaria para la distribución de agua; con lo cual se genera un nuevo ingreso para ellas. También a través de estas se desea crear reservorios de agua que permitan generar cosecha de agua para aquellas comunidades que enfrentan problemas de abasto, así como protección de áreas de recarga a través del desarrollo y fomento de actividades que van a brindar soporte económico a los propietarios de terrenos que no pueden explotar ni desarrollar actividades, pues se encuentran limitados a la recarga acuífera de los mantos de los cuales nos abastecemos la mayoría de habitantes.

Es claro que el agua en las comunidades ha permitido el desarrollo de la humanidad, sea el país que sea. La esperanza de vida de las personas ha aumentado gracias a tres factores: los antibióticos, las vacunas y el acceso al agua potable, por lo tanto, donde hay agua se gestan las actividades para un oportuno desarrollo del ser humano. Infortunadamente, en Costa Rica y diversas latitudes el acceso al agua no está garantizado en igualdad de condiciones.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ▶ **Javier Campos Segura**, ingeniero industrial, especializado en gestión de calidad y evaluación de la conformidad, con experiencia en emprendimiento y generación de proyectos, cuenta con cuatro empresas familiares enfocadas en el área restauración, venta de café de especialidad y el comercio justo.
- ▶ **Jessica Brenes Jiménez**, asesora de emprendimiento, gestora de innovación, máster en Orientación Laboral, emprendedora social, directora fundadora de Fundación Norte.
- ▶ **César Víquez Ávila**, ingeniero industrial con especialidad en calidad y procesos. Experiencia en áreas de logística y comercialización. Cofundador de mejorfuturo.net Participación en juntas directivas de asociaciones administradoras de acueductos comunales.

El equipo de trabajo es consciente de la necesidad de contar con una asociación enfocada en el triple balance que se pretende dirigir al ambiente, las personas y comunidades, y la economía a través de la rentabilidad económica de la comercialización de agua embotellada.

GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés identificados que puede ser impactados de manera directa o indirecta por el modelo de negocio son:

- Ministerio de Salud: permisos de funcionamiento y registro de productos.
- Municipalidades: permisos y patentes, impacto social con la comunidad.
- Clientes: compra del producto.

- Ministerio de Hacienda: debido al pago de impuestos.
- Proveedores: ASADAS, empaques, materiales de oficina, mantenimiento.
- Vecinos: gestión de proyectos en conjunto.
- Colaboradores: recurso para poder operar.
- AyA: permisos de funcionamiento.
- ARESEP: tarifas para la compra del agua.
- MINAE: permisos de funcionamiento y gestión de proyectos en conjunto.
- ASADAS: proveedores y gestión de proyectos en conjunto.
- Supermercados: clientes al por mayor. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

ASORLI:

Asociación de Sordos de Limón

12

CAPÍTULO

AUTORES:

Daniela Zúñiga Solano,
Eduardo Gómez Quijano,
Agner Mayorga Villegas,
Henry Binns Hernández e
Irene Gómez Valverde

Instituto Tecnológico de Costa Rica

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto se denomina “Diseño de plataforma digital para potenciar la colaboración en la inclusión socioeconómica y lingüística de la población sorda de la región Huetar Caribe”, cuyo objetivo general es diseñar una plataforma digital para potenciar la colaboración en la inclusión socioeconómica y lingüística de la población sorda de la región Huetar Caribe, a partir de un enfoque colaborativo y social solidario. Y para lograr eso:

1. Identificar las necesidades socioeconómicas y lingüísticas de la población sorda de la región Huetar Caribe.
2. Conceptualizar las herramientas tecnológicas y la ESS, en concordancia con el desarrollo de una plataforma digital para potencializar la colaboración (en seguridad alimentaria, LESCO, venta de productos y comercio justo).
3. Crear el plan estratégico para el desarrollo eventual de la plataforma digital para la inclusión socioeconómica y lingüística de la comunidad sorda de la región Caribe.
4. Desarrollar el prototipo de la plataforma que fomente los procesos de formación, empleabilidad, accesibilidad digital e innovación social para las personas con discapacidad auditiva.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ▶ **Daniela Zúñiga Solano**, licenciada en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas. Labora en el Banco Nacional de Costa Rica desempeñando funciones de crédito.
- ▶ **Eduardo Gómez Quijano**: Bachillerato en Biología Marina, promotor-gestor de proyectos sociales y ambientales, promotor de movimiento de juventudes y gestor de asociaciones de personas sordas.
- ▶ **Agner Mayorga Villegas**: licenciado en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo. Técnico en Soporte y Telemática, con estudios en CISCO y ciberseguridad. Colabora en diferentes emprendimientos familiares.
- ▶ **Henry Binns Hernández**: funcionario docente-investigador-extensionista de las instituciones UCR-TEC-UNED en las Áreas de Contabilidad, Finanzas, Administración General y Estrategia Empresarial; máster internacional en Administración y Dirección de Empresas; máster en Dirección Estratégica con énfasis en Gerencia; especialidad en Contratación Administrativa,

profesorado en Pedagogía Universitaria, egresado de Dirección de Empresas (UCR), Contaduría Pública (UCR), Administración de Empresas Agropecuarias (UNED).

- ▶ **Irene Gómez Valverde:** estudiante de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica/Proyecto Inicia. Analista Financiero II para el departamento de OTC -BIMBO Shared Services. Estudios en Medicina General y Cirugía de la Universidad Latina de Costa Rica. Secretaria de la Comisión de Salud Ocupacional de BIMBO Shared Services.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Necesidades socioeconómicas de la región Huetar Caribe

El nivel de pobreza en Limón es 26,2%, porcentaje más alto en comparación con la media nacional de 20,3%, y 8,8% de habitantes de la provincia de Limón está en condiciones de extrema pobreza (Wright G.O., 2014). Además, 22,1% de las personas con una discapacidad y 26,6% de las personas con dos o más discapacidades se ubican en el estado de, en contraste con la media nacional de 17,2% de la población en pobreza. (XVII Informe del Estado de la Nación, 2011)

Según la ENADIS (2018), la población con discapacidad mayor de 18 años en la Región Caribe es de 14% y de estos, 70,15% de hombres y 29,85% de mujeres están fuera de la fuerza laboral; sin embargo, el desempleo de la población de personas con discapacidad en la Región Caribe es de 60,4% (INEC, 2011), hay muchas limitaciones para la comercialización de sus productos; además, las brechas educativas y digitales, la exclusión social, institucional, cultural y lingüística en sus comunidades y familias.

Hay necesidades determinadas ya establecidas, con base en análisis del 2015 y del 2019 de ASORLI para el INA, se determinó necesidades de capacitaciones y formación para la empleabilidad en la población sorda de la región, desde agroindustria (bambú y alimentos), tecnologías digitales, área textil, educación financiera y empresarial, y gestión de desechos sólidos-electrónicos-agroindustriales. Pese a que en la Región Caribe hay importantes extensiones de plantaciones de bambú (varias especies) en fincas estatales y privadas, que no se ha explotado/manejado adecuadamente o están abandonadas.

GRUPOS DE INTERÉS

- Comunidades sordas de la región: personas sordas que habitan la zona en que se realizará el proyecto.

- Sector empresarial e industrial de la región: comercio, servicios de logística, turismo y agroindustria.
- Gobierno local.
- Universidades públicas (TEC/UCR).
- Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Limón.
- Instituciones de asistencia social y desarrollo territorial (IMAS/INDER) de la Región Caribe.
- Estudiantes ERASMUS+ INICIA.
- Agroindustria del bambú.
- Panaderías y reposterías saludables. ■

■ *Volver a la Tabla de Contenidos*

Centro de Comercialización y Abastecimiento de Aguas Zarcas

13

CAPÍTULO

AUTORES:

José David Arce Salas,
Noilyn Rodríguez Víquez,
Carlos Masís Loría,
Leonardo Rojas Zamora y
Marlon Urbina Leiva

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

El Centro de Comercialización y Abastecimiento de Aguas Zarcas (CCA) nace de una idea de negocio de la Asociación de Desarrollo Integral de Aguas Zarcas (ADI), que consiste en agrupar a pequeños productores que ofrecerán cada sábado productos agrícolas frescos, así como artesanías elaboradas por emprendedores locales. Estos son ubicados en el salón comunal.

Esta iniciativa surgió como una necesidad de abastecer de productos a la comunidad a raíz de la crisis alimentaria que se dio como resultado de la pandemia COVID-19, que provocó un bloqueo a la cadena logística de productos en la zona. “Aguas Zarcas consume lo que produce”, representa un nuevo paradigma: dinamizar la economía local a través del desarrollo sostenible, en territorios rurales.

“Aguas Zarcas consume lo que produce” es un potencial proyecto de desarrollo territorial rural, que posteriormente se organizará bajo un modelo cooperativo autogestionario con el fin de unir todo ese potencial agrícola, en la búsqueda de su propio desarrollo, ya que no hay globalidad que valga si no hay localidad que sirva.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Como lo expresaba el señor Manuel Esquivel Jiménez, presidente de la Asociación de Desarrollo Integral (ADI) de Aguas zarcas, en una entrevista brindada a nuestro equipo de trabajo: “El Centro de Comercialización de Aguas Zarcas es una oportunidad que se ha brindado a la comunidad, a productores, emprendedores, para que puedan comercializar sus productos y poder llevar un sustento a sus hogares, ayudando a que la economía solidaria se active. Es un proyecto social donde el principal objetivo es unirse como un grupo; entre todos generar apoyo y la confianza del cliente que es el principal objetivo, de esta manera el consumidor final se vea favorecido con un lugar donde pueda encontrar buenos precios”.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

El proyecto nació como una manera de dar solución a una problemática que se estaba presentando a raíz del COVID-19: el desabastecimiento de alimento en la zona. Esto despertó el accionar de los pequeños productores y artesanos locales, comenzando a organizarse alrededor de la Asociación de Desarrollo Integral (ADI).

Lo anterior generó el principal elemento diferenciador del proyecto que es ofrecer a la comunidad productos agrícolas y artesanales propios del territorio, fomentado de esta manera la comercialización sin intermediarios mientras se genera una marca “Aguas Zarcas consume lo que produce”, que desembocará en la unión de todo el potencial agrícola local con la opción de replicar esta experiencia a otros territorios.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- En la actualidad, el proyecto está organizado por la Asociación de Desarrollo Integral (ADI), supervisado por DINADECO.
- Los involucrados en la organización son personas líderes de la comunidad.
- Se cuenta con personal capacitado para llevar a cabo este proyecto.
- Aceptamos los cambios. Coincidimos en desarrollar un modelo de negocio en función de la asociatividad y la colaboración.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El proyecto “Aguas Zarcas consume lo que produce” será un referente en el desarrollo territorial rural. Por eso vemos esta iniciativa insertada en un modelo cooperativo de autogestión, en donde este grupo de productores sea capaz de liderar un proceso de cambio estructural y que posibilite el desarrollo local endógeno.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Asociatividad

El equipo de estudio de la especialización ESS y EC identificó que es una prioridad para el proyecto de Aguas Zarcas considerar como modelo de organización una cooperativa de autogestión. “Aguas Zarcas consume lo que produce” es un grupo de productores y artesanos que han logrado unirse con el fin de solucionar de manera solidaria sus problemas económicos y sociales. Por tanto, es necesario enfocar este esfuerzo al desarrollo Social y Cooperativo.

GRUPOS DE INTERÉS

Identificamos un mecanismo de cooperación integral entre los pequeños productores (cooperativa) y el Estado a través de sus instituciones, como el MAG, INDER, INTA, INA, entre otros. Con el fin de ir evaluando el potencial productivo, la cantidad y calidad de recursos y las capacidades con la que cuentan los pequeños productores.

Es importante resaltar que, al ser productores y clientes de la misma zona geográfica, el vínculo socioafectivo es muy fuerte, por lo que la relación comercial que se genera es de más confianza, empatía, solidaridad, acompañamiento. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

CletaSolidaria

14

CAPÍTULO

AUTORES:

Ronny Alberto Rodríguez Noguera,
Deborah Nathalia Pacheco Vallejo,
Cristian Montenegro,
Agustín Francesa Alfaro y
Ronald Alberto Elizondo Oviedo

Instituto Tecnológico de Costa Rica

RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto representa una vía que une el tema de la movilidad urbana y la economía social solidaria (ESS) a través de herramientas tecnológicas, que pretenden acercar a los usuarios a medios de transporte de menor impacto ambiental y apoyar a negocios de la Economía Social Solidaria ESS y Pyme del cantón de Cartago. Se debe señalar que *CletaSolidaria* es una ampliación de la iniciativa biciTEC, del Tecnológico de Costa Rica (TEC), institución que ha desarrollado un plan piloto acerca de un sistema automatizado de préstamo de bicicletas para su Campus Tecnológico Central.

CletaSolidaria plantea extender las posibilidades de biciTEC para que sea no solo una plataforma de préstamo de bicicletas, sino que contenga una estrategia de publicidad y mercadeo a través de una aplicación web, promocionando los productos y servicios de empresas de ESS y Pyme presentes en la zona. Además, propone un plan de incentivos que motiva a las personas a utilizar las bicicletas, ya que con cada kilómetro recorrido acumularían puntos canjeables en establecimientos de ESS y Pyme socios del servicio, todo esto mediante una moneda virtual.

El proyecto trata de resolver dos necesidades importantes en Cartago y la sociedad costarricense. Por un lado, promueve el uso de transportes amigables con el ambiente, para la disminución de gases que aumentan el calentamiento global y ayudan combatir con el sedentarismo. Por el otro, propone solventar un vacío existente, gracias a la estrategia de publicidad a empresas de ESS y Pyme, pues existe una carencia de servicios técnicos y de apoyo para posicionar sus productos en el mercado y mejorar sus ventas.

El elemento diferenciador del proyecto radica en su capacidad de unir un medio de transporte sostenible, como es la bicicleta, con empresas de economía social solidaria y pequeña y mediana empresa (Pyme) de una región, a través de la aplicación móvil. Además, es una innovadora plataforma publicitaria de ESS con un modelo de incentivos que promueve al usuario a consumir productos de estas empresas y se movilice de manera sostenible y saludable. Finalmente, el desarrollo del proyecto resulta un apoyo para múltiples empresas y organizaciones de ESS afectadas económica, laboral y socialmente a raíz de la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19.

Nuestro equipo tiene una conformación multidisciplinaria, con profesionales comprometidos en la transformación social y que cuentan con amplia experiencia en el área profesional. Además, uno de los integrantes es parte del proyecto biciTEC, por ende, la relación con la contraparte, que sería el TEC, se fortalece a partir del involucramiento de este compañero. Se debe señalar que a lo largo de la especialidad, el grupo logrado una sinergia y diálogo remarcable, lo que garantiza un trabajo robusto y sensible a los principios de la economía social solidaria.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Somos un equipo que cuenta con afinidad hacia el objetivo número 9 de los Objetivos y Metas del Desarrollo Sostenible, que se enfoca en la industria, la innovación e infraestructura. De hecho, esta fue la primera razón que nos unió como grupo, porque tenemos interés en construir plataformas y vías alternativas, tanto de comercio como de manufactura, que favorezcan al desarrollo sostenible, el reparto equitativo de la riqueza y la disminución de la desigualdad.

A continuación se presenta una breve biografía del equipo emprendedor:

- ▶ **Cristian Montenegro Morales:** antropólogo, cuentacuentos y gestor cultural; posee gran experiencia como coordinador de proyectos de diversa índole (gestión del riesgo, patrimonio cultural, educación no formal) y en labores administrativas. Apasionado de la investigación, difusión de la información, pedagogía, trabajo en equipo, comunicación y acción social. Presenta un amplio interés por temáticas de administración democrática de la riqueza, cooperativismo y desarrollo comunitario.
- ▶ **Agustín Francesa Alfaro:** ingeniero en Computación, con maestría en Ciencias de la Computación, enfocado a la Gestión de TI; labora en el TEC, además es parte del equipo que desarrolló biciTEC. Le interesa la preservación del medio ambiente, por lo que le motiva mucho este tipo de proyectos, que siempre serán de impacto para la sociedad. A su vez, tiene interés por la ESS, que promueve una mejor sociedad para todos.
- ▶ **Ronny Rodríguez Noguera:** ingeniero en Computación, tecnólogo educativo, con amplia experiencia en temas de tecnologías educativas y formación a través de plataformas digitales. Con gran interés en el desarrollo de propuestas de Economía Social Solidaria en ambientes educativos públicos.
- ▶ **Ronald Elizondo Oviedo:** diseñador publicitario, licenciado en Docencia, cuenta con experiencia en comunicación audiovisual, diseño de plataformas digitales para educación, mercadeo de productos, participa en proyectos de gestión empresarial y de desarrollo económico local. Además, es miembro de una cooperativa en la provincia de Limón, que promueve el desarrollo de la agricultura local.
- ▶ **Deborah Pacheco Vallejo:** administradora de empresas y futura licenciada en Mercadeo, con experiencia en el desarrollo de contenidos de la vida estudiantil universitaria, financiera y labores administrativas. Apasionada en el trabajo voluntario para el desarrollo de entornos vulnerables, ha tenido la oportunidad de trabajar en AIESEC y TECHO. Su mayor interés es poder apoyar al crecimiento de pequeñas empresas con su conocimiento, para que estas se fortalezcan y apoyen al crecimiento económico a nivel país y personal de los emprendedores.

Finalmente, quisiéramos aclarar que el principal papel que asumiría este equipo de trabajo sería el de gestor y acompañantes del proyecto; por lo cual, el conjunto de entregables definidos en la Especialización INICIA sería nuestro objetivo primordial, para posteriormente impulsar y gestar el

proyecto con las contrapartes, teniendo la esperanza de llegar a una implementación piloto del servicio. Se debe considerar que el equipo tiene dependencia de entes externos que, eventualmente, podrían limitar el alcance de lo que se pretende alcanzar.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

A partir de diversos análisis y discusiones, se ha identificado múltiples necesidades en la región cartaginesa y en las empresas de ESS a las que el presente proyecto da respuesta.

1. Movilidad urbana:

En la mayoría de las ciudades, las opciones de movilización están basadas en tres áreas: autobuses, taxis y transporte privado, las cuales, no siempre corresponden a las necesidades reales de viaje de los usuarios. Los tiempos y costos de transporte van cada vez más en aumento, repercutiendo en el estado de salud física y mental de las personas. La bicicleta soluciona diversos problemas de movilidad, salud pública y bienestar. Es un medio de transporte fácil de manejar, parquear y con costos de mantenimiento bajos.

2. Opción de comunicación y publicidad para empresas Pyme y de ESS:

Muchas empresas de ESS tienen una serie de deficiencias en la orientación comercial. La comunicación y publicidad resulta un impulsor de crecimiento de cada negocio, para lograr posicionarse de forma efectiva y conseguir diferenciación, entre otros. Es por ello que el proyecto trata de solventar esta carencia, al ofrecer la opción de generar publicidad a estas empresas con un bajo costo, en una plataforma donde los usuarios puedan llegar de manera fácil a las empresas y adquirir los diversos productos o servicios que ofrecen.

3. Transportes sostenibles y de bajo costo:

Se debe mencionar que el equipo conoce la existencia de OnmiBici, empresa que se dedica al alquiler de bicicletas como medio de transporte. Sin embargo, CletaSolidaria viene a solventar esta necesidad con la ventaja de que el arancel de alquiler será mínimo, lo que favorece a un mayor acceso de las poblaciones, puesto que cualquier persona que posea un teléfono inteligente podrá hacer uso del transporte.

4. Identificar posibles alianzas con emprendedores y municipios de la región para divulgar el proyecto, crear afinidad en el mercado y construir alianzas, todo esto en concordancia con la normativa municipal.

Como parte del valor agregado al proyecto, se quiere promover empresas pequeñas y de ESS en la región, así como alianzas y permisos municipales para su implementación. Para ello, se va a realizar una estrategia de mercadeo y comunicación que permita a los emprendedores locales conocer el servicio y buscar una alianza con el proyecto. Por ende, se hará uso del mapeo construido de manera conjunta en la Especialidad INICIA, con el fin de planificar y analizar las opciones de alianzas.

GRUPOS DE INTERÉS

Internos

- **ASETEC**
 - Empleados contratados por servicios profesionales.
 - Proveedores de bicicletas y repuestos.

Externos

- Clientes: público meta, empresas de economía social solidaria y Pyme, empresas interesadas en adquirir estaciones de CletoSolidaria (Pizza Hut, Mc Donalds, banca pública, etc.).
- Comunidad local de Cartago.
- Estado: Municipalidad de Cartago, Ministerio de Salud de Cartago (Unidad de Promoción de la Salud), Dirección de Economía Social Solidaria (Ministerio de Trabajo).
- ONG: CEDARENA, FUDEU, ARCA.
- Posibles socios interesados: Coope-Servidores, Coocique, FUNDATEC.
- Competidor: OmniBici.

De esta manera, se han identificado diversas ONG e instituciones públicas con las que podríamos crear alianzas para el bienestar y la sostenibilidad del proyecto. Además, creemos que estas alianzas nos ayudarán a construir nuevos puentes de trabajo en pro de mejores vías de comunicación y atraer más clientes. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Costa Rica ESSColaborativa

“La Plataforma de la Economía
Social Solidaria Colaborativa para
Costa Rica”

15

CAPÍTULO

AUTORES:

Kimberly Moreno,
Adriana Ulate y
Henry Chica

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

En la actualidad, existe en Costa Rica una desarticulación entre lo que debería ser una gran familia de empresas de la economía social solidaria, ya que cada una de estas organizaciones busca conseguir sus objetivos empresariales de manera individual, siendo esta la práctica en el tiempo de las empresas de capital tradicional. Lo que bien podría canalizarse en una sola fuerza que potencie las fortalezas y se minimice el impacto de las debilidades.

El proyecto consiste en la creación de un sitio web que logre amalgamar todo este mundo de las empresas de giro colaborativo, como lo son las empresas conformadas bajo valores y principios ESS; el sitio será llamado LA PLATAFORMA Costa Rica ESSColaborativa. En este mundo virtual se podrá encontrar toda una comunidad en la que participan empresas públicas, privadas, nacionales o extranjeras y además será abierto a la participación ciudadana individual, en donde se podrán entablar distintas relaciones cooperativas como el intercambio de múltiples bienes y servicios bajo una cultura basada en la filosofía de la ESSC, donde se comparten sus principios y valores universales, apostando al mejoramiento de las condiciones de vida al mejor estilo de comercio justo, lo cual pueda asegurarse bajo una serie de condiciones y beneficios, como los que se mencionan a continuación:

- Una certificación que respalde y asegure el cumplimiento de los principios y valores de la ESSC en toda la comunidad, asimismo que funcione como garantía de respeto y la honestidad en todas sus áreas de acción. Esta certificación garantizará la transparencia de cada uno de sus usuarios en las relaciones que entablen el LA PLATAFORMA.
- Marca propia como un sinónimo de honestidad, transparencia y respeto en todos los actos de la comunidad, lo que redundará en consolidar la marca con un sello identificador de la ESSC. Esto es vital en una sociedad donde las personas están cansadas de ver y escuchar acerca de las malas prácticas comerciales que van desde la usura, el robo o el despilfarro de bienes.
- Moneda virtual denominada “VectorESS” para las transacciones de compra y venta de productos y servicios.
- Intercambios de conocimiento a través de los diferentes enlaces entre actores y comunidad, además de una base de datos con documentos de consulta pública que permita a los usuarios encontrar en un solo lugar la información de la ESS. Los usuarios que deseen más información contarán con un formulario que podrán llenar y solicitar vía web en el portal o a través de las redes sociales, teléfono o WhatsApp.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Se podría pensar que la implementación de la plataforma es algo que ya muchos negocios hacen, pero la gran diferencia de esta propuesta reside en que no es una simple plataforma, sino que es un mundo de oportunidades por sí misma puesto que:

- La principal necesidad de la población o segmento es la de contar con un espacio por medio del cual pueden articularse empresas y personas de la ESS, que brinda confianza y fidelización para los usuarios, ya que quien se integre contaría con una certificación que da valor a sus productos o servicios, con el respaldo y garantía de que son creados y desarrollados bajo los estándares de valores y principios de la ESS, factor estratégico clave.
- Acaba con la desarticulación que existe entre las cooperativas de Costa Rica y la proyección y trabajo de estas en las comunidades, tanto virtuales como físicas
- Las personas encuentran múltiples opciones de intercambio que van desde la comercialización (compra, venta o intercambio) hasta el intercambio de conocimiento.
- Garantía de confiabilidad a través de un control de calidad al mejor estilo de comercio justo, transparente y honesto a través de una certificación creada para tal fin.
- No hay distinción entre la persona que trabaja de manera individual o el pequeño, mediano o gran empresario puesto que la plataforma permite la interacción entre todos los miembros de la comunidad ESS.
- El acceso a través de cualquier dispositivo móvil permite aprovechar la alfabetización adquirida por los diferentes sectores sociales de la población.
- Espacio donde se puede acceder a una bolsa de empleo en donde los patronos cumplen con la toda la normativa vigente y los valores de la ESS; de igual manera, los patronos contarán con personas que son honestas, responsables y de altos valores éticos.

Sí responde a una necesidad y es acabar con la desarticulación que existe entre las cooperativas de Costa Rica y la proyección en las comunidades, tanto virtuales como físicas, y que a través de esta propuesta las personas encuentren un espacio conferido a la ESS y en varios ámbitos, como comercialización entre empresas, de empresas a personas y educación de personas; todo enfocado a la ESS como una forma de vida. Es cambiar una mentalidad colectiva en donde se haga vida y práctica la filosofía ESS y donde una certificación creada asegure a quienes interactúan en la plataforma, una gestión honesta y responsable.

Así la gestión interna de la plataforma ofrece un gran control de calidad al mejor estilo comercio justo, brindando a las empresas y personas un espacio para comercializar sus productos, crear alianzas entre empresas y personas que pueden además optar por la adquisición de los productos de las diversas empresas que integran la plataforma mientras de forman en la filosofía de la ESS. Pueden

optar además por ser contratados por alguna organización dentro del sitio web o incluso emprender un proyecto enfocados en la ESS.

Dicha plataforma podrá potenciar la empleabilidad, el desarrollo empresarial y la participación ciudadana en una comunidad que se desarrolla de la mano con lo económico, social y político, integrados en la filosofía ESSC que propone la aplicación de los valores universales, como la equidad, la justicia, la fraternidad económica, la solidaridad social, el compromiso con el entorno y la democracia directa.

Aunque en la actualidad existen diversos medios para la búsqueda de empleo, los mismos se caracterizan por tener un papel pasivo y despersonalizado respecto a sus usuarios.

Muchos, inclusive, se vuelven restrictivos en cuanto a brindar una oportunidad de empleo, por cuanto requieren del pago de una membresía que les permita tener un trato diferenciado solamente con la promesa de aumentar la probabilidad de conseguir un empleo, sin que ello atienda la necesidad de promover el talento de una forma más solidaria.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Todo en un solo lugar. Una característica fundamental de la iniciativa es que impulsa los principios y filosofía de la economía social solidaria, utilizando como factor estratégico clave, una certificación de calidad dando credibilidad y respaldo a los servicios y productos de los usuarios de la plataforma. Por otro lado, permite que personas interesadas en participar de la filosofía ESS tengan acceso a estos servicios y productos garantizados.

Este *todo en un solo lugar* consiste en ser una comunidad que desarrolla “cultura” de honestidad y transparencia bajo la filosofía de la ESSC. Esta plataforma se convierte en una iniciativa que construye una visión como agente que integra lo económico, social y político en un solo canal, centralizando una forma de vida empresarial y social.

Además, el proyecto representa un esquema de economía mixta, en donde se crearán redes de empresas privadas, instituciones públicas y profesionales de la ESSC en una misma plataforma; se podrá intercambiar bienes y servicios, así como el uso de una moneda única de la “Costa Rica ESSColaborativa”.

A modo de ejemplo, dentro del fundamento en el que se basará este proyecto, es que nuestra plataforma podría integrar cada uno de los proyectos finales del curso, en nuestro sistema, de forma que se pueda fortalecer los conceptos de cooperación, comunicación, colectividad, todo bajo una misma comunidad. Independientemente de que cada proyecto individual tenga su propio sitio o plataforma web, puede integrarse a nuestra plataforma, de forma que se garantice con mayor fuerza la filosofía de la ESSC en una misma comunidad.

Costa Rica ESSColaborativa tendrá alianza estratégica con los sectores de la triple hélice, así como fuera de las fronteras nacionales.

A continuación, se puntualizan los elementos diferenciadores del proyecto, explicados anteriormente, los cuales se estarán ampliando con mayor detalle en los avances siguientes del proyecto:

- Creación de cultura y filosofía de ESSC en la comunidad en una sociedad que se caracteriza por la deshonestidad en muchos negocios, usura o explotación de las personas.
- Plataforma web, se crea con el objetivo de agrupar diversos mercados como sucede en las plazas comerciales físicas, solo que en este caso participarán plataformas de las empresas asociadas, ya que esto permite agilizar y bajar costos relacionados con la administración de la herramienta, así como la participación de empresas y personas; el objetivo es formalizar un concepto en línea con la filosofía de la ESSC que respalde a modo de comercio justo la interacción en la plataforma, así como los requisitos de pertenecer a la misma.
- Creación de una marca propia de certificación de calidad que implicaría el desarrollo de una cultura sobre el actuar común que permita estandarizar las acciones que se pueden realizar, el orden y las posibles restricciones que vincule a los miembros de la comunidad.
- Moneda única: “VectorESSC”.
- Intercambio de bienes y servicios.
- Intermediación laboral profesional.
- Empleabilidad con trabajo justo y derechos laborales de acuerdo con la ley.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Multidisciplinarietà:** las personas miembros del equipo son de 3 áreas: Finanzas, Proyectos, Mercadeo y Recursos Humanos, esto brinda conocimientos y herramientas especializadas que convergen adecuadamente en la idea del proyecto.
- **Áreas de experticia:** las personas miembros del equipo se desempeñan en instituciones de educación superior (UTN) y del Sector Cooperativo (INFOCOOP). Esto puede aprovecharse desde la experiencia obtenida en diferentes líneas de trabajo como la docencia, proyecciones de carreras con mayor demanda, necesidades socioeconómicas de diversos sectores y muchas otras.
- **Espíritu emprendedor:** Los integrantes del grupo poseen carácter emprendedor, aportando nuevas ideas al proyecto para generar una propuesta innovadora.
- **Compromiso:** Este elemento es fundamental para que el proyecto pueda tener constancia.
- **Actitud positiva:** Hay sinergia en la disposición y el ánimo para enfrentar la situación.
- **Trabajo en equipo:** se ha logrado integrar los esfuerzos individuales en uno colectivo para el objetivo del proyecto.

- **Proactividad:** ha sido posible identificar y poner en evidencia la actitud de gestionar y dar respuesta de manera responsable para atender situaciones y tareas que precisan de solución y control.
- **Honestidad y ética profesional:** Los aportes de los miembros reflejan, y así ha sido percibido, características de confiabilidad, transparencia y respeto en la interacción para el proyecto.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

- En la sociedad actual, existe una creciente necesidad de adquirir productos y/o servicios cada vez de forma más automatizada, pero en un ambiente seguro, honesto y transparente.
- La actual situación pandémica ha llevado al mundo entero a un cambio obligado de forma de vida, de hacer negocios y en la obtención de productos y servicios en mercados, ya sean físicos o electrónicos, lo que permite que LA PLATAFORMA resuelva esta situación para muchas personas que no manejan al 100% las TIC, a través de una interfaz amigable e intuitiva, así como encontrar bienes y servicios a precios justos y de gran variedad.
- En el caso de las de las empresas, les permitirá participar en un mercado competitivo, contratando personal idóneo para los diferentes puestos, además les permitirá adquirir nuevas ideas o hacer alianzas para reactivar sus empresas.
- La pérdida del puesto y la búsqueda de empleo de miles de personas que ahora se ve acrecentada ante la pandemia podrá reinventarse, ya que la plataforma cuenta con una bolsa de empleo variada y con garantía de buen trato y respeto a los colaboradores.

GRUPOS DE INTERÉS

Mapa de actores

1. ORGANISMOS DE GOBIERNO

1.1 Gobierno central

1.1.1 Para apoyo técnico

- Ministerio de Economía Industria y Comercio.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Promotora de Comercio Exterior.

- Ministerio de Hacienda.

1.1.2 Para financiamiento

- Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT).
- Programa de Innovación y Capital Humano para la Competitividad (PINN).

1.1.3 Promoción política

- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

1.2 Instituciones descentralizadas

1.2.1 Para apoyo técnico

- Instituciones de educación superior
- Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica, UTN.
- Caja Costarricense del Seguro Social.

1.2.2 Para financiamiento

- Sistema de Banca para el Desarrollo.
- Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica, UTN.
- Municipalidades.

1.2.3 Promoción política

- Oficina de Prensa del Gobierno.

2. ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

2.1 Para financiamiento

- Fundaciones.
- Cooperativas.

2.2 Para promoción estratégica

- Asociaciones.
- Asociaciones de desarrollo.
- CINDE.

3. EMPRESAS PRIVADAS (Deben estar inscritas en la CCSS y al día con Hacienda)

3.1 Oferentes de bienes y servicios

- Personas físicas que produzcan bienes y servicios de diferente naturaleza.
- Personas jurídicas que produzcan bienes y servicios de diferente naturaleza.
- Pyme.

3.2 Demandantes de bienes y servicios

- Personas físicas que produzcan bienes y servicios de diferente naturaleza.
- Personas jurídicas que produzcan bienes y servicios de diferente naturaleza.
- Pyme.

4. ORGANISMOS INTERNACIONALES

4.1 Para financiamiento

- Erasmus.
- Fundación OFID.
- Fundación CIPE <https://www.cipe.org/>.

5. PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL ▣

■ *Volver a la Tabla de Contenidos*

Economía en T

“Redes cooperativas y colaborativas en tiempos de crisis”

16

CAPÍTULO

AUTORES:

Roberto Cascante,
Rosalfa Alfaro,
Andrea Saborío,
Yajaira Saborío

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto “Economía en T “Redes cooperativas y colaborativas en tiempos de crisis” se sintetiza de la siguiente manera:

La Alianza Cooperativa Internacional, organismo federativo que representa a las cooperativas mundialmente, define a una cooperativa como “[...] una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (Cooperativas de las Américas, 2020, s.d.).

Según datos del IV Censo Nacional Cooperativo, realizado en el año 2012 en nuestro país, se contabilizan 594 cooperativas. Los sectores de cooperativas que se encuentran en Costa Rica se clasifican en: ahorro y crédito, autogestión, agrícola industrial, cogestión, comercialización, escolar, juveniles, servicios múltiples, suministros, producción, transporte y vivienda (INFOCOOP, 2019).

El Instituto de Fomento Cooperativo (INFOCOOP) y el Programa Estado de la Nación del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), en conjunto con la Defensoría de los Habitantes de la República, renovaron para el año 2013 un Convenio de Cooperación, el cual dio como resultado un primer estudio, con el fin de conocer aquellas instituciones, empresas u organizaciones con las cuales las cooperativas mantienen enlaces o vínculos, obteniendo como conclusiones que las relaciones entre cooperativas en nuestro país son débiles (INFOCOOP, 2016).

Dicho reto de intercooperación entre cooperativas es analizado por organizaciones a nivel mundial, como Fundación para la Innovación Agraria (2009), quienes consideran que el establecimiento de redes solidarias de comercialización presenta como gran reto mejorar la planificación en procesos vinculados con la producción, desarrollo de productos y ampliación de nuevas ventas de mercado. Así como, la necesidad de contar con incentivos económicos para los cooperados que trabajan en dichas organizaciones de la economía social solidaria. Con base en dicho escenario, el proyecto planteado surge por dos principales razones:

1. La coyuntura actual del COVID-19, que involucra no solo reducción en la movilidad y la aplicación de medidas sanitarias, sino también ha afectado la producción, comercialización y entrega de productos. Lo cual afecta directa e indirectamente a los negocios.
2. Débil cumplimiento a nivel nacional y latinoamericano –por experiencia propia– del principio de intercooperación entre cooperativas. Si dicho principio se cumpliera, se lograrían

beneficios no solo para la base asociativa, sino también para las comunidades en las que operan, al posibilitar la reducción de costos, mejores precios y fortalecer el sector cooperativo al fomentar compras que no salgan al sistema financiero tradicional.

Asimismo, el proyecto pretende enlazar a través de una plataforma a organizaciones de la Economía Social y Solidaria –en este momento, específicamente cooperativas, sin embargo, a futuro se puede ampliar a otras organizaciones–, con el fin de que ofrezcan servicios y productos en una relación cooperativa con público en general y de forma horizontal entre cooperativas. La coyuntura actual requiere de manera urgente, debido al confinamiento, satisfacer sus necesidades básicas sin movilizarse o movilizándose en la menor medida posible, lo cual permite fomentar el consumo local. A través del uso de una aplicación con geolocalización, la persona consumidora puede realizar sus compras, priorizando aquellas que provengan a su zona de residencia y filtrar los productos por categorías (frutas, verduras, ropa, bisutería, transporte, etc.).

El consumo local ostenta beneficios ambientales al reducir el transporte de mercancías a lo largo del país y beneficios sociales al generar conciencia de un consumo que apoye y dinamice la economía en su comunidad.

Para el caso del proyecto, la aplicación se convierte en un mercado virtual, en el que cada cooperativa cuenta con su propia tienda y logra ofrecer sus bienes y servicios. La aplicación se descarga de forma gratuita y es de acceso público. Sumado a lo anterior, la difusión del consumo local a partir del uso de cooperativas permite a la población comprender qué es una cooperativa y la relevancia de consumir sus productos y servicios; lo cual, contrarresta la imagen negativa que se ostenta del sector cooperativo a nivel nacional –politizado por algunas malas experiencias– y se materializa en beneficios de las familias de las personas asociadas.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

A raíz del COVID-19, la economía costarricense decrecerá 3,6% según el Banco Central, debido al impacto de las medidas sanitarias que son necesarias para contener la pandemia (Flórez-Estrada, 2020). Bajo esta línea, cerca de 24% de las personas trabajadoras ocupadas podrían perder su trabajo, los niveles de pobreza podrían aumentar –oscilando entre 24% y 29% de los hogares en condición de pobreza– (Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, 2020).

Ambas situaciones, la necesidad de hacer nuevos usos de la tecnología en las diferentes áreas de la vida social para hacer frente a los efectos de la reducción de la movilidad y confinamiento, se considera primordial encontrar nuevas alternativas para la reactivación económica y, para este efecto, el proyecto viene a impulsar el comercio en el sector cooperativo.

Sumado a ello, el uso de un mercado web por medio de la aplicación busca dar respuesta a la necesidad de la intercooperación entre cooperativas y consumo local.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Si bien en el ambiente existen mercados web y aplicaciones vinculadas con la compra entre bienes y servicios, el elemento diferenciador involucra su carácter gratuito centrado en el sector cooperativo que fomente la intercooperación.

La variedad de productos permitiría fomentar de manera más fácil el comercio local y de una u otra forma sensibilizar al respecto.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo en general cuenta con amplia experiencia en el sector cooperativo desde diferentes aristas: cooperación internacional, ahorro y crédito, fomento, promoción, etc.

Además, se cuenta con los contactos de uniones y federaciones que reúnen grupos grandes de cooperativas por sectores, lo cual puede beneficiar el avance de carga de datos, aportando al éxito del proyecto.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo emprendedor cree en la Economía Social como sistema democrático y justo para la sociedad; durante años, ha laborado en organizaciones cooperativas, entusiasmados por ofrecer una solución a una problemática actual del país y paralelamente aportar a un sector en el cual se han desarrollado profesionalmente.

El equipo es consciente de que, si a una cooperativa logra consolidarse y vender sus productos, sus familias se ven directamente beneficiadas. Se cuenta con colaboradoras del INFOCOOP, organización encargada del fomento y desarrollo del cooperativismo en Costa Rica, una promotora de alianzas cooperativas en las comunidades y un docente universitario con experiencias en cooperativas de ahorro y crédito.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En Costa Rica, existen 594 cooperativas y 887.335 cooperativistas, lo que representa 21% de la población nacional, según cifras del IV Censo Nacional Cooperativo. De la cual serían potenciales clientes para utilizar el servicio de proyecto presentado.

Las cooperativas están presentes en todos los sectores de la economía. Dentro de los principales aportes económicos se detectan ₡132.000 millones en exportaciones, 33.357.850 personas beneficiadas con el transporte público, 708 mil personas beneficiadas con servicios de electrificación, 36,7% de la producción nacional de café y la generación de 21.632 empleos directos. Otra necesidad

identificada es de lograr promover el sistema cooperativo como un sistema democrático y justo para la sociedad. Hoy, lamentablemente la imagen del cooperativismo se ha visto dañada debido a acciones de algunas personas que realmente no representaban a la gran masa de población cooperativista. Si logramos que a través de la tienda virtual se genere movimiento de bienes y servicios entre cooperativas y que sean conscientes de que de esta manera ganan todos, será más fácil concientizar a la población sobre las bondades del sistema.

GRUPOS DE INTERÉS

La definición de los grupos de interés del proyecto Economía en T “Redes cooperativas y colaborativas en tiempos de crisis” conllevó la revisión del CANVAS y el efectuar, a partir de las siguientes preguntas, una lluvia de ideas y posterior categorización según los intereses y naturaleza del proyecto:

- ¿Quiénes trabajarían directamente en el proyecto?
- ¿Quiénes colaborarían en el proyecto?
- ¿A quiénes requiere el proyecto para dar soporte a sus actividades?
- ¿Quiénes requieren del proyecto para satisfacer sus necesidades?
- ¿Quiénes harían uso de los productos y servicios del proyecto?
- ¿Quiénes adquirirían por medio de pago los productos y servicios?
- ¿Con cuáles entidades públicas se deben establecer relaciones?
- ¿Con cuáles organizaciones públicas o privadas se han establecido alianzas?
- ¿Qué personas o instancias son proveedoras del proyecto?
- ¿Qué organizaciones similares deben ser consideradas como aliadas del proyecto? ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Guía de comercialización en mercados digitales Personas Adultas Mayores Emprendedoras

17

CAPÍTULO

AUTORES:

Gisselle Valverde Gamboa,
Dennis Navarro Thames,
Mauricio León Segura,
Héctor Hernández Taisigue,
Kimberly Grace Campbell Mc Carthy,
Mónica Tatiana Calderón Aguilar

Instituto Tecnológico de Costa Rica

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto consiste en diseñar una propuesta de comercialización de productos y servicios mediante un mercado digital para la asociación de personas adultas mayores emprendedoras Faros en el Atardecer (ASOFARO). Como piloto se propone el mercado virtual Kakao Market, el cual pertenece a la Asociación Solidarista de Empleados del Tecnológico de Costa Rica (ASETEC). Esta alianza les permitirá a las personas asociadas de ASOFARO ofrecer sus productos en un mercado virtual.

Debido a la actual pandemia por COVID-19 y al ser una población altamente vulnerable, las personas adultas mayores vieron su movilidad reducida abruptamente y con ello la posibilidad de vender sus productos e inclusive a tener acceso a servicios y bienes cotidianos. Por ser un grupo etario en riesgo, el distanciamiento social y la recomendación de quedarse en casa afectó inmediatamente su estilo de vida. Aunado a esto, la brecha digital ha imposibilitado que puedan hacer uso efectivo de los medios electrónicos disponibles para realizar sus negocios.

Cinco años atrás, las personas emprendedoras adultas mayores decidieron asociarse para contar con capacitaciones, asesoría y acompañamiento en sus procesos productivos y de venta y poder brindarse apoyo mutuo para así enriquecer sus experiencias. De ahí que surja la idea de establecer una relación comercial entre la Asociación y el centro comercial digital Kakao Markert, para ofrecer una opción de ventas en línea para los asociados y asociadas y contribuir con ello al desarrollo empresarial, crecimiento económico y bienestar de sus miembros.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

La Asociación Faros en el Atardecer (ASOFARO) es un grupo de personas emprendedoras adultas mayores que se unieron a partir de una necesidad, vender sus productos y ayudarse mutuamente en el mercado. Cabe recalcar que las personas que forman parte de ASOFARO se conocieron en un proyecto liderado por el Tecnológico de Costa Rica, denominado PAMTEC, que ofrece un espacio a personas adultas mayores para desarrollar sus habilidades, generar motivación y, a la vez, impulsarles a crear sus ideas de negocio.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Emprender es un proceso de mejora continua y cambios constantes en donde las personas emprendedoras deben ser capaces de adaptar sus ideas y propuestas según los requerimientos del mercado. Actualmente, la virtualidad es parte del día a día y su aplicación y uso ha aumentado con

la situación mundial de salud, referida al COVID-19, que reta a todos las personas emprendedoras en general, pero en mayor proporción a quienes siendo adulto mayor desean serlo.

A través del tiempo, la sociedad ha venido sufriendo cambios significativos en la forma en que los seres humanos interactúan. La humanidad vive en un mundo altamente globalizado y tecnológico, y la situación histórica que está sucediendo podría cambiar la forma en que el ser humano conviva, ya que la tecnología pareciera jugar un papel protagónico, por lo que la adaptación será la opción más viable para atravesar los cambios que se avecinan. Esto sugiere la transformación de procesos y entre ellos la compra y venta de productos y servicios al mundo digital.

La pandemia mundial que se afronta ha sido un gran reto para la humanidad, nunca se había enfrentado una de esta magnitud, pues por las condiciones sociohistóricas de hoy, ha logrado paralizar los mercados internacionales y debilitado las economías más poderosas, pues como menciona el Instituto Centroamericano de Administración Pública, “no se recuerda fácilmente una situación con los enormes impactos sociales y económicos como los que nos está generando esta situación”. Uno de los efectos más notorios ha sido que aquello que antes podía realizarse de forma presencial, como compras, pagos de servicio o visitas a un restaurante, sea redirigido a la virtualidad de una u otra manera.

Frente a este problema de salud pública mundial, en Costa Rica se tomaron medidas estrictas para proteger a la población, situación que generó el cierre de fronteras terrestres, marítimas y aéreas, restricciones vehiculares, cierre de locales comerciales y de servicios, instrucción de que la población debe quedarse en casa en la medida de lo posible. Una de las principales características que se conocía del peligro del virus SARS-CoV-2 es que la población más vulnerable es la adulta mayor.

Datos de la Propuesta Integral para la Protección de Personas Adultas Mayores realizada por el CNE, CONAPAM, CCSS, IMAS y Ministerio de Salud para el 2020 indican que el país tiene una población de 453.000 personas de 65 años o más, de los cuáles 131.000 viven en condición de pobreza y 82.000 viven solas; es decir, que parte importante de la población se encuentra en riesgo en relación con la emergencia y si se suma a estos el riesgo económico que la situación ha generado hacia los pequeños empresarios de la tercera edad, el panorama se vuelve cada vez más oscuro. Así es que desde ASOFARO, como asociación encargada de generar espacios para el apoyo y desarrollo de personas emprendedoras adultas mayores, surge la necesidad de poder generar medios por los cuales las personas asociadas puedan iniciar el proceso de adaptación hacia la virtualidad que el mercado requiere, tanto por los avances tecnológicos como la nueva realidad. Por lo que se considera necesario que se brinden herramientas y se creen relaciones estratégicas con entes que faciliten este proceso, de forma tal que sea más sencillo para esta población la inserción a una modalidad que resulta completamente nueva.

La innovación es parte del constante cambio y las personas emprendedoras adultas mayores también deben ser parte de este proceso; para ello es vital que existan canales que les ayuden a sacar el mayor provecho posible de sus negocios al utilizar medios digitales para poder ofrecer sus bienes

y servicios. En situaciones donde la economía cae, las empresas más afectadas siempre serán las pequeñas y medianas (Pyme), ya que estas, en muchos casos, carecen de planificación estratégica y planes de contingencias que les ayuden a enfrentar situaciones tan críticas como esta. Analizando a las personas productoras nacionales que se han visto afectadas por la pandemia, podemos comprender la compleja realidad que viven y los múltiples retos que deben superar; razón por la cual resulta importante apoyar las personas emprendedoras, productoras y empresarias nacionales. Si bien es cierto, ASOFARO tiene una propuesta de valor muy amplia y diversa para las personas asociadas, como lo son brindar capacitaciones, acompañamiento en diseño y desarrollo de productos y asesoramiento en mercadeo, en el presente proyecto nos enfocaremos en el valor que se ofrecerá al establecer una relación comercial con Kakao Market para que las personas emprendedoras puedan ofrecer sus productos en un mercado virtual.

En la coyuntura actual, contar con la posibilidad de ofrecer sus productos mediante una plataforma digital es fundamental para las personas emprendedoras, asociadas o no a ASOFARO. Las limitaciones que suponen los periodos de cuarentena, el distanciamiento social y los cierres comerciales son un reto a la forma tradicional de hacer negocios y vender productos.

GRUPOS DE INTERÉS

Como se ha recalcado, en este contexto digital, la inclusión de las personas mayores se ha convertido en un objetivo fundamental en cualquier política pública (y privada) en los últimos tiempos. Así se han ido desarrollando múltiples iniciativas en el ámbito mundial que pretenden poner en valor la necesaria participación de las personas mayores en la sociedad actual.

Desde España, por ejemplo, se desarrollaron las “10 propuestas para la participación y liderazgo de las personas mayores en la sociedad”. De estos principios, la propuesta de este trabajo desea destacar los siguientes:

1. **Liderar.** Son las propias personas mayores quienes pueden y deben liderar los cambios, ya que son ciudadanos implicados en todo lo que pasa en la sociedad, tienen y deben mantener una actitud responsable y participativa.
2. **Actuar.** Las personas mayores están integradas y participan en la sociedad. No permitir que las separen en guetos. Fomentar que las personas mayores lideren desde su participación en los diferentes niveles de la sociedad.
3. **Aprender.** La formación y el conocimiento son los grandes aliados para el cambio. Aprendemos a lo largo de la vida.
4. **Trabajar.** La edad no es ninguna limitación para desempeñar un trabajo correctamente, lo que en realidad puede llegar a condicionar es el estado de salud y la formación. La experiencia es un gran valor.

5. Competir en el mercado laboral. Una persona mayor debe competir en las mismas condiciones de mercado con respecto a otros colectivos de edad, tanto en la incorporación, mantenimiento, salida o cambio de un trabajo.

De esta forma, los principales destinatarios son las personas adultas mayores emprendedoras asociadas a ASOFARO. Como destinatarios secundarios, las personas emprendedoras adultas y adultas mayores que deseen asociarse e ingresar a esta asociación.

Como posibles colaboradores que pueden contribuir al proyecto, se consideran los siguientes:

- ▶ **PAMTEC:** El Proyecto Educativo para la Persona Adulta Mayor (PAMTEC) desarrolla estrategias y acciones educativas en investigación, docencia, extensión y acción social.

En coordinación con las distintas Escuelas del TEC y la activa participación de los estudiantes, promueve el envejecimiento activo como respuesta ante el aumento de la población adulta mayor en el país y en el mundo, y sensibiliza a las diferentes generaciones en esta temática para su inclusión en el entorno familiar, social y económico. Está dirigido a personas mayores de 55 años. PAMTEC además tiene un proyecto de capacitación llamado “Póngale vida a los años - TEC Emprende”, que ha propiciado la participación de personas adultas mayores en proyectos emprendedores, algunos de los egresados de ese proyecto son parte de la asociación. Futuras generaciones pueden, además, invitarse a formar parte de la asociación, pues se comparten los mismos intereses.

También al ser un proyecto dentro del entorno universitario, puede funcionar como punto clave de apoyo y coordinación entre estudiantes del TEC y la población adulta mayor o miembros de la asociación, para futuras capacitaciones en temas de tecnología, diseño, administración, etc.

- ▶ **TEC:** El Tecnológico de Costa Rica como institución propulsora de la tecnología a nivel nacional y como entorno académico con compromiso social, puede aportar grandes beneficios a la asociación. Sus estudiantes pueden vincularse con proyectos donde pondrán a prueba sus capacidades y su interés social, a partir de sus trabajos finales de graduación, prácticas profesionales o voluntariados; además, pueden contribuir a la asociación en las distintas etapas del proyecto. Algunas de las áreas que se consideran de gran relevancia para soporte y capacitación son: Administración de empresas, Ingeniería en software, Diseño, Fotografía, entre otras.

Las instituciones educativas como la UCR y el TEC: con el objetivo de crear dentro de su malla curricular opciones dirigidas a la población adulta mayor en el área de las TIC, donde puedan encontrar capacitación que les genere herramientas en el uso de dispositivos y les permita empoderarse para generar dinámicas donde la tecnología resulte ser un beneficio y no un obstáculo.

- ▶ **UCR:** Programa Institucional para la persona adulta y adulta mayor (PIAM). También puede contribuir desde un enfoque de capacitación, ya sea desde el voluntariado o desde sus trabajos finales de graduación. El estudiantado que tiene interés en esta población puede, desde sus carreras, participar apoyando en materia de desarrollo, creación y mantenimiento de la plataforma o en la capacitación correspondiente para que sean los mismos usuarios que sean capaces de manipularla.

En este punto, se resalta la importancia de que el diseño de usuario esté muy presente, pues la población adulta mayor manifiesta características físicas y cognitivas que requieren que las tecnologías se adapten a un uso amigable con ella. Además de dar a conocer la asociación y poder generar enlaces con otras personas adultas mayores para que eventualmente se puedan integrar a la asociación, ofreciendo sus productos y servicios.

- ▶ **Kakao Market:** desarrollado por ASETEC, es un mercado en línea y será la plataforma para la venta digital de los productos y servicios que ofrecen los asociados de ASOFARO. Por ello, es el principal aliado estratégico en este proyecto. Kakao Market es un mercado virtual ya desarrollado, puede ser accedido desde cualquier parte del país, cuenta con proveedores logísticos a nivel nacional que hacen entrega a domicilio y con una clientela fiel. Asimismo, la Asociación gozará de los beneficios que Kakao Market ha puesto a disposición de las pequeñas empresas, al otorgar 6 meses sin cobro de ninguna comisión. Todo esto basado en el principio de la solidaridad que caracteriza a las organizaciones de economía social solidaria.

Al participar en Kakao Market, será la primera experiencia de ventas en línea tanto para ASOFARO como para sus asociados. De igual forma, por primera vez tendrán la posibilidad de llegar a clientes fuera de su localidad, al tiempo que podrán visualizar a su competencia directa más fácilmente. Debido a lo anterior, es que el buen acompañamiento que realice ASOFARO para que el ingreso de cada una de las personas emprendedoras a la plataforma es fundamental y debe ser rápido, sencillo y lo menos frustrante posible. Lograr brindar una experiencia personalizada, segura y ágil será su fortaleza y diferenciación. Esto lo conseguirá al contar con un equipo entrenado en el proceso, pero más importante aún, un equipo que es empático y conoce las necesidades de las personas adultas y adultas mayores. A nivel nacional, organizaciones que agrupan o reúnen a las personas adultas mayores (municipalidades, universidades, CONAPAN, AGEICO, etc.) desde las cuales se pueden generar impulsos importantes.

- ▶ **AGEICO:** su proyecto SigoVigente (oportunidades +45) es una iniciativa que busca dotar de herramientas a personas mayores de 45 años en Costa Rica, con el fin de que puedan ser empleadas en el sector formal por medio de acciones como el impulso del empleo asalariado a través de estrategias de formación, intermediación laboral y trabajo en red; asimismo, busca promover el autoempleo, fomentando la cultura emprendedora y empresarial a través de

capacitación y asesorías que fortalezcan sus habilidades duras, blandas y emocionales. Por su parte, las redes nacionales e internacionales interesadas en la población adulta mayor pueden apoyar esfuerzos para evidenciar, compartir y divulgar información de proyectos similares. El acceso a estos datos permitiría tener información de cómo se ha trabajado y si es posible consultar sobre el proceso, los principales retos y situaciones por tomar en cuenta al desarrollar un proyecto de este tipo. Activar estos canales permite a la Asociación compartir experiencias, promover el diálogo con población que ha iniciado procesos similares con anterioridad, beneficiándose con la experiencia que otros le puedan aportar.

Como usuarios de los bienes y servicios que ofrece Asofaros, está la población adulta mayor (PAM), algunos de los cuales ya conocen las iniciativas de los diferentes socios y pueden mantener su interés de adquisición. Además, resalta el componente de compras virtuales que puede favorecer a la PAM para recibir sus productos en casa, sobre todo en contextos donde es perjudicial para ellos salir.

Sin embargo, no se limita a PAM, pues Asofaros ofrece variedad de artículos y servicios de diferente índole y el hecho de incorporarlos en un mercado virtual genera la posibilidad de agruparlos y distribuirlos, tanto a personas que ya han hecho uso de Kakao Market y que apuestan por este tipo de plataformas para su consumo como a los clientes que ya posee Asofaros, que pueden seguir adquiriendo sus productos y otros de los demás socios. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Mercado virtual de Santa Ana:
Plataforma colaborativa para
emprendedores, empresarios y
consumidores

18

CAPÍTULO

AUTORES:

Catalina Roldán,
Hellen Cortez,
Federico Vega

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO:

La plataforma especializada consiste en un sistema informático que vincula a los socios para crear redes de negocios, proyectos colaborativos, asesorías, capacitación y mercado virtual. Este servicio integral pertenece a una organización de economía social y colaborativa, la cual es un socio estratégico de la Municipalidad de Santa Ana que hará posible que emprendedores, empresarios y consumidores, entren en contacto para crear encadenamientos, alianzas y consumo mutuo con identidad local.

El sistema de inteligencia artificial permitirá a los socios crear perfiles de emprendedores, empresarios o consumidores. Realizando los contactos adecuados para crear oportunidades de negocios entre los socios y ofreciendo los productos y servicios que estarán a disposición de los consumidores a través del mercado virtual, quienes obtendrán precios y productos favorables.

El costo de la afiliación es muy accesible y tendrá una asignación porcentual para el ahorro, acceso a capacitación y asesoría para la inversión de proyectos de co-creación, microfinanciación colectiva o capital semilla y para la administración de la plataforma (lo que la hará sostenible). Dentro del modelo de negocios, los dividendos o excedentes serán distribuidos equitativamente entre los socios.

Las personas socias podrán apoyar negocios sociales o el desarrollo de prototipos alineados a sostenibilidad económica y social de las personas socias.

La Municipalidad de Santa Ana cuenta con el presupuesto ordinario para desarrollar la plataforma durante el año 2020, a partir de módulos básicos de mercado virtual. Sin embargo, la sostenibilidad de proyecto a mediano y largo plazos depende del crecimiento y participación de las personas que se sumen al proyecto a partir de su creación y den estructura legal y funcional a la organización de economía social que administraría la plataforma.

La plataforma contará con la vitrina en la web, como los mercados virtuales tradicionales, en donde los productores anuncian y promocionan sus productos y servicios. Asimismo, los consumidores seleccionan, pagan electrónicamente y reciben a domicilio.

Por tanto, el mercado virtual contará con servicios de capacitación básica para su uso y los recursos que ofrece. Convenio con Internet Banking, Paypal y similares para pagos en línea, facturación electrónica, enlaces con proveedores de reparto a domicilio o servicio de Correos de Costa Rica para envío de paquetes a escala internacional y georreferenciación para ubicación física de los establecimientos comerciales.

Cómo es una plataforma colaborativa y sostenible en el tiempo:

Permitirá la afiliación de tres perfiles de socios:

- Emprendedores
- Empresarios
- Consumidores

Mediante el diseño de un asistente de inteligencia artificial, la plataforma cruzará los datos de las personas socias, orientando las alternativas de encadenamientos, sugiriendo y promoviendo la interacción entre los socios y un mayor aprovechamiento de los recursos con que cada uno cuenta para formar parte de la plataforma. Cuantos más socios existan, mayores serán las alternativas de intercambio.

Para participar, se establecerá una tarifa en colones, que puede ser mensual o anual.

La persona socia tendrá acceso a los productos y servicios conformados por la oferta de los otros socios. Mediante el uso de la moneda virtual (tipo “*blockchain*”), se fomentará el consumo mutuo y los réditos distribuidos equitativamente.

Un porcentaje de esta tarifa en colones irá al ahorro personal de cada socio, otro porcentaje a un fondo común para financiamiento de prototipos, expansión de negocios o desarrollo de emprendimientos sociales, otro porcentaje al canje y otros para mantenimiento de la plataforma.

Las personas socias podrán acceder a préstamos con intereses mínimos o como capital semilla para desarrollo de prototipos de innovación que sería propiedad cooperativa de los socios del mercado. Por tanto, este ahorro común rendirá dividendos a los socios a largo plazo, brindándoles también seguridad económica en caso de oportunidades de crecimiento o infortunio.

Desde luego, todos los socios tendrán espacio de comercialización desde el mercado virtual, a invertir su moneda virtual en productos y servicios de su preferencia y acceder a los beneficios de comercio electrónico; en el caso de los socios consumidores, acceso con precios preferenciales a los productos y servicios, así como participar como financistas de los emprendimientos sociales.

La plataforma tendrá una filosofía colaborativa, tanto para emprendedores como para empresarios y consumidores; deberán presentarse con productos y servicios con identidad, sustentables ambientalmente y orientados hacia el impacto social y humano de las comunidades en que se desarrolle.

Con el aporte inicial de la Municipalidad de Santa Ana, se financiará el diseño de la plataforma, el hospedaje y el soporte técnico por al menos dos años. La organización de economía social administrará las cuotas de las personas afiliadas, para el desarrollo de los servicios de capacitación, mercado virtual y emprendimientos sociales.

La organización de economía social será jurídicamente independiente, delimitará y propondrá las normas, características y requisitos de los socios, así como la administración de los recursos recaudados, la elaboración de presupuestos, custodia de valores comunes y toma de decisiones directivas respecto a las mejoras comerciales y de innovación del mercado virtual.

Es decir, la Municipalidad tendrá un rol de auspiciador y fiscalizador, pero la organización, tendrá que administrar, tomar decisiones para el crecimiento de la plataforma colaborativa y consolidación comercial del mercado virtual, mediante la asamblea general de socios y una administración operativa creada para atender y dar seguimiento a los acuerdos.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Las plataformas virtuales más conocidas como UBER y DIDI utilizan sistemas que ponen en contacto a un pasajero con un chofer mediante una aplicación en el teléfono celular. El pasajero, quien tiene un destino, paga un importe, del cual va un porcentaje al chofer y otros a la plataforma, debido a que el pasajero no requiere más que llegar a su destino y, por otra parte, el chofer debe trabajar arduamente para lograr cubrir con su ganancia los gastos de mantenimiento del vehículo, el combustible y los datos del servicio celular.

Estas plataformas han sido criticadas por crear una explotación laboral solapada, puesto que no generan relación obrero-patronal, pero sí obtienen grandes ganancias al lograr la participación de cientos de chóferes que alimentan constantemente la disponibilidad del servicio.

La plataforma propuesta plantea la creación de un sistema de inteligencia artificial que permita el enlace de las personas socias, quienes también tienen objetivos claros, pero que requieren apoyo, encadenamientos, financiamiento y comercialización.

Esto porque uno de los principales retos de los emprendimientos y las microempresas es mantenerse vigentes y activos en el mercado, así como identificar y consolidar los espacios de comercialización efectivos. Y existe un segmento de mercado (Generación Y o “*mileniales*”) que gusta del consumo de productos y servicios sostenibles y de aportar en forma solidaria a los emprendimientos sociales.

La plataforma colaborativa regida por los principios de la economía social y solidaria dará a las personas socias acceso a los encadenamientos, la asesoría, el mercado virtual. Este mercado cautivo dentro de la aplicación que será tan amigable como las de UBER y DIDI, por lo que también acortará la brecha digital para persona emprendedoras y empresarias que tengan disonancia por el uso de las TIC para comercializar.

En el año 2020, en el marco de la emergencia sanitaria por la pandemia de COVID-19, quedó comprobada la amplia brecha que las personas emprendedoras y propietarias de micronegocios tienen para hacer uso efectivo de las tecnologías de comunicación, para comercializar sus productos.

Dado que el cantón de Santa Ana se caracteriza por ser urbano, con una base productiva de comercio y servicios, la cual ocupa al 73% de la economía local. La base de datos de patentes municipales registra 2.318 (2019) permisos activos, que se dividen en 200 actividades diferentes.

Adicionalmente, el Programa de Gestión Empresarial del Proceso de Desarrollo Económico Local tiene una base de datos de aproximadamente 400 emprendimientos y cada año se suman entre 75 y 120 nuevas ideas de negocios. Asimismo, solo el cantón tiene una población económicamente activa de 29.000 personas y casi el 60% de acceso a Internet.

Es así como, proponemos la alianza de estos tres actores indispensables para la reactivación económica del cantón de Santa Ana en tiempos de pandemia y la vinculación mediante la Internet, la tecnología de comunicación y la plataforma virtual, bajo la filosofía de la economía social y colaborativa.

De tal forma que, las personas emprendedoras, empresarias y consumidoras puedan interactuar en una comunidad virtual, con presentación de mercado donde se promueva el consumo con identidad local y la moneda virtual.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

La plataforma permite la interacción entre socios, independientemente de su perfil de afiliación. Mediante la creación del asistente virtual de inteligencia artificial, que es capaz de propiciar las relaciones de intercambio y consumo mutuo, así como la comercialización mediante el mercado virtual.

Con este servicio, la Municipalidad de Santa Ana es la primera en atender mediante una empresa de economía social las necesidades de encadenamiento y comercialización del sector emprendedor y MiPyME local, dando apertura y escalabilidad a nivel nacional e internacional.

Y el elemento de comercio electrónico integrado, para que las personas emprendedoras, empresarias y consumidoras tengan dos opciones prácticas, por un lado la moneda virtual para obtener productos y servicios dentro de la plataforma, el ahorro y acceso a financiamiento para proyectos de co-creación dentro del mismo sistema y con dividendos para todos los socios.

En caso de las personas consumidoras, además de adquirir bienes y servicios con identidad, apoyar la economía local y hacer consumo responsable, es una forma accesible de invertir en proyectos de emprendimientos sociales (microfinanciamiento colectivo).

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Las fortalezas del equipo gestor del proyecto provienen de contar con un miembro en la Municipalidad de Santa Ana (encargada de Desarrollo Económico Local), un gestor de innovación y una desarrolladora de software, lo que complementa un equipo técnico eficiente.

Y en cuanto a los emprendedores que serán parte de la plataforma, podrían justamente mostrar todo su potencial de desarrollo en cuanto a calidad, servicio, esfuerzo y disponibilidad, que es mucho y que a lo mejor no ha tenido la visibilidad más adecuada.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Se realizó un sondeo entre las personas participantes del Programa de Gestión Empresarial de la Municipalidad de Santa Ana para conocer algunas variables relacionadas con el impacto del COVID-19 y los encadenamientos productivos o “*networking*”.

A la pregunta de si durante la pandemia había participado en alguna red de negocios, se consignó el 72% de respuestas negativas.

Evidencia un vacío en las posibilidades, sobre todo en el marco de esta situación de restricción y distanciamiento social. También, la Municipalidad de Santa Ana carece de un servicio orientado hacia la potenciación de las redes de negocios, situación que puede complementarse mediante herramientas virtuales.

También se les consultó a las PyME, cuáles beneficios podrían obtener de una red. Algunas de las respuestas fueron las siguientes:

1. Conexión, visualización, alianzas.
2. Mayor clientela, que conozcan mis productos y conocer el de otros PyME.
3. Aumentar las venas, llegar a más personas y ofrecer un mejor servicio
4. Ideas de ventas, distribución, publicidad.
5. Apoyo, capacitación, oportunidad de expandir con actividades en conjunto.
6. Más clientes, socios comerciales y más visibilidad.
7. Crecimiento, conocimiento, estabilidad.
8. Contactos, publicidad, recomendaciones.
9. Poder asociarme con otros negocios. Aprender de las experiencias de los demás negocios.
10. Importancia de la industria creativa, valorar el arte de los creadores, invertir en las mismas.
11. Estar participando en ferias de forma virtual.
12. Impulso al uso de las nuevas tecnologías.
13. Acompañamiento y asesoría.
14. Conocer más gente, con más experiencia y aprender de esas personas, también puede ser que hay proveedores de mi interés, para consumir y producir más productos locales a mejores precios. Una red que me respalde y me aconseje sobre cómo se hacen o se determinan ciertos productos y servicios.

A partir de la opinión del sector, encontramos en la plataforma una propuesta viable para los usuarios, principalmente las PyME, que requieren un espacio virtual que les facilite llegar a más clientes, promocionar, capacitarse, asociarse, entre otros.

Cada uno de los elementos propuestos en la plataforma facilita las opciones y genera mayor visibilidad de los comercios, productos y servicios que participen.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

En el mapa completo de CANVAS, se identifica la propuesta de valor como el encadenamiento para el ahorro, el crecimiento colaborativo y la comercialización.

Identificación prioritaria de promover el conocimiento y sensibilización del Factor C de la ESSC para relacionarse directamente con los socios; de igual forma, debe contarse con personal que vincule directamente a los miembros de la organización, porque la plataforma virtual canalizará la información, pero la correcta inclusión de esta y la confianza se realizará mediante gestores de innovación PyME que atiendan y faciliten la inscripción, canalicen las dudas y provean a la plataforma de un servicio al cliente personalizado y humano.

Como actividad clave, es indispensable para la fundación de una organización de economía social y colaborativa que asuma política y operativamente la administración de la plataforma, así como la redacción de los principios, reglas de ingreso, gestione la priorización de los proyectos y rinda cuentas a la asamblea general de socios.

La organización designada deberá gestionar el mercado virtual, su lanzamiento, actualización y mercadeo. Deberá, asimismo, definir las tarifas, las comisiones y gestionar la o las plataformas de pago posibles, de tal forma que tanto los socios como los consumidores internos y externos puedan promocionar sus productos y servicios y comprar con seguridad y pronta respuesta.

Las alianzas clave, principalmente con la Municipalidad de Santa Ana, como promotor e inversionista inicial y quien suplirá los recursos para el desarrollo informático de la plataforma y las bases de datos de los primeros socios, a partir del Proceso de Patentes y de Desarrollo Económico Local, para vincular a sectores emprendedores y PyME locales, y el respaldo mediático para atraer a los socios consumidores, mediante la credibilidad institucional del gobierno local.

El apoyo de INFOCOOP para la asesoría técnica y legal en la creación de la organización de economía social.

La identificación de desarrolladores y programadores de experiencia para analizar la viabilidad técnica del proyecto.

La estructura de costos sustenta en primera instancia la etapa de desarrollo de la plataforma, el software y la asistencia técnica requerida. Inversión inicial que será cubierta por la Municipalidad de Santa Ana, al menos por los primeros dos años. Sin embargo, el aporte de los socios y las membresías

deberán dar sustento a la administración, tanto de la organización como del mercado virtual, en cuanto al pago de costos fijos como salarios y cargas sociales y los rubros de publicidad y mercadeo.

Los mecanismos de crecimiento y estrategia del mercado virtual deberán generar los recursos financieros suficientes para la sostenibilidad de la plataforma, su mantenimiento y soporte técnico. Esto mediante comisiones y aportes de los socios en general.

Las fuentes de ingresos, como ya se mencionó, serán otorgadas por la Municipalidad de Santa Ana, cuya inversión está muy bien definida para el proceso de contratación administrativa del desarrollo de la plataforma. Sin embargo, los socios deberán ingresar mediante una membresía, la cual se distribuirá en porcentajes:

- ▶ Ahorro.
- ▶ Capacitación y consultoría.
- ▶ Servicios de mercado virtual.
- ▶ Gastos administrativos. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Mesa Solidaria

19

CAPÍTULO

AUTORES:

Luis Restrepo Gutiérrez,
Keril Soto Villalobos y
Geiner Mejía

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

Mesa Solidaria consiste en una iniciativa enmarcada en una plataforma colaborativa donde, por medio de un software de uso libre y geocalización de Google Maps, los usuarios pueden identificar puntos de encuentro donde las personas por medio de la Solidaridad, Cooperación y Bien Común hagan donación de productos no perecederos para aquellas personas que tengan necesidad o se han visto afectadas a raíz de la crisis que vivimos a nivel mundial.

Los actores involucrados en esta iniciativa son los compañeros de Emprendamos Juntos, los estudiantes del programa INICIA, junto con comercios que han creído en la iniciativa; se han sumado las cadenas de tiendas Gollo a nivel nacional, el esfuerzo de empresas locales de San Carlos como supermercados, tiendas, panaderías e iniciativas personales que se suman en el esfuerzo.

El proyecto se llevará a cabo por medio de una plataforma de uso libre <http://mesasolidaria.info/>, por la cual los interesados podrán interactuar, crear sus mesas solidarias, identificar sus comercios y compartir por medio de la plataforma fotos y comentarios de las vivencias aportadas por los mismos usuarios de manera colaborativa.

Actualmente, los recursos con que se cuenta son limitados; sin embargo, la plataforma está diseñada y es un aporte fundamental. El mayor recurso de la iniciativa es la participación y colaborativa de los recursos que aportan los usuarios de la plataforma.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

El proyecto nace para ayudar a las personas en medio de la crisis; la alimentación es un derecho fundamental y parte esencial del desarrollo, por ello nuestra idea de usar la ESS y C en beneficio de quienes necesiten una mano, involucrar al comercio y personas en el uso de la tecnología dentro de la economía colaborativa.

Economistas sin Fronteras (2014), menciona en sus artículos: “Se deben de establecer hojas de ruta ajenas a los valores y prácticas del capitalismo, que generen ámbitos de autonomía, es decir espacios donde se piense, se actué y se viva de formas distintas al capitalismo actual”.

El proyecto nace como esa hoja de ruta para las comunidades de la zona norte del país (Región Huetar Norte) debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19 y a la necesidad de las personas a raíz de la falta de empleo. Según el programa Estado de la Nación (p. 38): “...desempleo del 2019 cerró en 12,4% en Costa Rica, la peor caída desde el 2008”, donde según el mismo Estado de la Nación tenemos uno de los cantones vecinos de mayor pobreza del país: Los Chiles.

Sumado a lo anterior, estamos en una zona de convergencia donde uno de los problemas centrales es el tráfico de inmigrantes por medio de la frontera, en comunidades como Los Chiles, Coope Vega, Cutris, por mencionar algunos, situación que ha venido a fomentar e incrementar los anillos de pobreza en algunas comunidades de la zona.

El proyecto nace con la idea de apoyar la Zona Norte; no obstante, debido a que es una plataforma global, se ha extendido a todo el país y actualmente a otros países de Latinoamérica, como México, Chile, Colombia.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

- Desde una ESS y EC: ser participantes en la activación económica de las familias más afectadas, por medio de la participación colaborativa de quienes pueden aportar a la economía en época de crisis.
- Interactuar y dar a conocer los comercios que desean participar activamente en promover prácticas sociales con el objetivo de incentivar a otros comercios en estas prácticas.
- El uso y aplicación de las TIC en la parte de promoción social y como una herramienta que puede facilitar e interactuar para alcanzar a más personas en la iniciativa.
- Involucrar a personas jóvenes que tienen facilidad de acceso a la tecnología en estrategia de ayuda social.

La ventaja diferenciadora está en que, a pesar de existir ideas o iniciativas similares, no hay una plataforma hasta ahora en el país que ponga en perspectiva esos intereses o esfuerzo común.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

En el caso del grupo, a pesar de haber una pluralidad en sus integrantes y de tener experticias dentro de diferentes áreas, como la academia o participación en ESS y C., el elemento en común encontrado es la preocupación por el aspecto social, pues existe un compromiso y una visión conjunta a partir de la economía colaborativa.

Desde el aporte de Keril Soto Villalobos, ha trabajado por más de 15 años en cooperativas de ahorro y crédito, interactuado con asociados de diferentes partes del país interesados en el equilibrio social, la convicción que la educación continua es un eje fundamental para poder impactar de manera positiva las iniciativa e ideas de las personas.

En el caso de Luis Restrepo, laboró en el INFOCOOP por más de 4 años como asesor de cooperativas y, posteriormente, ocupó la gerencia de una cooperativa productora de palma aceitera, llamada COOPESILENCIO R.L. Actualmente, se desempeña como decano de una universidad pública.

Por parte de Geiner Mejía Boza, es funcionario, trabaja para el Instituto Costarricense de Electricidad en el área de Control Interno, además su experiencia como docente universitario y su participación como miembro de una junta de una asociación de empleados que se dedica a brindar ayuda y promoción social.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Desigualdad:

Basados en la experiencia de la Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), Carlos Askunze hace una referencia importante para nuestro proyecto: “Estas iniciativas prestan especial atención a sectores de la población que están en situación o riesgo de exclusión social, convirtiendo las empresas en un instrumento potencialmente útil para la integración social y la lucha contra la pobreza”.

Es importante resaltar zonas afectadas muy identificadas, como Banderas, Pocosol, Cutris, Pital, donde se puede observar un deterioro de calidad de vida de muchas comunidades y el rostro de niños y mujeres jefas de hogar son comunes en un entorno donde no existen muchas posibilidades de salir de su realidad.

Mesa Solidaria, por medio de las tecnologías emergentes de ser un socio solidario del comercio, instituciones públicas y privadas o a la comunidad, brinda la posibilidad de sumarse a apoyar de una manera real en los negocios para que sean reconocidos como comercios solidarios, público en general, sus clientes y proveedores puedan poner en práctica la ayuda social y donar para los más necesitados.

Alimentación como necesidad básica

A pesar de existir iniciativas públicas y privadas que promueven la donación y entrega de alimentos, se logra identificar que hay áreas de vulnerabilidad que no pueden solventar sus necesidades básicas de alimentación. La preocupación de que haya grupos de personas que no puedan acceder a ayudas sociales o programas de asistencia hace visualizar otra opción para atender a niños, familias, adultos mayores o mujeres jefas de hogar que puedan acceder a mesas solidarias.

Por medio de la implementación de las mesas solidarias, se pretende crear un espacio de interacción con las municipalidades, asociaciones de desarrollo, fuerzas organizadas de las comunidades, iglesias y ONG, donde las personas tengan información y puedan acudir a retirar insumos de canasta básica en sus comunidades, la necesidad bajo una perspectiva de agilidad y rapidez por medio de las TIC como medida de mitigación y generación de bienestar social.

Comunicación

El proyecto integra a las empresas y comunidades por medio de comunicación e interacción con la comunidad, dar a conocer iniciativas, ayuda a comunidades, dar a conocer los comercios socios estratégicos y sus iniciativas de apoyo y entrega de víveres no perecederos, por medio de la instalación de una mesa solidaria. Las redes sociales permiten ubicar las mesas por territorio y colocar fotos.

GRUPOS DE INTERÉS

Identificación de usuarios

Se estable como usuarios dos tipos: el primero es el beneficiario del programa, quienes son afectados directos de las iniciativas, comunidades o familias identificadas por medios de organizaciones formales de la comunidad.

El otro grupo de usuarios son los promotores: organizaciones sociales de la ESS (cooperativas-solidaristas- PyME) con programas de promoción social que se articulen y se suministre data para poder llevar a cabo campañas o actividades relacionadas y afines.

Identificación de socios clave

- ▶ **Usuarios de la plataforma:** es un grupo de personas interesadas en el uso de la tecnología y la participación colaborativa en la solución de problemas sociales comunales y el involucramiento de estas.
- ▶ **Organizaciones sociales:** son la representación de la comunidad establecida por asociaciones de desarrollo, grupos de mujeres o programas de la comunidad que permitan dar credibilidad al proyecto.
- ▶ **Empresas comerciales:** organizaciones interesadas en identificarse como socialmente responsables que aportan los ingresos o activos a cambio de promoción y participación en diferentes espacios publicitarios.
- ▶ **Patrocinadores:** organizaciones físicas o jurídicas que puedan dar soporte financiero a la iniciativa, con las cuales se pretende crear una red de participación para que sus marcas sean expuestas a los usuarios de la plataforma. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Montañas Vivas

20

CAPÍTULO

AUTORES:

Mario Alberto Vargas Brenes,
Susana María Morales Varela,
Natalia Martínez Mendoza,
Margarita Hernández Meléndez,
Gioconda Badilla Chacón

Instituto Tecnológico de Costa Rica

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto se centra en la co-creación de un modelo asociativo sin fines de lucro para la gestión del territorio en materia turística y el aprovechamiento de espacios de recreación y de cultura en los Cerros de Escazú.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Somos un equipo interdisciplinario que sueña con aportar en el proceso de transformación de una región de nuestro país a través de una mejor gestión del territorio, que involucre el rescate de espacios físicos y el arraigo cultural en el Valle Central siempre de la mano con la conservación del medio ambiente.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Acceso a espacios de recreación en el Valle Central, específicamente en la Zona Protectora Cerros de Escazú.

Consolidación de una región turística que ofrezca espacios para la interacción social y la promoción de actividades que beneficien el bienestar físico y mental.

Rescate, apropiación y difusión de los elementos culturales de Alajuelita y Escazú

GRUPOS DE INTERÉS

Iniciativas locales relativas al desarrollo de actividades turísticas en la zona (proveedores, entidades y/o redes implicadas, instituciones públicas). ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Portal Web y observatorio
MiPyme San Carlos

21

CAPÍTULO

AUTORAS:

Carolina Maroto,
Libia Porras y
Lilliana Rodríguez

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto busca integrar dos componentes: un portal web y un observatorio de innovación. Esto por medio de una página web en la que se pueda acceder a la información de manera más amplia y una aplicación que muestre la información que las personas usuarias requieren para acceder de forma más ágil.

La población meta de este proyecto son las MiPyme (micro, pequeña y mediana empresa) del cantón de San Carlos, que serían las beneficiadas directas; sin embargo, la iniciativa permite la inscripción de todo el conglomerado que conforma el parque empresarial del cantón de San Carlos. De forma indirecta, su alcance se extiende a personas que deseen consumir los productos y servicios, así como las instituciones y organizaciones que deseen realizar encadenamientos, consorcios o clúster con estas empresas, ya sea por interés de apoyo, financiamiento, capacitación, investigación, alianzas estratégicas u otro.

En un primer momento, en la fase de redacción del proyecto, los actores involucrados serán la Municipalidad de San Carlos, el Instituto Nacional de las Mujeres y la Universidad Técnica Nacional, que son los entes en los que trabajan las proponentes del proyecto. Sin embargo, la idea es potenciar el papel de interlocutores sociales de diversos sectores que genere un tejido social común (red de apoyo a PyME, consejo académico, consejos de distritos, asociaciones de desarrollo, cámaras gremiales, organizaciones, instituciones públicas, sector académico, entre otros).

Para llevar a cabo este proyecto, se deben realizar diferentes fases que buscan, en un primer momento, el desarrollo del directorio. Esto requerirá la ejecución de una serie de actividades clave (figura 1). Posteriormente, conforme avancen las alianzas con los interlocutores sociales, se incorporarán los otros ejes, coordinados de manera interinstitucional. A su vez, cada uno de estos ejes tendrán diferentes componentes (figura 1 / Ver pág 110).

Para iniciar el proyecto, se cuenta con el recurso humano de las proponentes, que serán las encargadas en un primer momento de dar a conocer el proyecto y buscar aliados para su ejecución.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Las actividades productivas no interactúan de manera aislada, por lo contrario, despliegan todas sus actividades de comercialización formando parte de un entramado más complejo, a través de cadenas de proveedores y clientes. Asimismo, la productividad y la competitividad dependen de la calidad de las relaciones de la cadena productiva y de las características del entorno territorial donde se localizan sus elementos y de ahí que esta iniciativa toma fuerza en el sentido de ser una



Figura 1. Actividades fase 1: Desarrollo del Portal y repositorio del Observatorio de Innovación

Fuente: Elaboración propia.

herramienta de apoyo a este gran conglomerado de empresas, a los sistemas de innovación territorial, pero sobre todo a generar un impacto en la dinámica de las interacciones económicas.

El cantón de San Carlos tiene la necesidad de contar con un espacio asociativo y colaborativo que permita la visibilización de la oferta de productos y servicios del cantón, así como la articulación y encadenamiento de estas empresas con la oferta institucional y la academia, en búsqueda de la generación de acciones innovadoras, de ahí que un espacio digital que faculte estas interacciones es fundamental.

La crisis económica de la pandemia y los ya inmediatos estragos y afectaciones del mundo, pero sobre todo las repercusiones en la economía del cantón de San Carlos, hace evidente que el gobierno local asuma un liderazgo proactivo y con mirada estratégica que potencie iniciativas inmersas en el contexto de la solidaridad económica basadas en el uso de plataformas digitales.

El prevaleciente clima de cooperación o espíritu de solidaridad debe potenciar el papel de interlocutores sociales de diversos sectores que genere un tejido social común (consejos de distritos, asociaciones desarrollo, cámara gremiales, organizaciones, instituciones públicas, sector académico).

Para avanzar en la modernización de las administraciones públicas locales e incorporar una gestión pública innovadora, promover la cultura creativa y emprendedora local, entre otros aspectos sustantivos, se requiere promover espacios colaborativos y la participación efectiva de la ciudadanía. Que las personas que habitan en el territorio logren la apropiación de la iniciativa es necesario, por lo que resulta fundamental acompañar el proyecto de estrategias de comunicación y promoción en diversos sentidos.

En resumen, el proyecto es necesario porque:

- 9 de cada 10 PyME carecen de presencia web en Costa Rica.
- Cifras no favorables en temas de generación, sobrevivencia e innovación de las MiPyme (aun antes de la pandemia COVID-19).
- Necesidad de articulación y encadenamiento entre los diferentes actores del ecosistema empresarial.
- Acceso a información sobre programas y recursos para MiPyme.
- Visibilización geográfica de la oferta de productos y servicios del cantón.
- Dinamización de la economía local.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

El principal componente diferenciador que contiene el proyecto es trascender las plataformas web existentes en el país actualmente, que se centran en el desarrollo de directorios de MiPyme o en espacios de comercialización.

El portal busca que las MiPyme del cantón encuentren en un solo sitio toda la información de interés para sus empresas, que sea un espacio de sinergias, de aprendizaje, formación continua y evolución empresarial.

Por su parte, el observatorio pretende ser un espacio de análisis, alianzas, I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) y difusión que permita la interlocución, movilización y participación de los diferentes actores del ecosistema empresarial del cantón y la generación de indicadores y estadísticas para la generación de políticas locales y política pública, que a su vez genere indicadores valiosos para tomas de decisiones y generación de políticas públicas locales.

Se plantea una innovación del tipo abierta, además de social y organizacional, al proponerse un portal web que sea un recurso de acceso público y gratuito, cuyo propósito es fomentar la creación de nuevas empresas y consolidar y favorecer el desarrollo de las ya existentes, haciendo

énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyme). Lo anterior, buscando dinamizar el tema socioeconómico y el componente ambiental como diferenciador de los productos, procesos y servicios generados y ofertados por las MiPyme.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo emprendedor está conformado, tal y como se mencionó anteriormente, por tres personas:

Una funcionaria de la Municipalidad de San Carlos, gestora de alianzas estratégicas, con formación académica en Administración con énfasis en Comercio Internacional y Gestión de Proyectos, con experiencia en promover alianzas territoriales.

Una funcionaria del INAMU, que trabaja en el eje de emprendedurismo y empresariedad de las mujeres, con formación académica en Trabajo Social, Dirección de Empresas y Cooperativismo.

Una funcionaria de la UTN, coordinadora de Investigación y Transferencia, con formación académica en Biología Tropical, Recursos Naturales, Gestión Ambiental, Desarrollo Local, Gestión de la Ciencia, la Innovación y Transferencia del Conocimiento; experiencia en formulación, desarrollo y seguimientos de proyectos en áreas de bioeconomía circular e investigación aplicada.

Este equipo emprendedor tiene un acercamiento y conocimiento de necesidades de la población objetivo, así como la interacción con actores del ecosistema empresarial por medio de la Red de Apoyo a PyME y otros espacios interinstitucionales que le permiten robustecer el planteamiento del proyecto.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Necesidad de integrar, mediante mecanismos tecnológicos, los esfuerzos interinstitucionales con metas comunes para el apoyo a las MiPyme:

Aún antes del contexto del virus SARS-CoV-2 y principalmente en la transición de la reactivación socioeconómica y convivencia con la enfermedad del COVID-19, se requieren mecanismos que integren el parque empresarial de MiPyme, especialmente locales. Así mismo, las MiPyme necesitan fortalecer la articulación, consorcios e incluso clúster entre ellas para ser competitivas, robustas e innovadoras.

La dinámica actual de las economías está impulsada por la tecnología, la visualización, posicionamiento y confianza que logren los actores comerciales en los mercados meta, en muchos casos mediante portales web, un portal oficial o respaldado por la institucionalidad ayudará a solventar estas necesidades, a la vez incidiendo en el respeto, la veracidad, calidad, mejora continua, documentación y retroalimentación de experiencias y acciones implícitas en el Portal y Observatorio.

El proyecto pretende integrar en sus ejes el coadyuvar con sus acciones al cumplimiento de las metas y normativa país, institucionales, regionales y municipales, como lo son las políticas referidas a MiPyme, objetivos de desarrollo sostenible, la estrategias de sustitución de plásticos de un solo uso y estrategias de bioeconomía que impulsen los nuevos emprendimientos en temas diferenciadores y con mucho potencial.

Específicamente responde a:

- Objetivos de desarrollo sostenible (objetivos 5, 8 y 17)
- Plan Nacional de Desarrollo: innovación, competitividad y productividad.
- Política Nacional de Empresariedad 2018 - 2022 (Eje 6).
- Política Nacional para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres PIEG 2018-2030 (Eje 3).
- Plan de Desarrollo Cantonal San Carlos 2014-2024.
- Plan Estratégico Municipalidad San Carlos 2020-2024.

Es necesario concretar las acciones mediante una relación holística entre las cuatro hélices: sociedad, gobierno digital, academia y sector productivo. Esto se pretende llevar a la realidad mediante alianzas público-privadas, relaciones ganar-ganar, apelando a la responsabilidad social empresarial de las empresas o corporaciones ya establecidas y que a su vez se podrán ver beneficiadas de productos o servicios de las MiPyme del Portal.

El contar con un portal web y observatorio de innovación para MiPyme en el cantón de San Carlos, pondrá a disposición un conjunto de ejes coordinados de manera interinstitucional, como lo serán: Directorio MiPyme, Agenda MiPyme, Banco de talento Humano y Servicios MiPyme. Esto, primeramente, mediante el impulso de las entidades que conforman la propuesta inicial del proyecto, así como la gestión de apoyo de las entidades regionales o nacionales pertinentes. Otro elemento básico es el requerimiento de indicadores y de centralización de información de calidad, relacionada con MiPyme para la toma de decisiones y realización de acciones de impacto:

El Observatorio de Innovación se espera sea un espacio dinámico que aporte indicadores difíciles de conseguir o inexistentes, que consideren los subsistemas o entornos del ecosistema de innovación.

Estos indicadores serán establecidos con base en estándares nacionales y mediante consideración de propuestas que se han documentado para la Región, como es el caso de la propuesta de Rodríguez (2017) "Conceptualización de los elementos para un diagnóstico del estado del ecosistema de innovación sostenible para la Región Huetar Norte de Costa Rica", que considera los subsistemas o entornos del ecosistema de innovación, como lo son el entorno científico, el entorno tecnológico y de servicios avanzados, el entorno productivo y el entorno financiero y sus estructuras de interfaz.

La centralización de la información se realizará mediante un repositorio que reúna los resultados de investigaciones relevantes para la dinámica del Portal.

Otra situación importante es la carencia de un sistema de innovación regional consolidado, cuyo cimiento sea la articulación sociedad, Gobierno, academia y sector productivo de las MiPyme y que pueda servir de modelo:

La sinergia generada por el Portal y Observatorio se espera impulse el fortalecimiento y en muchos casos la incorporación de la I+D+i (Investigación, Desarrollo e innovación transferencia) en las MiPyme de la mano con la academia e instituciones de apoyo en ciencia y tecnología en el país.

Lo anterior, como mecanismo de protección del empleo y autoempleo, abastecimiento de productos y servicios que deben procurar ser de calidad, accesibles y que a la vez permitan innovación intra e inter-ecosistema de innovación empresarial y propicien un sistema de innovación regional de la mano con los estándares ambientales y que sea ejemplo para la conformación del Sistema Nacional de Innovación en Costa Rica. La sociedad es clave en el proceso, pues es la consumidora en el mercado y la receptora de las innovaciones. En el plano del Sistema de Innovación Regional, el Portal y Observatorio propuesto pueden ayudar a solventar los retos que en este tema presenta el Cantón de San Carlos (figura 3).

Finalmente, esta iniciativa podrá ser un marco de referencia para ampliar su operación a otros municipios del territorio de la Región Huetar Norte e, incluso, propiciar alianzas y retroalimentación de lecciones aprendidas a nivel país y en el exterior.

GRUPOS DE INTERÉS

Para cada uno de los ejes hay un grupo de interés con el que es necesario coordinar las acciones.

- Directorio: Municipalidad de San Carlos.
- Banco de capital humano: HIPATIA de Estado de la Nación.
- Agenda y servicios: Red de Apoyo a Pyme.
- Observatorio: sector académico.

Respecto a las personas destinatarias de los servicios, son las MiPyme del cantón de San Carlos principalmente (esto se amplía en el Canvas). ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Reactivación socioeconómica
en la Isla de Venado, Golfo de Nicoya,
Puntarenas, mediante el modelo
Economía Colaborativa y Economía
Social y Solidaria

22

CAPÍTULO

AUTORAS:

José Pablo Salas,
Karina Bustamante

Universidad Técnica Nacional

RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto busca disminuir las necesidades de los habitantes de Isla Venado, como lo son el nivel de pobreza y la falta de empleo; por ello, se pretende buscar la reactivación socioeconómica de Isla Venado, perteneciente al distrito de Lepanto, a partir de una plataforma digital tipo P2P, con el fin de publicitar bienes y servicios dentro y fuera de la zona, y así proporcionar facilidad en el acceso informativo de diferentes tipos de actividades económicas, con esto se busca intercambiar la competencia de un mercado interrelacionado por la colaboración, donde los habitantes de la isla conformen parte de un complemento en una economía diversificada. Además, servirá de medio de comunicación para impartir capacitaciones afines a temas de ESS y EC para mantener una activación socioeconómica continua, generando conciencia en la población meta en cuanto a solidarizar ingresos, diversificar la economía con nuevos nichos laborales y buscar el desarrollo social. Con esto se demostrará que se puede desarrollar una cultura emprendedora e innovadora y por ende una comunidad social y económicamente sostenible.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

La idea del proyecto surge por la falta empleo de la zona de Isla Venado, ubicada en el Golfo de Nicoya, Puntarenas. Los habitantes de la zona tienen como principal fuente de empleo e ingresos la pesca; sin embargo, esta actividad en ocasiones no genera los ingresos que se ocupan para cubrir las necesidades básicas, es por esto por lo que se pretende desarrollar una plataforma digital que ayude a combatir esta necesidad y genere mayores recursos económicos en la zona.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

El elemento diferenciador es la transparencia, pues se busca generar empleo digno y una distribución equitativa de las ganancias, partiendo de los principios de la economía social solidaria, donde se busca el bien común sobre el individual.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Las fortalezas del equipo se basan en el interés que tenemos en poder ayudar al distrito de Lepanto, a las familias más necesitadas y a la reactivación de nuevos nichos de trabajo y nuevas fuentes de ingresos económicos.

Cada miembro del grupo tiene estudios distintos y experiencias que ayudarán al desarrollo del proyecto y a crear un mayor impacto en la zona, ejemplo de estos es que contamos con compañeros con conocimientos en antropología y experiencia en el patrimonio en el distrito de Lepanto, gestión

del patrimonio arqueológico subacuático, estudio en geología e hidrogeología, idiomas, capacitados para dar el mejor trato a las personas, profesionales en Ingeniería Industrial, Networking Essentials, CCNA 3; en general, el grupo es interdisciplinario con una visión de bien social.

En resumen y con lo mencionado anteriormente, se desarrollaron las fortalezas del equipo, las cuales son:

- Excelente trato con las personas.
- Control de procedimientos, inventarios, logística.
- Uso de herramientas informáticas.
- Espíritu de competitividad.
- Actitud positiva.
- Manejo de temas de geología, arqueología subacuática e hidrogeología.
- Visión hacia la ayuda social.
- Compañerismo.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

La necesidad del proyecto es disminuir el nivel de pobreza de los habitantes de Isla Venado mediante la incorporación de nuevas fuentes de trabajo. Con esto se busca aportar importantes beneficios económicos, tanto a Isla Venado como al distrito de Lepanto en general. Para esto nos dirigimos a un segmento de población mayor de edad que se encuentre desempleado, esto con el fin de incentivar la conclusión de los estudios básicos.

Se busca además el fortalecimiento del turismo rural en la isla para generar estos ingresos; también, capacitar en temas importantes para el desarrollo económico de esta, involucrando a la población a trabajar mediante redes y de una manera solidaria, ayudándose el uno con el otro.

GRUPOS DE INTERÉS

El primer grupo de interés son los socios, donde existen dos grupos. Las personas con un emprendimiento y las personas con una idea que desean desarrollar. Para los primeros se les ofrece el espacio de asociado, donde existe un lugar para publicitar y vender bienes o servicios según sea el caso. Para los segundos clientes, existe un espacio de capacitación e información, donde se les brindará un acompañamiento para desarrollar la idea.

El siguiente sector son los usuarios, personas entre 31 y 40 años con acceso a nuevas tecnologías y gusto por adquirir bienes y servicios por medios digitales. Esto a partir de una consulta telefónica a 250 abonados. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 3 —



EL SALVADOR

APRENDI

Nuevas Formas de
Aprendizaje

23

CAPÍTULO

AUTORES:

Alcira Patricia Monroy Arévalo,
Irvin Gerardo Cornejo Argueta,
Gabriela María Cerén Gómez,
André Vidal Espinoza Merina,
José Miguel Cuellar López

Universidad de El Salvador

RESUMEN DEL PROYECTO

El diseño de una plataforma virtual de uso educativo no formal e informal, la cual esté basada en principios de la economía social y solidaria, incluyendo herramientas de LMS (Learning Management System) y de comunicación, como sistema de mensajería instantánea, envío de archivos, notificaciones, foros, chat, tutorías en línea, videollamadas... abriendo así el aprendizaje hacia temáticas específicas, que colaboren en el desarrollo de las habilidades blandas y duras, aportando tanto profesional como personal de los usuarios, a través de tutores que proporcionarán sus conocimientos de manera voluntaria.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Entre las necesidades identificadas se han tomado en cuenta las estadísticas relacionadas a la educación formal y los sectores ocupacionales (formal e informal) en El Salvador. Según estadísticas del Ministerio de Educación, el nivel de escolarización en El Salvador es de 56%, quedando así 44% sin niveles escolares, mientras que las personas que desertan de sus estudios son alrededor del 10%, debido a distintos factores propios de una realidad en un país en vías de desarrollo. Cabe mencionar que muchas veces no se tienen los recursos necesarios para tomar una educación de primera calidad (formal) y ante dichas dificultades no existen un apoyo directo para que a través de una educación no formal e informal que muchas veces son más fáciles de impartir, ayuden a las distintas personas que desertaron de los estudios y se encuentran en un sector informal puedan obtener conocimientos, que si bien no son formales, pero les ayuden en su diario vivir y/o experiencias profesionales y laborales. Debido a lo comentado anteriormente, la plataforma está dirigida a la formación de habilidades duras y blandas, tanto para quienes no han optado por una formación académica, como para aquellos que desean reforzar sus estudios formales o ampliar habilidades en otros campos.

Por otro lado, los avances tecnológicos brindan herramientas que apoyan de distintas maneras la forma en cómo se brinda el aprendizaje formal, informal y no formal, y teniendo presentes las necesidades de personas que por razones variadas se les dificulta el acceso a formas presenciales de educación, la plataforma virtual pretende una forma para maximizar el alcance de las personas salvadoreñas a estos métodos de aprendizaje más democráticos, que buscan la motivación hacia el aprendizaje para el desarrollo en distintas temáticas. Cabe destacar plataformas educativas como "coursera" y "EDX", que han tenido un buen crecimiento en los últimos años.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Principalmente, se reconoce el elemento diferenciador en la integración del fortalecimiento del área educativa, como lo es la educación no formal y formal, con todos los principios de economía

social y solidaria y economía colaborativa (ESS y EC), ya que es un tema en auge, se puede reconocer que al ser integrado en un aspecto tan importante para el ser humano (la educación), puede resultar muy beneficioso en lo económico, social, educativo, en el desarrollo tanto humano como de un país que está en vías de desarrollo.

Este modelo, al ser un proyecto fundamentado en la economía social, solidaria y colaborativa, se ha tomado a bien que la participación de los usuarios tutores surja de manera voluntaria, ya que es una web gratuita y de acceso público. A raíz de los conocimientos adquiridos en el marco de la Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social en Centroamérica, se ha agregado una forma de recompensa para los usuarios tutores, bajo el uso de monedero electrónico, que permite crear una moneda virtual para el uso interno entre la red de socios o emprendedores para que fomente el crecimiento interno de ellos. Esta idea de implementar el monedero electrónico ayuda mucho en la economía circular, ya que por brindar servicios sociales en la plataforma, se puede implementar una moneda que ayude a dar más realce a todos los pequeños emprendimientos, desarrollando así un sistema económico que apoye la economía interna y desarrollo del país.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- Habilidades de ingeniería, lo que contribuyen a un pensamiento sistemático para resolver los problemas de la sociedad actual.
- Conocimientos de economía social y solidaria, para implementar tecnología que está relacionada en esta temática.
- Capacidad analítica y crítica como grupo, lo cual facilitará el desarrollo del diseño del emprendimiento.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo de trabajo que desarrollará la iniciativa APRENOVI está compuesto por:

- ▶ **Gabriela María Cerén Gómez**, 24 años, estudiante egresada de la carrera Ingeniería Industrial, en Universidad de El Salvador.
- ▶ **Irvin Gerardo Cornejo Argueta**, 23 años, estudiante egresado de la carrera Ingeniería Industrial, en Universidad de El Salvador.
- ▶ **José Miguel Cuéllar López**, 25 años, estudiante egresado de la carrera Ingeniería Industrial, en Universidad de El Salvador.
- ▶ **Alcira Patricia Monroy Arévalo**, 25 años, estudiante egresado de la carrera Ingeniería Industrial, en Universidad de El Salvador.

- ▶ **André Vidal Espinoza Merino**, 25 años, estudiante egresado de la carrera Ingeniería Industrial, en Universidad de El Salvador.

Creemos que la esencia como grupo que nos caracteriza es un clima de cooperación, poseemos metas comunes, las cuales nos facilitan la visualización y la sinergia de trabajo cuando se discute acerca de una temática, en las cuales se necesita del aporte de todos; además, la comunicación es abierta y se respetan las opiniones de cada uno. Consideramos que nuestras diferencias como personas nos fortalecen como grupo, pues los distintos puntos de vista que poseemos aportan para lograr un trabajo más robusto. Como futuros ingenieros industriales, poner en práctica las herramientas que forman parte de esta economía permite estar actualizados y familiarizados con las nuevas tecnologías que van surgiendo desde un enfoque solidario y colaborativo para aplicarlo al rubro educativo no formal e informal en El Salvador. Por lo tanto, las razones por las que se optó por este proyecto son:

- En el marco de la ingeniería industrial, es de suma importancia que se conozcan nuevos modelos de organización de la producción, en el sentido que, la corriente de la economía social caracteriza de una manera diferente los sistemas económicos.
- Al tratarse de un proyecto de acceso público y sin fines de lucro, representa un reto en el que se debe aplicar las técnicas de ingeniería en conjunto a los principios de la economía social, solidaria y colaborativa, para proponer un sistema rentable, minimizando el riesgo de insostenibilidad al implementarse en el largo plazo y garantizando el beneficio social de sus usuarios.
- El conocimiento de nuevas tecnologías es crucial como propulsor del desarrollo para las sociedades, tomando en cuenta la diversidad y el cambio constante en los modelos económicos. Aprovechando los avances tecnológicos, servicios de Internet y todo aquello que combine las comunicaciones, la energía y logística, es posible generar un “valor de intercambio” en el mercado, buscando el beneficio no solo individual, sino que también solidario.
- Tomando en cuenta lo expuesto sobre el beneficio que tiene la carrera de ingeniería industrial y de cómo se puede trabajar de la mano con nuevas corrientes económicas que vienen a reemplazar la actual, se destaca la necesidad de reforzar ámbitos sociales de vital importancia para el país, siguiendo los principios de la economía social, solidaria y colaborativa se propone el diseño de un sistema de educación de aprendizaje no formal e informal de acceso público, basado en una plataforma web interactiva.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

El proyecto surge ante la identificación de que actualmente la educación formal en el país no cubre la necesidad de formación de habilidades duras y blandas de la población salvadoreña que,

por distintas razones, no han optado por una formación académica; por ello se considera importante destacar que, de acuerdo con la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 4.551.723 personas declararon no asistir a la escuela en 2018; en términos relativos representa 73,0% del total del segmento poblacional de 4 años y más.

Tomando en cuenta que las tasas de inasistencia aumentan significativamente en el rango de edad de 19 años en adelante (alcanzando una tasa de 94,4%), es decir después de finalizar los estudios de bachillerato. La plataforma web de enseñanza no formal e informal propuesta viene a ser una alternativa de formación de habilidades para quienes desertan los estudios académicos por distintas circunstancias, que en muchas ocasiones están relacionadas con las realidades sociales y económicas que se viven en el país.

Entre los principales motivos en el caso de los hombres, están asociados con “necesita trabajar” (52,3%), “por la edad” (16,6%), “no le interesa” (15,7%) y “muy caro” (8,7%). En el caso de las mujeres, las razones están relacionadas con “necesita trabajar” (24,0%), “por la edad” (19,1%), “no le interesa” (18,6%) y “trabajo doméstico y cuidado” (15,9%).

Además, se ha identificado que el porcentaje de la población en El Salvador que se encuentran dentro del sector informal ocupacional es de 42,49%. Para este segmento la plataforma ofrece el desarrollo de habilidades y la oportunidad de adquirir conocimientos para su desenvolvimiento; esto no quiere decir que la plataforma está cerrada para quienes se encuentran en el sector formal ni para quienes han completado o se encuentran cursando una educación académica y deseen o necesiten desarrollar otros tipos de habilidades que no han sido abordadas dentro de un plan de estudio formal, ya que se trata de un proyecto de acceso público, donde el requisito primordial es la motivación e interés por aprender.

Esta plataforma web gratuita ofrece un nuevo modelo de enseñanza para El Salvador; si bien es cierto, en la actualidad existen una serie de programas y proyectos sociales que apoyan el desarrollo de ciertos sectores del país, hasta la fecha no se encuentra una plataforma regida bajo los tipos de enseñanza no formal e informal y que además sea gratuita. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

CONÉCTAME

24

CAPÍTULO

AUTORES:

Juan Manuel Ayala Abarca,
Jacqueline Minerva Caballero Beltrán,
Omar Alejandro Domínguez Carballo,
Néstor Enrique Romero Hernández,
Julio Alberto García Hernández

Universidad de El Salvador

RESUMEN DEL PROYECTO

Diseñar una plataforma digital integral, en la cual la actividad principal sea conectar a los diferentes tipos de emprendedores locales entre sí, con el objetivo de generar un impulso para aquellos que no cuentan con el suficiente apoyo y los medios necesarios para lograr un crecimiento óptimo, que les permita desempeñarse como negocios sostenibles y, a la vez, lograr que estos puedan llegar a más clientes a través de los medios digitales. Estas conexiones buscan apoyar a los emprendedores para que puedan generar contactos entre sí y que comercialicen sus productos, tanto si son materias primas como servicios o productos finales. Esto tendría un impacto positivo en el crecimiento y desarrollo de sus negocios.

Cabe destacar que, al hablar de emprendedores, se pueden mencionar diversos tipos de estos; no obstante, para el proyecto de iniciativa social en cuestión, se toman en cuenta dos clasificaciones específicas con sus respectivos tipos de emprendedores, estas categorías son:

- Emprendedores clasificados según su experiencia y
- Emprendedores clasificados según su actividad.

Según su experiencia, los emprendedores se dividen en informales, mixtos o término medio, y formales. Mientras que, según su actividad, los emprendedores se dividen en comerciales, de servicios, profesionales, sociales, tecnológicos, productores y especialistas (Chen, 2012).

Además de generar conexiones entre emprendedores, la plataforma busca ser un espacio que promueva la inclusión económica a través de promoción de programas de educación no formal, como lo son los cursos de aprendizaje en temas como el comercio justo y el uso de herramientas tecnológicas esenciales para una mejor gestión de un negocio, como lo puede ser el programa Microsoft Excel, entre otros. De esta manera se busca reducir la brecha del conocimiento en áreas fundamentales de la economía y los negocios, permitiéndoles a los emprendedores integrarse de una mejor manera al mercado y conocer sus oportunidades.

Del mismo modo, se pretende generar un impulso comercial para aquellos emprendedores que se dirigen al consumidor final, gracias a la opción de tienda virtual dentro de la plataforma, a la cual las personas podrán acceder y ver los catálogos de productos que ponen a disposición los emprendedores.

La iniciativa se realizará bajo un enfoque no lucrativo, con la visión de recibir apoyo en materia de financiación y acceso a la información por parte de entidades gubernamentales que promueven el desarrollo de iniciativas innovadoras, así como la inversión por parte de empresas interesadas en contar con una red de contactos que les permitan crecer dentro del mercado; de igual forma, pretende obtener el apoyo de entidades nacionales e internacionales que promueven el desarrollo

de emprendimientos de carácter social y solidario, como lo son el Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO) en El Salvador y el Fondo Multilateral de Inversiones del grupo BID. “De este modo, en esas alianzas estratégicas se busca complementar las identidades y las capacidades de cada uno de los actores, para lograr mejores resultados en materia de inclusión” (Ulloa, 2007, p. 41).

Todas estas fuentes de ingresos se plantean con el objetivo de financiar el desarrollo e implementación de la plataforma, así como para mantener el correcto funcionamiento de esta y solventar los costos que conlleve garantizar su buen desempeño; de igual manera, financiarán las futuras propuestas de mejora a la calidad del servicio que se ofrecerá, buscando beneficiar a quienes lo necesitan con dinámicas integradoras, de educación no formal y económicas.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Cotidianamente, en El Salvador se hacen presentes los retos y desafíos que viven las micro, pequeñas y medianas empresas (MyPime), al igual que los emprendedores que, debido a la carencia o ausencia de apoyo real y adecuado por medio de iniciativas, programas de cooperación o de políticas públicas en favor de estos, se encuentran con un escenario cada vez más complicado debido a las escasas condiciones que estimulen su crecimiento, fomenten el desarrollo del comercio y consumo locales. Asimismo, se observa la limitante de recursos económicos, lo cual suele ser un obstáculo para estos sectores en el desarrollo de estrategias adecuadas para dar a conocer sus productos al mercado y la imposibilidad de invertir en la promoción de estos. De la misma manera, se denota la incapacidad de digitalizar su negocio para llegar a más consumidores, a través de estos medios esenciales en la actualidad, debido en gran magnitud a la desigualdad digital. Norris (como se citó en Rivoir y Morales, 2019) menciona que esta desigualdad digital se concibió, inicialmente, basada en las desigualdades en el acceso, la infraestructura y la conectividad.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

La inclusión económica. A diferencia de plataformas de conexión entre negocios que actualmente se encuentran en el mercado, basadas en una filosofía no excluyente con respecto a la participación de diversos actores comerciales que muchas veces carecen de la capacidad para sostener un perfil adecuado ante las nuevas tecnologías por diversas situaciones, la plataforma “Conéctame” va más allá de ser únicamente un espacio para hacer contactos no excluyente, adoptando una filosofía de inclusión económica que busca integrar a los diferentes emprendedores de la economía salvadoreña, a través de programas de educación no formal que les brinde los conocimientos necesarios para aprovechar las oportunidades y alcanzar un crecimiento y desarrollo real y significativo. Esta inclusión económica también hace referencia al impulso comercial que la plataforma ofrece a los negocios, haciendo llegar la marca y productos del emprendedor al segmento de consumidores más adecuado, a través de la función de tienda virtual, la cual generará un impacto positivo en el consumo de productos locales.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Experiencia laboral en negocios, finanzas y mercadeo digital. Todo equipo emprendedor que busque generar un impacto significativo en la sociedad y desee hacer crecer una idea de negocio de carácter no lucrativo tiene que conocer sus fortalezas para, de esta manera, saber aprovechar las oportunidades que se le presentan. Entre las fortalezas del equipo emprendedor de la presente iniciativa de economía social, se encuentran las siguientes:

- Experiencia laboral en negocios, finanzas y mercadeo digital.
- Conocimientos adicionales en áreas de tecnología e innovación, como lo son diseño gráfico, publicidad, mercadeo digital, análisis de datos e idiomas.
- Experiencia en actividades de carácter social y solidario gracias a la participación en proyectos de carácter ambientalista y otros con enfoque solidario en beneficio de comunidades vulnerables.
- Facilidad de aprendizaje y adaptabilidad, con la capacidad de transformar los conocimientos en propuestas y soluciones integrales de impacto social positivo.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

► Omar Domínguez

¡Hola a todos y todas! Mi nombre es Omar Alejandro Domínguez Carballo, soy estudiante de la Licenciatura en Mercadeo Internacional, de la Universidad de El Salvador. Me defino como alguien a quien le gusta complementar sus estudios de educación superior con el aprendizaje basado en cursos formativos en temas como el mercadeo digital, la analítica web y el diseño gráfico. Me considero una persona entregada a sus proyectos, con una visión clara de sus objetivos y con el interés de crear un lugar en donde todas las personas tengan las mismas oportunidades de crecer y alcanzar sus metas, y así poder colaborar con la reducción de la brecha del conocimiento y aportar al crecimiento de la economía nacional. Mi interés por participar en un proyecto de emprendimiento social nace en mis valores morales y en mi deseo de ser parte de un cambio significativo en el desarrollo de una sociedad más justa y solidaria, y gracias al proyecto INICIA tengo la oportunidad de poder aportar a la sociedad a través de la aplicación de los conocimientos que brindan.

► Manuel Ayala

Un saludo cordial. Mi nombre es Juan Manuel Ayala Abarca, tengo 25 años y actualmente soy estudiante egresado de la carrera de Licenciatura en Mercadeo Internacional, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Me considero una persona responsable, dinámica, proactiva y siempre dispuesta a nuevos retos; anteriormente me he

desempeñado como asistente en la gerencia de mercadeo y publicidad del Banco Cooperativo BANCOVI, donde aprendí mucho acerca de los valores cooperativos. Como estudiante de Mercadeo Internacional, siempre han llamado mi interés los proyectos emprendedores y mi deseo es poder servir a mi país con ideas innovadoras que sean generadoras de bienestar económico y social para las personas y en este caso el hecho de poder diseñar una plataforma digital basada en el modelo económico social, solidario que sirva para el desarrollo del comercio local en mi país es algo que me motiva y me anima a esforzarme para conseguirlo.

► **Minerva Caballero**

¡Hola! Mi nombre es Jacqueline Minerva Caballero Beltrán, soy estudiante de la Licenciatura en Mercadeo Internacional, carrera que he complementado con algunos cursos de mercadeo digital e inglés, puesto que mi objetivo es especializarme en el área digital y trabajar con un mercado global, siendo no solo parte de una organización, sino más bien la fundadora de diversas iniciativas, que vayan encaminadas a suplir necesidades humanas dentro de un desarrollo sostenible, con valores como la empatía, solidaridad, justicia y altruismo. Es por lo que, en la búsqueda de un inicio en tan ambiciosa empresa, ha surgido de forma muy conveniente la posibilidad de desarrollar una plataforma que cumple con todas las características para ser parte de lo que conocemos como: economía social y solidaria.

► **Enrique Romero**

Mi nombre es Néstor Enrique Romero Hernández, soy estudiante egresado de la Licenciatura en Mercadeo Internacional, en la Universidad de El Salvador. Soy una persona que le gusta el constante aprendizaje en diferentes áreas, cuento con formación en mercadeo digital, oratoria, idioma inglés, neuromercadeo, entre otros. Además, me gusta participar en proyectos que beneficien a personas necesitadas; me apasiona la enseñanza, considero que todos podemos aportar a la educación y contribuir a formar mejores profesionales. Agradezco la oportunidad de participar en el proyecto INICIA, proyecto que promete mucho en la formación personal de cada uno de los participantes, para poder aplicar todos los conocimientos adquiridos en el desarrollo e implementación de iniciativas con base en las economías sociales y solidarias que beneficien y contribuyan al desarrollo de mi querido El Salvador y países de la región.

► **Julio García**

Mi nombre es Julio García. Soy licenciado en Mercadeo Internacional, de la Universidad de El Salvador, donde actualmente me desempeño como docente de dicha carrera. Durante mis estudios de grado, tuve la oportunidad de beneficiarme con una beca de Erasmus Mundus para realizar una movilidad a la Universidad del País Vasco y posteriormente beneficiado con el mismo programa para estudios de máster en Comercio Exterior, de la Universidad de Valladolid. Mi experiencia radica en servicio al cliente, ventas, comercio exterior, comercio

justo y, por supuesto, la enseñanza; esta última labor, desempeñada desde mis estudios como auxiliar de cátedra. Con mis habilidades, experiencia y destreza espero contribuir con el equipo en todo lo necesario para realizar un proyecto de calidad.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

► **Altos costos de transacción:**

Estos costos de transacción se refieren a los costos relacionados con el acceso al crédito, el acceso a la tecnología y el acceso a nuevos mercados y negocios, siendo este último aspecto en el que se enfocaría la plataforma, al ser un espacio para hacer contactos, tanto entre empresas (B2B5), como directamente con el consumidor final (B2C6). Los canales en línea son cada vez más sofisticados, pero la competencia es enorme y hay que invertir tiempo y recursos para ganar visibilidad. Sin embargo, el objetivo de “Conéctame” es proporcionar acceso a una gran base de clientes y facilitar la gestión del pago a todas las MiPyME que la integren, sin agregar costos por márgenes a los emprendedores.

► **Carencia de espacios que fomenten el desarrollo de comercio equitativo:**

Unos de los escenarios que viven día tras día los emprendedores es la marginación de los precios hacia sus productos, donde los supermercados o grandes empresas suelen realizar tratos inicuos hacia ellos, quedándose así con el mayor porcentaje de ganancia y cuota de mercado. Por ello, uno de los objetivos de la plataforma “Conéctame” es brindar un espacio de condiciones justas y equitativas para poder incentivar el desarrollo del comercio local, proporcionando mejores oportunidades para la comercialización de sus productos. De esta manera se estaría beneficiando a más de 317.795 iniciativas de negocios comprendidas entre micro y pequeñas empresas “(...) de las cuales, 30% se sitúa en San Salvador (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa [CONAMYPE], 2018).

► **Limitaciones en la adquisición de insumos o elementos básicos de producción:**

Otro de los desafíos que se hace presente para los emprendedores es la falta de insumos, herramientas, materias primas y demás materiales que necesitan para mejorar su producción y calidad en sus productos. Por ello, en la plataforma “Conéctame” se brindará un espacio para que todos ellos puedan disponer de la diversidad de productos y servicios que los otros emprendedores ofrecen, beneficiando así su actividad comercial y productiva, a la vez que se crean sinergias que fomenten el crecimiento y desarrollo local con base en el modelo económico social y solidario.

GRUPOS DE INTERÉS

- Personas usuarias (destinatarios(as) del proyecto). Diferencia entre usuarios y clientes y dentro de la plataforma digital.

Usuarios:

Todos aquellos emprendedores que se registran en la plataforma para poder optar por todos los beneficios que esta ofrece, con el objetivo de obtener un crecimiento y desarrollo económico y social. El perfil de emprendedor al cual se dirige la iniciativa es aquel que se encuentra dentro del territorio salvadoreño que cuenta con un negocio que se puede identificar con alguna de las clasificaciones que utiliza la plataforma para organizarlos. Estas clasificaciones pretenden abarcar la gran mayoría de emprendedores, sin distinción alguna por el tipo de actividad que desempeñen, ya sea social, comercial, entre otras.

Clientes:

Todas aquellas personas que se registran en la plataforma con el único objetivo de tener acceso y hacer uso exclusivamente de la función “Tienda Virtual”, para adquirir los productos y servicios que los usuarios ponen a su disposición. El perfil del cliente dentro de la plataforma abarca a todas las personas mayores de 18 años, sin distinción de género, que cuentan con la capacidad de comprar artículos en línea; no se hace ningún tipo de discriminación o distinción con respecto a otros aspectos, más allá de que estos se encuentren dentro del territorio salvadoreño.

Clasificaciones de emprendedores:

Se vuelve necesario establecer clasificaciones para organizar de la mejor manera a los distintos tipos de emprendedores dentro de la plataforma.

Clasificación 1: Emprendedores por experiencia.

Acá se determina el nivel de experiencia que tiene cada emprendedor, de acuerdo con el tiempo que lleva desarrollando su idea de negocio; asimismo, se toma en cuenta si el negocio está registrado formalmente, si es un emprendimiento nuevo no registrado o si es un emprendimiento plenamente informal; esta clasificación solo será visible para los administradores de la plataforma. Estos pueden ser: Informales, Intermedio, o Formales.

Clasificación 2: Emprendedores por actividad.

Esta clasificación hace posible organizar a los diversos emprendedores según la actividad comercial que realizan, lo que permite a la plataforma facilitar la labor de búsqueda de los diversos usuarios para ofrecer una mejor experiencia digital; esta clasificación será visible para todos los usuarios,

clientes, colaboradores y administradores de la plataforma y pueden ser: Comerciales, De servicios, Profesionales, Sociales, Tecnológicos y/o Productores.

Colaboradores

Los colaboradores, en el marco de la iniciativa “Conéctame”, son todas aquellas personas u organizaciones que prestan un servicio directo a la plataforma para que esta continúe brindando sus servicios de manera efectiva y eficiente. Pueden ser colaboradores aquellos que brinden financiamiento; que por convenio su producto o servicio sea de utilidad directa para la plataforma; que por voluntad propia participen como apoyo en la organización de eventos, talleres, y demás actividades que fomente la iniciativa; o que por sus aptitudes profesionales desempeñen un papel indispensable dentro de la iniciativa (por ejemplo, administradores de la plataforma digital, entre otros).

Conéctame pretende crear alianzas con el Gobierno e instituciones sin fines de lucro interesadas en el desarrollo de la plataforma, lo cual beneficiará al comercio justo en El Salvador.

Todos los colaboradores deberán compartir la misma visión social, solidaria y colaborativa que la iniciativa “Conéctame” tiene, en pro de facilitar la comprensión de los objetivos y metas que se propongan a medida que el proyecto crece. ■

■ *Volver a la Tabla de Contenidos*

Mi Viaje (MIVI)

25

CAPÍTULO

AUTORES:

Jimena Stephanie Chacón Álvarez,
Raúl Eduardo Durán Sánchez,
Andrea Astrid Flores Gutiérrez,
Alejandra Abigail Girón Cerón,
Fátima Esmeralda Lazo Barahona

Universidad de El Salvador

RESUMEN DEL PROYECTO

La idea consiste en diseñar una plataforma de *vehículo compartido* llamada Mi Viaje, o en sus siglas MIVI, como alternativa al sistema de transporte existente, con el fin de reducir la congestión vehicular, contaminación ambiental y socializar los costos de traslado, permitiendo a los usuarios viajar de forma económica y segura, promoviendo valores de ESS y EC, en la colonia Las Arboledas, municipio de Colón, departamento de La Libertad.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

El proyecto tiene como eje principal la reducción del congestionamiento vehicular en las principales arterias viales de Lourdes Colón, departamento de La Libertad, propiciando la opción de viaje compartido ("*carpooling*") y favoreciendo la socialización de costos del traslado, además de lograr una reducción de los efectos generados por el sistema de transporte tradicional acortando los tiempos de desplazamiento.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

La iniciativa es una idea de transporte nueva en El Salvador que se desarrolla dentro de un sistema colaborativo; es decir, los oferentes del servicio dejan de lado la generación de utilidades, por lo que dicha modalidad podría impactar en la relación costo/comodidad del transporte público. El *viaje compartido* cuenta con un siglo de existencia y su característica diferenciadora representa un elemento innovador ante las diferentes modalidades de transporte que operan en El Salvador.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Cada uno de los integrantes es valioso, existe un buen ambiente en el cual se fomenta la motivación, la participación y sentimiento de pertenencia. Las principales fortalezas que posee el equipo son: proactividad, comunicación abierta, liderazgo estimulante, creatividad, reconocimiento mutuo y resolución de conflictos

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo emprendedor está conformado por cinco personas, quienes a lo largo de la formación profesional han demostrado actitud emprendedora, brindando su máximo esfuerzo para el logro de metas, con pensamiento positivo, conscientes de la existencia de dificultades y probablemente desacuerdos, pero ante los problemas siempre prevalece el apoyo mutuo y procurar superar todos

los obstáculos. Cada uno de los integrantes posee rasgos individuales, pero con un estilo de trabajo común para conseguir armonía. A continuación, se presenta una breve biografía de cada miembro:

▶ **Jimena Chacón**

Egresada de Mercadeo Internacional, Universidad de El Salvador. Nací en la ciudad de San Salvador el 29 de febrero de 1996. Me encuentro realizando mi trabajo de graduación y una especialización en Economía Social, Solidaria y Colaborativa gracias al programa Erasmus+ de la Unión Europea. Me considero una persona fuerte, creativa, alegre, muy solidaria, que siempre busca cada día ser mejor, tengo muchas metas por cumplir y anhelo ser una buena profesional.

▶ **Raúl Durán**

Egresado de Mercadeo Internacional, Universidad de El Salvador. Soy una persona entusiasta, visionaria, analítica y autodidacta, creo que cada día es un regalo que debe tomarse como viene, que los problemas y dificultades no son más que esos pequeños pasos que nos acercan al futuro que deseamos y, aunque soy visionario, mantengo los pies sobre la tierra, tomo decisiones racionalizadas, teniendo claro los objetivos y metas.

▶ **Andrea Flores**

Egresada de Mercadeo Internacional, Universidad de El Salvador. Nací en San Salvador el 17 de julio de 1994; me considero una persona con fuertes valores morales, autodidacta, con un alto compromiso con las actividades académicas, analítica y proactiva. Actualmente estoy realizando mi trabajo de graduación y tengo el honor de participar en la Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social en Centroamérica.

▶ **Alejandra Girón**

Egresada de Mercadeo Internacional, Universidad de El Salvador. Nací en San Salvador, tengo 23 años, me encuentro realizando mi trabajo de graduación y una especialización en Economía Social, Solidaria y Colaborativa, gracias al programa de Erasmus+ de la Unión Europea. Cuento con experiencia en ventas y atención al cliente; mis fortalezas son: actitud positiva y de servicio, un alto espíritu de compromiso y talante, proactiva, con capacidad de resolución de conflictos y toma de decisiones.

▶ **Fátima Lazo**

Egresada de Mercadeo Internacional, Universidad de El Salvador. Tengo 23 años, cuento con experiencia en diseño y mercadeo digital. Me encuentro en proceso de graduación y participo en la especialización en Gestión de Iniciativas Sociales y Economía Colaborativa, gracias a la oportunidad que Erasmus+ junto a INICIA me han brindado y conocer acerca

de las economías emergentes. Tengo grandes expectativas del proyecto porque me permitirá aportar a mi país.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

El crecimiento urbanístico desproporcionado presente en las ciudades salvadoreñas comenzó hace más de 40 años, cuando las tendencias arquitectónicas se inclinaron por las edificaciones vanguardistas, apostando por viviendas en zonas más alejadas de la capital, con amplios espacios y zonas verdes (Barraza, 2017). Gracias al desarrollo a pasos agigantados de la mancha urbanística y al aumento desmedido del parque vehicular, se propicia el congestionamiento de las arterias viales.

El congestionamiento vehicular es un desafío a nivel mundial y ejerce una creciente presión en las vías públicas (Bull, 2003). Esta situación repercute en la salud física y mental de las personas, el ruido y contaminación del aire que se deriva aumenta el riesgo de contraer enfermedades respiratorias, cardiovasculares y afectaciones en el sistema nervioso central, lo cual impacta negativamente en la población trabajadora y estudiantil, disminuyendo considerablemente la calidad de producción presente y futura.

En El Salvador circulan aproximadamente 1.297.698 vehículos, según el padrón vehicular del Viceministerio de Transporte (2020). En 2015, más del 80% de los ciudadanos utilizaba el transporte público como su principal medio de traslado este sistema se encuentra sumamente deteriorado, aproximadamente 10% de las unidades en circulación posee un año de vida útil, mientras que 70% menos de 10 años (Mendoza, 2019).

Un estudio realizado por Chávez, Molina y Cisneros (2018) afirma que 79% de la población capitalina se encuentra insatisfecha con la congestión vehicular que se produce en el municipio; al mismo tiempo, 60% desaprueba las condiciones de las calles, 78% rechaza la calidad percibida del aire y 53% considera actualmente que trasladarse hacia sus destinos les toma más tiempo que en años anteriores.

Por consiguiente, el reto del Gobierno e instituciones es identificar alternativas que aborden el crecimiento del parque vehicular, alivien el sobrecargo en el servicio de transporte público y disminuyan el congestionamiento.

GRUPOS DE INTERÉS

Usuarios

Dentro de este enfoque, existen dos sujetos claramente identificados: conductores, aquellos quienes ponen a disposición su vehículo, determinan el trayecto y están interesados en socializar los

costos de traslado; por otro lado, pasajeros, aquellos que necesitan desplazarse en un trayecto similar al del conductor y desea ahorrar parte de los costos que tendría al utilizar el transporte tradicional. Las edades para ambos se encuentran en los 18 en adelante, su ocupación es indiferente al igual que su género.

El área de actuación se enmarca en Colonia Las Arboledas, ubicada en el municipio de Colón, kilómetro 24,5 carretera a Santa Ana, departamento de La Libertad. Limita con el residencial Bosques de Lourdes y Jacarandas, su extensión alcanza los 764.823,78 metros cuadrados, se subdivide en clústeres y cuenta con más de 350 viviendas. (Oliva, Zeledóny Hernández, 2010)

Resumen psicográfico: Este segmento asocia el servicio con la cooperación, siente presión por cuidar el medio ambiente, desea viajar seguros y cómodos por un bajo costo. Son personas empáticas, sociables, altruistas, afables, con preocupación por la comunidad, en una relación cliente-proveedor basada en la confianza, calidad y profesionalismo, satisfaciéndolas a demanda, disposición, flexibilidad; gestionando transporte seguro, cómodo y económico. Aportando servicios personalizados de alto valor, precios acordes con el servicio aportado, sistema de seguridad de datos, verificación de cada persona que usa la plataforma y protección de información personal de usuarios para asegurar un viaje cómodo y seguro.

En el futuro, se prevé trabajar en otras comunidades que sufren los efectos de la carga vehicular en El Salvador y que deseen replicar el modelo propuesto de MIVI.

Personas

Posibles trabajadores que intervengan de forma activa en la gestión de la aplicación y página web, garantizando un servicio de calidad.

Se considera trabajar con personas de otros equipos en el futuro. Haciendo referencia a: profesionales independientes, equipos de colaboradores, equipos creados mediante el trabajo por alianzas, entre otras.

Se desean mantener relaciones basadas en la confianza, respetuosas, democráticas y cercanas, satisfechas con horarios flexibles, gestión horizontal, autogestión de los equipos de trabajo, fomento de la participación y cultivo de un buen marco de relaciones personales cordiales y de cooperación, aportando trabajo en equipo, complementariedad, toma de decisiones soportada por el grupo, capacidad de trabajo y responsabilidad profesional, valoración del desempeño y análisis del clima organizacional.

Competidores

Taxi, transporte público, conductores de plataformas de transporte. MIVI soslaya la relación con los competidores, dado que trasciende la búsqueda de ingresos por parte de los conductores y se

enfoca en el ahorro de gastos, por lo que se evita afectar los modos de transporte presentes al ser únicamente la disminución de la sobresaturación de estos.

Alianzas y redes

Directivas de los residenciales en la colonia Las Arboledas, Lourdes Colón. En el futuro, se espera trabajar con organizaciones ambientalistas y sin fines de lucro, asimismo con empresas de seguros, talleres, gasolineras, entre otras, que pueden ofrecer promociones a menor costo para los usuarios conductores de MIVI.

Se pretende mantener relaciones respetuosas, continuas, de confianza, basadas en la cooperación, satisfechas con trabajo, usuarios y proveedores, aportando cooperación, compañerismo, respeto a las personas y el medio ambiente.

Sociedad en general: ciudadanía

Se anhela satisfacer la relación aliviando la carga vehicular. Creemos firmemente en la importancia de la comunidad para solucionar problemas, aportando organización, sistematización, trabajo, entre otros, y en la visión cooperativa de transporte, transformadora de cultura vial transparente, mediante el modelo y filosofía de MIVI para ser replicada en todo El Salvador. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Tu Ruta SV
red de contactos para turismo

26
CAPÍTULO

AUTORES:

Karen Rosaura Serrano Alvarenga,
Jonathan José López García,
José David López Zúñiga,
Elizabeth Guadalupe Pérez Herrera,
Luis Enrique Pérez Sibrián

Universidad de El Salvador

RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto consiste en el desarrollo de un modelo de negocio basado en la economía social, solidaria y economía colaborativa que contribuya a la reducción del déficit habitacional de El Salvador mediante la bioconstrucción, diseño y comercialización de colonias ecológicas, que incluye una plaza comercial con iniciativas emprendedoras salvadoreñas que compartan los principios de la ESS y EC. El propósito principal del proyecto es la disminución del déficit habitacional, el cual según estudios del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADCS) del INCAE Business School (2018), el déficit habitacional de El Salvador asciende a 245.369 hogares, correspondiente a un déficit cuantitativo (carencia de viviendas) y 1,1 millones de hogares correspondiente a un déficit cualitativo (carencia de condiciones óptimas para una buena calidad de vida). Estas cifras son alarmantes considerando la extensión territorial del país y su gran densidad demográfica (315,72 hab/km²), lo que genera condiciones de hacinamiento, pobreza multidimensional, migración, generación excesiva de basura entre otros problemas desarrollados por las malas costumbres y falta de educación por parte de las personas, quienes, al vivir en condiciones inadecuadas, desarrollan una cultura poco consciente de su entorno.

Estas condiciones de déficit habitacional son causadas principalmente por la falta de carácter social de las empresas constructoras de centros habitacionales, quienes no consideran la capacidad adquisitiva de los ciudadanos salvadoreños, conociendo que el índice de desempleo en El Salvador es del 6,35% y que el salario mínimo no cubre ni siquiera el costo de dos canastas básicas alimentarias, según la encuesta EHPM del año 2018, lo que disminuye la posibilidad de la población para adquirir ayuda financiera por ser considerados inversiones de alto riesgo y por lo tanto imposibilita a las personas la compra y/o mantenimiento de una vivienda digna.

El modelo negocio busca resolver estas problemáticas a través del desarrollo de métodos bioconstructivos, como es el superadobe, siendo esta una técnica de construcción ecológica elaborada a partir de tierra, la cual posee cualidades antisísmicas, gran capacidad de inercia térmica y no genera gases de efecto invernadero. Aunado a ello, su innovador diseño estructural en forma de domo disminuye la generación y desperdicios de material constructivo; además, debido a su rápida y económica edificación, las casas se vuelven asequibles para más niveles económicos.

Pero este no es el único elemento diferenciador con respecto a los centros urbanísticos actuales, sino que también las casas serán bioclimáticas, con sistemas de ventilación natural y que se verán provistas de paneles solares y tecnología domótica, lo que permitiría una gestión eficiente la energía y un ahorro hasta de 60% de corriente eléctrica, también tendrán sistemas de recolección de aguas pluviales y reutilización de aguas grises, lo que supondría un ahorro hasta de 80% del agua potable; además la colonia contará con un sistema de reciclaje y un huerto comunitario, lo que promueve una

cultura ambiental, la reducción de residuos urbanos y la seguridad alimentaria, y también se buscará la realización de proyectos ambientales como la reforestación de terrenos.

Por otro lado, la plaza de emprendedores, edificada con los mismos métodos constructivos, cumple dos propósitos: el primero, brindar una oportunidad de desarrollo para emprendedores salvadoreños solidarios reduciendo el desempleo en el país; y segundo, busca generar ecoturismo, donde las personas se sientan atraídas por las estructuras innovadoras del proyecto y así reactivar económicamente una zona micrográfica no urbanizada y con posibilidades de desarrollo, generando sostenibilidad ambiental, económica y social para los habitantes de la colonia; todo basado en principios de ESS y EC, exceptuando el principio de sin fines de lucro; sin embargo, a pesar de que el proyecto no busque la generación de ganancias sí tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas a través de la gestión eficiente de proyectos sostenibles y rentables.

El equipo emprendedor, conformado por cuatro estudiantes egresadas de ingeniería industrial y un ingeniero graduado en la misma carrera y con una maestría en la Formulación, Evaluación y Gestión de Implementación de Proyectos, está altamente capacitado para el desarrollo de un análisis metodológico para la solución de problemas, la planeación de proyectos en términos de objetivos, metas, recursos, costos y tiempo, además del diseño de métodos productivos eficientes que busquen la reducción de tiempos, desperdicios y costos, pero maximizando la calidad y beneficios de los productos para sus consumidores. Además, el equipo es capaz de realizar estudios de mercado, estudios técnicos y estudios económicos, y administrar la gestión e implementación de proyectos de negocio.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ▶ Karen Rosaura Serrano Alvarenga
- ▶ Jonathan José López García
- ▶ José David López Zúñiga
- ▶ Elizabeth Guadalupe Pérez Herrera
- ▶ Luis Enrique Pérez Sibrián

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

El proyecto de “Colonias Ecológicas” es un modelo de negocio innovador en nuestra región Centroamericana, puesto que incorpora principios de la Economía Social, Solidaria y Economía Colaborativa. Su importancia radica en que, a pesar de tener fines lucrativos, logra una sinergia entre

factores sociales, ambientales y económicos. Para sustentar su relevancia, se presenta datos estadísticos y cualitativos de la realidad económica y social actual en el país.

- **Déficit habitacional.** Según estudios del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADCS) del INCAE Business School, El Salvador se ubica en la segunda posición, por debajo de Guatemala, con los índices más altos, los cuales ascienden a 245.369 de hogares correspondiente al déficit cuantitativo y 1,5 millones de hogares al cualitativo. Estas cifras son alarmantes considerando la extensión territorial del país y su gran densidad demográfica (315,72 hab/km²), por lo que, se deben buscar nuevas alternativas para mejorar las condiciones de vida de la población.
- **Pobreza multidimensional.** Según estudios de la DIGESTYC para el 2018, el 28,8% de hogares salvadoreños tiene pobreza multidimensional, equivalente a 537.826 hogares donde residen más de 2,2 millones de personas. Con la iniciativa se busca disminuir estos índices tan desfavorables para la población y la colonia ecológica, además de mejorar la dimensión de vivienda, busca brindar seguridad social, salud y trabajo a través abastecimiento de agua potable y tratamiento de aguas grises, seguridad, impulsar y apoyar emprendimientos, responsabilidad ambiental, entre otros.
- **Deficiente cultura ambiental.** De los problemas ambientales que más afectan a El Salvador es la deforestación. Según datos del Banco Mundial, se tiene 2% de bosques y 36,21% de áreas con arbustos y cultivo; esto último es según datos del MAG. Estas áreas son utilizadas en su mayoría para construir grandes complejos habitacionales; sin embargo, estas viviendas estas dirigidas al sector con alto a mediano poder adquisitivo, incrementando la desigualdad social.

Otro problema ambiental es la crisis hídrica, pues según el MARN, únicamente se cuenta con el 10% de aguas superficiales aptas para potabilizar y el 90% restante están altamente contaminadas. En el proyecto se propone la construcción de una colonia con materiales bajos en contaminación y asequibles económicamente para las mayorías, además de reciclar aguas grises, reforestar, tratamiento de desechos sólidos, etc. Es un proyecto cuyo propósito es crear una cultura de responsabilidad ambiental, convirtiéndose en un modelo de negocio sostenible.

- **Modelo económico actual.** El modelo capitalista es predominante a nivel mundial, este consiste en un sistema de producción de propiedad privada, en la cual se impulsa la libre competencia en el intercambio de bienes y servicios obteniendo los máximos beneficios posibles. El modelo se ve enfrascado en abusos de poder e incremento de la desigualdad. Según datos del Banco Mundial para el 2018, el PIB alcanzó 2,5% y un PIB *per cápita* de \$4.058,00; sin embargo, se registran bajos niveles de crecimiento económico. Al introducir una nueva iniciativa de negocio basada en el modelo económico social,

solidario y colaborativo, su objetivo es lograr la equidad social y económica, impulsando las transacciones productivas con fines sociales y medioambientales, lo que se traduce en un crecimiento económico sostenible.

GRUPOS DE INTERÉS

Personas usuarias:

- Para la colonia ecológica: jefes de hogar entre 20 y 60 años de edad con grupos familiares entre 3 y 8 miembros, con ingresos mínimos mensuales por familia entre \$700,00 y \$1.500,00, y que estén interesados en tener un estilo de vida ecológico, respetando los protocolos que se implementarán dentro de las colonias ecológicas.
- Para la plaza de emprendedores: negocios emprendedores que practiquen y compartan los principios de la ESS y EC y que se sometan a una evaluación para poder ser aceptados.

Colaboradores:

- Bancos privados
 - Banco Agrícola
 - Banco Atlántida
 - Banco de América Central
 - Banco Azul
- Bancos cooperativos
 - Banco de los Trabajadores Salvadoreños
 - Primer banco de los trabajadores
- Proveedores de sistemas eficientes (para la instalación de paneles solares y sistemas de reutilización de aguas grises y recolección de agua lluvias)
 - TECNOSOL
 - Hidro-Servicios
 - Aguas integrales
 - DOMOSAL
 - Aquacell de Amanco

- Proveedores de materias primas(para la construcción de las viviendas bajo la técnica superadobe)
 - Freundo
 - Vidrío
 - EPA

- Instituciones públicas
 - Ministerio de Vivienda
 - Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 4 —



GUATEMALA

AgroLink

27

CAPÍTULO

AUTORES:

Sergio Mauricio Cevallos,
Ricardo Miranda Prado,
Miguel Eduardo Sazo Valdez,
Diego Garzaro García,
Jeffrey Israel Velásquez Chávez

Universidad del Valle de Guatemala

RESUMEN DEL PROYECTO

La idea de este proyecto es incrementar las ganancias de los agricultores locales, fomentando una cultura de comercialización más informada por medio de una plataforma digital accesible y de fácil uso, tanto para el agricultor (vendedor) como para el comprador.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Actualmente, las comunidades rurales y agricultores locales venden sus productos a distribuidores que luego los llevan a los mercados. Debido a las diferencias en estándares de calidad entre supermercados y mercados mayoristas, por facilidad, los vendedores simplemente comercian con mercados, ya que estos se enfocan en la cantidad de productos y no en la calidad de estos. Los agricultores locales, generalmente, no tienen estándares de calidad que puedan llenar las expectativas que tiene un supermercado o un restaurante por falta de conocimiento y recursos que le permitan dar este salto.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

AgroLink busca ofrecer una plataforma enfocada en sostenibilidad y calidad, donde los agricultores locales puedan tener un acceso directo a una cadena de mercados, con capacitaciones y mejora continua para incrementar la competitividad. El acceso a la venta dentro de la aplicación requiere adoptar estándares de calidad que permitan elevar el nivel de venta de los agricultores.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Agrolink se encuentra compuesto de un grupo multidisciplinario, dentro del área de ingeniería y de sociología. Esto brinda al grupo una diferencia en opiniones e ideas interesante que permite crear soluciones innovadoras y a la vez aterrizadas a la situación del país. Dentro del equipo, se tienen integrantes con experiencia en desarrollo de emprendimientos y proyectos en campo, estas son invaluable a la hora de crear soluciones diferenciadoras, ya que brindan perspectivas que muy pocas personas tienen la oportunidad de comprender.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ▶ **Jeffrey Velásquez:** sociólogo e investigador social con estudios en Monitoreo y Evaluación de Proyectos Sociales.

- ▶ **Miguel Sazo:** estudiante de Ingeniería Civil Arquitectónica, emprendedor, involucrado en proyectos de servicio social y apasionado del desarrollo.
- ▶ **Diego Garzaro:** estudiante de Ingeniería Química y emprendedor.
- ▶ **Ricardo Miranda:** ingeniero electrónico egresado de la UVG, Campus Central, y emprendedor.
- ▶ **Sergio Cevallos:** Estudiante de Ingeniería Industrial y emprendedor.

Dentro de las principales motivaciones para buscar un proyecto de impacto social escalable y necesario en Guatemala, se puede resaltar el hecho de que todo el equipo estuvo interesado en poder aportar valor a cierto sector de la población que, al verse beneficiado, ayudará a más, con el fin de generar el mayor impacto posible, por lo que se buscó un tema relacionado con el alimento, pues se consideró que era una problemática en Guatemala, debido a que la canasta básica ha ido en aumento, ubicándose a un precio actual de Q3.668,9, precio que muchas familias en Guatemala sueñan con poder costear.

Se analizaron posibles causas del problema para poder entender parte de la raíz, por lo que se indagó y se identificó que gran parte de los productos agrícolas para el consumo humano que se venden en mercados pequeños o grandes viene de comunidades agrícolas que, por problemas logísticos y de desconocimiento, venden sus productos a intermediarios, quienes inflan el costo de los productos del campo, aumentando los precios de estos en los mercados que la mayoría de la población está acostumbrada a ir.

Al entender que existía una posibilidad de hacer que las comunidades agrícolas que estaban siendo abusadas pudieran generar más por su trabajo y a la vez beneficiar al consumidor final al eliminar los precios de intermediarios, nos dimos cuenta de que habíamos encontrado una buena oportunidad para poder impactar positivamente a nuestro país.

Se tomó la decisión de generar un modelo basado en la economía social, con el fin de que los beneficiados por la idea de negocio no fueran unos pocos, sino que el impacto fuera positivo y mayor. Se decidió que el proyecto sería autosostenible económicamente, con el fin de no depender de donaciones y poder perdurar e impactar en el tiempo, además se tomó la decisión de que el propósito de AgroLink sería generar valor en las comunidades agrícolas y consumidores de sus productos.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Los agricultores se enfrentan a la necesidad de mejorar su capacidad de comercialización y de participación en el mercado local que les permita obtener mejores ingresos por medio de precios de venta justos. Actualmente, se tienen vías de distribución y comercio que ponen en desventaja a los agricultores, ya que la participación de intermediarios encargados de transportar y vender los

productos en mercados mayoristas y minoristas implica una reducción en el porcentaje de utilidades que los productores reciben, a veces drásticamente.

Por otro lado, los agricultores que participan en esta cadena comercial informal normalmente no implementan controles de calidad que les permita entablar relaciones comerciales con compradores formales, como pueden ser los supermercados y restaurantes, ya que muchas de estas empresas tienen ciertos criterios en cuanto al tipo de agroquímicos utilizados, la procedencia del agua con la que se regaron los cultivos, etc. La ventaja de estos compradores es el precio que están dispuestos a pagar por productos de mejor calidad y el acceso a una línea de distribución directa donde las utilidades se reparten entre menos actores; sin embargo, la producción agrícola debe pasar por los filtros de calidad demandados por los compradores, lo cual puede implicar un reto para agricultores sin los conocimientos y herramientas para implementar las mejoras necesarias.

Otra necesidad identificada fue el hecho de que las empresas buscan tener sellos sociales, ya que actualmente brindar cierto prestigio y mejor percepción en cuanto a la responsabilidad social, ya que esto mejora la percepción de los clientes en cuanto a la empresa, por lo que brindaremos certificados a las empresas que decidan colaborar adquiriendo los productos de las comunidades agrícolas, permitiendo que más gente vea el valor en la procedencia de los alimentos.

GRUPOS DE INTERÉS

El grupo destinatario del proyecto son agricultores de áreas rurales de Guatemala, quienes se identificarán a través de un estudio de población agricultora que tenga problemas con la comercialización de sus productos y esté interesada en participar como usuaria de la plataforma. Esta población tendría dos incentivos para unirse a la plataforma: el primero, es económico; el segundo, acceso a una red de conocimiento técnico con el fin de mejorar la calidad de su producto.

También se busca trabajar con potenciales compradores directos, a quienes también se les hace una oferta de valor al poner a su disposición una plataforma de contacto con proveedores locales y con estándares de calidad mejorados. Entre los potenciales compradores se menciona la cadena de supermercados de grupo Walmart Guatemala, La Torre y restaurantes.

Entre los colaboradores del proyecto se ubica la organización Mentors Guatemala, quienes tienen experiencia en la capacitación de comunidades de agricultores en el país y han intentado implementar programas de mejoramiento del comercio de pequeños productores. De igual manera, se considera importante el acercamiento a instituciones públicas, como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, el Ministerio de Economía y municipalidades.

El último grupo de interés que sería necesario desarrollar sería el consumidor final, al concientizar a este grupo de las condiciones en las que se viven actualmente llegará a ser un grupo bastante poderoso a la hora de incentivar a los otros para ser parte y apoyar el proyecto y el crecimiento de este. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Asociación Solidarista
KYRIOS DENTAL

28

CAPÍTULO

AUTORES:

Javier Ralda González,
Rodrigo Ralda González,
Juan Ignacio Samayoa Farnes Marroquín,
Pablo Andrés Ralda Castillo

Universidad del Valle de Guatemala

RESUMEN DEL PROYECTO

La idea del proyecto consiste en implementar una asociación solidarista y apoyarles con préstamos añadiéndoles un bajo interés, el cual se utilizaría en proyectos de inversión para que cada año se puedan entregar dividendos a los colaboradores. Este proyecto surge debido a que muchos empleados solicitan préstamos a la empresa o adelantos de sus salarios, provocando un faltante en sus ingresos por el pago de intereses o por el débito de los anticipos solicitados. Con la instauración de una asociación solidarista, se podrá otorgar préstamos con intereses muy bajos y la libertad de dos a tres pagos. Finalmente, el dinero recaudado en intereses se utilizará en proyectos de inversión que generen dividendos a todos los asociados, regresando, de cierta manera, los dineros que estos han pagado.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Lo que nos diferencia de otros proyectos es que el socio obtendrá dividendos de dinero que se ha invertido partiendo de los intereses que ha pagado, entonces no está afectando a su pago mensual de una manera muy dura, puede pagar por plazos de tal manera que puede utilizar su sueldo en cubrir sus necesidades con un pequeño débito, pudiendo así abonar a la deuda que tiene con la asociación.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Las fortalezas del equipo emprendedor son construir confianza, establecer objetivos comunes, crear sentido de pertenencia, involucrar a la gente en la toma de decisiones, buscar el entendimiento entre partes, impulsar la comunicación, aprovechar la diversidad y celebrar los éxitos del grupo.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Somos un equipo multidisciplinario formado por estudiantes de Ingeniería Industrial, Mecánica, Mecánica Industrial y Mecatrónica de diferentes campus de la Universidad del Valle de Guatemala. Estudiar diferentes carreras en diferentes campus hace que cada miembro del equipo tenga un enfoque único del problema por resolver. Esta diversidad de enfoques hizo que analizáramos un problema común en Guatemala: la falta de conexión empresa-trabajador para beneficiar a la sociedad.

En Guatemala, existen pocas empresas que realizan lo anteriormente mencionado por medio de asociaciones solidaristas, siendo un total de 4.560 de las 788.313 empresas constituidas. Esto representa 0,58%, lo cual consideramos que es un porcentaje muy bajo de empresas que cuenta con asociaciones solidaristas, por lo que nos motiva a crear una más y evidenciar el proceso, requerimientos y formas de constituir asociaciones solidaristas. De esta manera, se espera que otras

empresas relacionadas con KYRIOS DENTAL al ver el buen desempeño y resultados de la asociación, se animen a formar una propia y de esta manera lograr aumentar el porcentaje de empresas que buscan un beneficio para la sociedad con la conexión empresa-colaborador.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Como parte del análisis a las medidas que nuestro proyecto cubre surge la siguiente: En KYRIOS DENTAL, se detectó que al mes se daban muchos anticipos de salario, esto demuestra una amplia solicitud de préstamos por parte de los colaboradores, siendo una excelente oportunidad para implementar una asociación solidaria y apoyarles con préstamos, añadiéndoles un bajo interés; el dinero recaudado se utilizará en proyectos de inversión para que cada año se puedan entregar dividendos a cada colaborador.

GRUPOS DE INTERÉS

Actualmente, 70% de los trabajadores en KYRIOS DENTAL realiza préstamos o anticipos salariales.



■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Informe final del proyecto
Academia de Jóvenes
Emprendedores “María Auxiliadora”

29
CAPÍTULO

AUTORES:

María Fernanda Cóbar Díaz,
Israel González Simón,
Abner Geovany Revolorio Arauz,
Oscar Eduardo Soto Martínez

Universidad del Valle de Guatemala

RESUMEN DEL PROYECTO

El ser humano posee una capacidad elevada para adquirir nuevos conocimientos como resultando de la voluntad que manifiesta de aprender, ya que pueden existir una y mil oportunidades en la vida, pero debe existir el deseo de aprender para que los conocimientos se fijen en la memoria permanente.

Ante ello y respondiendo a la necesidad laboral de muchos jóvenes, quienes en su mayoría se ubican en la Colonia Maya del Municipio de Santa Lucía Cotzumalguapa, Escuintla, se creará la academia de jóvenes emprendedores, que brindará oportunidades de aprendizaje a través de cursos prácticos, permitiendo a los participantes desempeñarse con calidad en oficios técnicos, tales como computación, música, cocina y sastrería.

Basados en los datos de investigación de campo realizado por el equipo de trabajo, se determina que la mayoría de jóvenes y mujeres tienen preferencia por los cursos mencionados anteriormente, así como emprender su propio negocio; para ello, la academia abrirá sus puertas en el mes de enero de 2021, donde se desarrollarán los módulos estructurados en este documento.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Así, tomando los puntos anteriores como referencia, surge la iniciativa del proyecto de emprendimiento para beneficio directo del pueblo luciano y contrarrestar el desempleo juvenil existente y la marginación de la mujer.

ELEMENTO DIFERENCIADOR Y FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Parte del equipo emprendedor vive en esta área y ha interactuado con la población, llegando a conocer las necesidades y problemáticas que enfrentan muchas familias de la Colonia Maya. Debido a esto, se coordinó con el equipo emprendedor para llevar a cabo un proyecto con el objetivo de beneficiar a la economía y proveer mejores oportunidades laborales, siendo este la apertura de una academia de jóvenes emprendedores, donde se les brindará formación por medio de talleres técnicos como Computación, Cocina, Música, Corte y Confección.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En la actualidad, el país atraviesa una crisis de desempleo y pobreza, afectando en gran porcentaje a las mujeres. El informe del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2018) afirma que 16,2% de la

población total de mujeres no ha concluido con el nivel primario, 26,4% no ha concluido con el nivel diversificado, 6,4% no terminó con sus estudios superiores y 4,7% de la población no cuenta con ningún estudio. (p. 20)

Estos resultados adversos a las mujeres son producto de diferentes factores, tales como la discriminación, falta de educación sexual y reproductiva, violencia de género y desintegración familiar. Esta suma de factores ha sido una limitante para el desarrollo de la mujer dentro de la sociedad guatemalteca.

A todo esto, se añade que son pocas las mujeres que cuentan con un trabajo asalariado, un lugar en la industria o cualquier otro medio de desarrollo económico; además, en los empleos en que se desenvuelven, no ganan lo suficiente, pues el sueldo promedio mensual es de Q1.591,00, de acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (ENEI). (2017, p. 37)

Esta problemática social de la falta de un empleo digno y asalariado la padece la población en general, pero es más aguda en las mujeres. Ante esta situación de pocas oportunidades de desarrollo que tienen las mujeres, no solo en Guatemala, sino en diversas partes del mundo, ha provocado que dos de los objetivos de desarrollo del milenio, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2015), vayan encaminados específicamente a mitigar esta situación a nivel mundial. A continuación, se describen estos dos objetivos: 1) Erradicar la pobreza extrema y el hambre. 2) Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer (pp. 14 y 23). De igual manera, en Guatemala se tiene plasmado en el K'atun 2032 las dos metas del milenio atendiendo al llamado del PNUD, el cual expresamente dice: "Erradicar la pobreza, la exclusión, la discriminación y la desigualdad entre mujeres de todas las edades y condiciones socio-económicas". (p. 15)

Ante las aspiraciones de bienestar social para todos los ciudadanos que busca las Naciones Unidas a nivel mundial, y en Guatemala, especialmente el Gobierno que dirige el Sr. Alejandro Giammattei, el presente proyecto busca coadyuvar los esfuerzos y anhelos por una mejor calidad de vida de las mujeres, por lo que plantea la implementación del siguiente proyecto que pretende empoderar a las mujeres más vulnerables del municipio de Santa Lucía Cotzumalguapa, a través de una serie de capacitaciones guiadas por profesionales en la materia, quienes les dotarán de herramientas, conocimientos y destrezas para que puedan, por sí solas, iniciar su propia empresa o negocio.

Se tiene planificado llevar a cabo una serie de talleres para la formación de personas emprendedoras, con el fin de que puedan empezar un negocio autosostenible dentro de sus comunidades.

Con este proyecto se pretende beneficiar a las mujeres, tomando en cuenta lo dictado por los objetivos de desarrollo del milenio, el K'atun 2032 y también haciendo énfasis en el Plan Nacional de Innovación y Desarrollo (PLANID) (2020), que tiene como principal objetivo.

Mejorar la calidad de vida de los guatemaltecos, propiciando la reducción de la pobreza y extrema pobreza, por medio de empleos sostenibles y dignos, generados por

niveles de inversión convenientes, sobre la base de condiciones adecuadas y un clima de negocios favorable. (p. 18)

Entonces, este proyecto pretende contribuir al desarrollo económico de las mujeres que residen en el municipio de Santa Lucía Cotzumalguapa. Finalmente, cabe mencionar que esta intervención retoma lo expuesto en el Plan de Desarrollo Municipal (PDM) (2010), el cual dice que: “El sector privado y las labores por cuenta propia, constituyen las de mayor ocupación laboral” (p. 50). Es decir, las personas que laboran por cuenta propia son una alternativa ante la falta de empresas que ofrezcan un empleo asalariado en la región, pues tal como menciona en la cita, son las que generan un mayor aporte a la economía de las familias en el municipio, garantizando el desarrollo personal y familiar.

Para que las familias logren mejorar su calidad de vida, es necesario que el Gobierno, genere las condiciones adecuadas, que permitan la apertura de más empleo, que exista igualdad de oportunidades para todos los guatemaltecos, sin discriminación alguna; de igual manera, estrategias de emprendimiento laboral con el objetivo reducir la pobreza y erradicación de la pobreza extrema. Los principales resultados de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI, 2014) señalan que “existen los siguientes niveles de pobreza: pobreza, pobreza extrema y pobreza total”. (p. 1)

Las condiciones de vida que los guatemaltecos padecen son clasificadas según las líneas de pobreza, de igual manera la capacidad de generar lo necesario para satisfacer las necesidades alimentarias y no alimentarias, así lo describe el ENCOVI (2014):

La metodología de líneas de pobreza absoluta consiste en fijar el costo mínimo necesario para cubrir una canasta que permita satisfacer las necesidades alimentarias y no alimentarias. Se considera pobre a la proporción de población que no logra acceder a este umbral. Con estos resultados se clasifica a la población en pobreza extrema, a aquellos que no alcanzan a cubrir el costo del consumo mínimo de alimentos, y pobreza total, a los que alcanzan a cubrir el costo del consumo mínimo de alimentos, pero no así, el costo mínimo adicional para otros bienes y servicios básicos. (p. 1).

Ante esta problemática de no contar con los recursos económicos mínimos para satisfacer las necesidades básicas, muchas personas han optado por delinquir, aumentando con esto la inseguridad en el ámbito nacional a tal grado que niños y adolescentes se vean en la obligación de pertenecer a las pandillas. De acuerdo con las Políticas Públicas para Prevenir La Violencia Juvenil (s.f.) ,“El problema de las maras y pandillas va en aumento: cada vez más niños y jóvenes, la mayoría hombres de las zonas marginales urbanas, se integran a estas agrupaciones” (p. 8). Muchos de ellos buscan refugio en las pandillas, con el fin de satisfacer sus necesidades básicas (alimentación y seguridad), en muchos casos, los padres son incapaces de proveerles, aunque en algunas ocasiones la delincuencia no necesariamente es causada por la pobreza. Erróneamente se tiende a asociar directamente el crecimiento de la violencia a la pobreza, bajo esta lógica, todos los pobres serían potencialmente delincuentes.

Los últimos análisis a nivel latinoamericano señalan que más que la pobreza es la desigualdad, en conjunto con otros factores sociales, culturales y psicológicos, los que genera una mayor violencia. Tal como lo señala el Centro Internacional para la Investigación en Derechos Humanos (CIIDH, 2006) se considera que los factores económicos, sociales y culturales “están relacionados a los problemas estructurales como desempleo, pobreza, subdesarrollo, discriminación, desigualdad social, hacinamiento, violencia en los medios de comunicación, cultura de la violencia”. (p. 4)

Además, un alto porcentaje de guatemaltecos se ve obligado a emigrar del país, en búsqueda de estabilidad económica y colaborar en el sustento familiar. Los datos de la Revista Expansión (2019) señalan que “Guatemala tiene 1.205.644 de emigrantes, lo que supone un 6,98% de la población, de los cuales 50,58% corresponde al sector femenino, mientras que 49,42% corresponde al sector masculino”. (p. 1)

Los datos anteriores revelan que es el sector femenino el más perjudicado debido a muchos factores; tal como lo señalan Sonia Agut & Pilar Martín (2007) la desigualdad, la falta de empleo, la discriminación, acoso sexual en el trabajo, acoso psicológico en el trabajo, etc. (pp. 201-204).

GRUPOS DE INTERÉS

Ubicación geográfica

La colonia Maya se encuentra dentro de la jurisdicción del municipio de Santa Lucía Cotzumalguapa, departamento de Escuintla, ubicada en el kilómetro 93,5 carretera nacional ESC-11 a San Pedro Yepocapa Chimaltenango. Se ubica a 3,5 kilómetros del centro de la ciudad, es de fácil acceso y cuenta con servicio de buses para el traslado de sus habitantes, siendo la única vía de acceso. La colonia Maya colinda al sur con la Aldea Río Santiago, al norte con finca los Tarros y al noroeste finca el Baúl.

Contexto sociocultural

La colonia maya se fundó en 1987. En diciembre del mismo año, se trasladó la primera familia y en enero de 1988 se trasladaron ocho familias más hacia la lotificación de la finca. Todos originarios de finca el Baúl. Se forma un comité promejoramiento y se decide colocar un nombre a la lotificación; después de debatir entre varias opciones se llegó a la conclusión de colocar el nombre de Colonia Maya, considerando que el territorio donde está asentado fue habitado por los antepasados mayas.

La colonia posee una importante zona arqueológica, conteniendo varios yacimientos mayas del periodo preclásico y clásico Mesoamericano. Tiene calles pavimentadas, servicios de saneamiento, alumbrado público y agua potable. La colonia cuenta con una cantidad de habitantes que oscila entre las 6.000 y 6.300 personas. Son personas amables, sencillas y solidarias con los demás integrantes de la comunidad, es una zona muy alegre, realizando cada año las respectivas actividades que tienen

por tradición y costumbre, como celebración de Semana Santa, fiesta patronal en el mes de octubre en honor a la Virgen del Rosario, Día de los Santos, convites y posadas.

Se hace mención que han tenido programas de emprendimiento por parte de Ingenio la Unión, Ingenio Pantaleón e INTECAP, brindando los programas de repostería, chef y bisutería.

Contexto socioeconómico

Sus habitantes son de bajos recursos económicos, la mayoría trabaja en ingenios azucareros de la localidad, laborando como agricultores, mecánicos, soldadores o en fábrica. El 60% de las mujeres se dedica a ser amas de casa y el 40% se dedica a diversos negocios propios, que consisten en vender comida por las noches, atender librerías, venta de ropa y zapatos por catálogo.

Contexto educativo

La cobertura educativa de la Colonia Maya abarca desde la preprimaria hasta diversificado, donde la mayoría de la población promedia hasta tercero básico, aunque en los últimos años se ha visto un incremento en estudiantes graduandos de diversificado.

Cuenta con una escuela pública, ofreciendo por la mañana los niveles de preprimaria y primaria, por la tarde telesecundaria y fin de semana bachillerato. Asimismo, cuenta con un colegio donde ofrecen los niveles de preprimaria y primaria. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Emprende +

30

CAPÍTULO

AUTORES:

Paula Sofía Leonardo Escalante,
José Javier Estrada Quezada,
Andrea Alejandra Véliz Rodríguez,
Cristhofer Isaac Patzán Martínez

Universidad del Valle de Guatemala

RESUMEN DEL PROYECTO

EMPRENDE+ proyecto dedicado al crecimiento de los nuevos emprendimientos que surgieron durante la pandemia, enfocado en generar crecimiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en el mercado guatemalteco.

Nuestro emprendimiento se basa en una página web donde se publicarían productos de emprendimiento (tipo incubadora), contar con servicio de envíos, asesoría, servicio al cliente, manejo de redes y publicidad.

Se tiene como meta implementarlo a nivel nacional e internacional para poder dar espacios de crecimiento y asesoramiento de los nuevos emprendedores, promoviendo y fomentando el emprendimiento como mecanismo económico para la generación y creación de iniciativas empresariales innovadoras.

Guatemala tiene una de las tasas más altas de espíritu emprendedor, la tasa activa emprendedora es de 20,4%, cifra alta en relación con el 17,6% promedio de la región latinoamericana y con el 14% de las economías basadas en eficiencia. El guatemalteco se caracteriza por ser creativo, emprendedor y cálido; como país, Guatemala se encuentra entre uno de los países más biodiversos de la tierra, ubicado estratégicamente en la región. (MINECO, 2020).

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Ante la problemática del desempleo y la búsqueda de nuevas instancias de impulso empresarial, ha nacido una nueva oportunidad de desarrollo económico y es aquí en donde el emprendimiento cobra mayor relevancia e importancia para nuestro país y para la región.

Y donde la idea de EMPRENDE+ puede impactar de manera positiva para impulsar a los emprendimientos y generar nuevos trabajos a las personas que se vieron afectadas durante la pandemia. Durante algún tiempo, el desarrollo económico a nivel mundial estuvo relacionado con las grandes organizaciones, tendencia que comenzó a disminuir en las últimas décadas, la tendencia va ahora hacia la MiPyME, lo que beneficia a la actividad emprendedora dinamizando el sistema, pues la economía en la actualidad se dirige hacia un sistema de múltiples fuerzas interrelacionadas.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Algunas de las fortalezas del equipo emprendedor son: manejo de tecnología, conocimientos de gestión de empresas, creación de prototipos funcionales, manejo económico de empresas,

conocimiento en áreas de tecnología, alimentos en la industria, área química, gestión de calidad, legislación de alimentos para poder generar registro de productos o plantas de producción.

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

- Somos una plataforma de acompañamiento a los emprendedores.
- Página a disposición de todo el país para no limitar la participación.
- Contar con servicio a domicilio que también pueda ser fuente de trabajo para más personas.
- Asesoría en temas tecnológicos, científicos, legislativos.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

▶ Paula Sofía Leonardo Escalante

Soy Paula, tengo 20 años y estoy en segundo año de Ingeniería Química Industrial. Me motiva incentivar a las empresas a realizar una mejora continua para su mejor funcionamiento. Me gusta generar soluciones y métodos para el mejor crecimiento de las empresas. Recalcando la importancia de los procesos de estudios de calidad y a su vez implementando el ahorro de recursos y desechos.

▶ José Javier Estrada Quezada

Estudiante de cuarto año de Ingeniería Mecatrónica. Habilidades centradas en desarrollo tecnológico, impresión 3D, lenguajes de programación, monedero electrónico, automatización y control industrial. Me motiva la idea de generar oportunidades que impulsen el crecimiento de las personas de una forma holística. Pienso que la tecnología nos brinda muchas herramientas, las cuales pueden aplicarse en diversos campos. Siento que estos conocimientos, junto a la idea de un proyecto de economía social, tienen el potencial de cambiar vidas, centrando todas las herramientas en el bien humano común y no solo en las ganancias, generando valor en la comunidad donde se desarrolle.

▶ Andrea Alejandra Véliz Rodríguez

Estudiante de cuarto año de Ingeniería en Ciencias de los Alimentos. Habilidades de gestión de proyectos, planificación estratégica, procesamiento y tecnología de alimentos. Me motiva poder generar soluciones viables para que las personas puedan tener acceso a alimentos inocuos y que conozcan los principios de producción para generar mejores fuentes de ingreso. La economía social la considero fundamental para generar proyectos que sean factibles económicamente y generen valor en la sociedad.

► **Cristhofer Isaac Patzán Martínez**

Estudiante de segundo año en Ingeniería Mecatrónica. Me caracterizo por ser responsable, ser innovador con diseños tecnológicos y dedicado. Adoro la programación, electrónica digital, mecanismos y el trabajo industrial. La motivación con el proyecto seleccionado es el hecho que hay muchas personas que desean empezar su negocio para mejorar su economía. En el largo plazo, se espera que los emprendimientos crezcan y de esta forma generar trabajo para el país.

GRUPOS DE INTERÉS

Usuarios del proyecto (destinatarios del proyecto), colaboradores (proveedores, entidades y/o redes implicadas, instituciones públicas, otros).

Como nuestro emprendimiento tiene varios aspectos donde podemos tener diferentes grupos de intereses, lo separamos en socios estratégicos, comunicación y clientes.

En el caso de nuestros socios estratégicos, tenemos municipalidades, centros comerciales y agencias de transportes. Esto ya que podemos ayudar a promover el comercio beneficiando a nuestros socios y ellos nos pueden brindar el apoyo en mercadeo y en logística.

En cuanto a comunicación, nuestro grupo de interés está compuesto por influenciadores, estudiantes y emprendedores. El objetivo de llegar a ellos es poder promocionar la plataforma y hacer crecer la comunidad. Los más importantes serían los estudiantes y emprendedores, ya que son los que se benefician de nuestra plataforma y nosotros los ayudamos con sus envíos, asesorías y promoción.

Nuestros clientes son todas aquellas personas ingeniosas con el deseo de desarrollar cualquier idea innovadora que genere capital. Aquí entran emprendedores, mini y microempresas, estudiantes o profesionales. También tenemos nuestros colaboradores, los cuales pueden dar mantenimiento a la plataforma, brindar servicio al cliente y repartir los paquetes de la tienda virtual. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 5 —



HONDURAS

Cooperativa de Asistencia y
Desarrollo Económico-Social
“CADES”

31

CAPÍTULO

AUTORES:

Carmen Galo,
Danny Espinal,
Gloria Galo,
Jenrry Padillaz

Universidad Autónoma Nacional de Honduras

RESUMEN DEL PROYECTO

A lo largo de la historia y desde la llegada de los primeros colonizadores europeos al continente, Honduras ha destacado en la región por su gran diversidad en flora y fauna, y se ha posicionado desde hace varios años como un gran productor en el sector agrícola, esto debido a su privilegiada posición geográfica y su gran riqueza en recursos naturales, que proveen al país de grandes zonas óptimas para la producción.

Si bien en los últimos años las innovaciones tecnológicas y el apoyo de la comunidad internacional, al igual que la intervención del gobierno han fortalecido la producción en las zonas productoras del país, muchas comunidades locales de productores, aún no cuentan con el apoyo financiero ni logístico adecuado para optimizar la producción y con ello aprovechar mejor sus recursos para generar desarrollo social en sus comunidades, por lo que muchas veces sus productos son desestimados por su mala calidad y el trabajo de los productores en muchas ocasiones es infravalorado, limitando así el desarrollo económico en la región.

Reconociendo la importancia de las zonas productoras para el país y tomando en cuenta el papel que desempeñan los productores para atraer y fomentar el desarrollo en sus comunidades, se tomó la decisión de desarrollar un modelo de negocios para la idea de emprendimiento de una cooperativa de asistencia y desarrollo económico-social, la cual se basa en el modelo de economía social, solidaria y colaborativa, y pretende realizar una contribución a la sociedad a través del desarrollo de una idea de negocios que permita fomentar y mejorar la inversión en proyectos agrícolas de alta calidad, además de contribuir a mejorar las condiciones de mercado para los productores y, finalmente, proporcionar desarrollo local para las comunidades a través del desarrollo económico en la región.

Para alcanzar dicho objetivo, en el presente documento se detalla el concepto, la propuesta de valor y el desarrollo de la idea de negocios Cooperativa de Asistencia y Desarrollo Económico-Social, la cual consiste en la creación de una cooperativa solidaria que ofrezca asistencia y apoyo financiero principalmente a los productores, brindando asistencia técnica y social para fomentar el desarrollo de los productores, a quienes se les brindarían capacitaciones, asesorías, e incluso financiamiento para proyectos de inversión agrícola, etc.

De esta forma, se pretende garantizar el desarrollo del productor, optimizando la eficiencia en la producción a través de la asistencia técnica y generando desarrollo en las comunidades al servir como intermediarios del desarrollo; para lo cual se pretende apoyar y dar seguimiento a los proyectos de inversión y emprendimiento con el fin de garantizar las correctas y justas condiciones de mercado que favorezcan a los inversores, desempeñando un papel de intermediarios indirectos y además ofreciendo servicios generales de apoyo a proyectos de emprendimiento en las zonas en desarrollo.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE Y ELEMENTO DIFERENCIADOR

El enfoque principal de esta idea de negocios es contribuir al desarrollo de las comunidades productoras del país y con ello crear las condiciones necesarias para el desarrollo de una economía social, solidaria y sostenible que garantice el desarrollo continuo de las comunidades y que pueda servir como modelo base para replicarse a escalas más grandes en un ámbito internacional, con el fin de fomentar la autonomía económica de las comunidades en vías de desarrollo.

Para ello, esta idea de negocios pretende dar respuesta a las principales necesidades observadas en las zonas agrícolas del país, entre las cuales se encuentran la falta de apoyo financiero y la pobre inversión en proyectos agrícolas, la falta de apoyo logístico y técnico para optimizar la producción y las pésimas condiciones de mercados a las que se enfrentan muchos productores y las cuales retrasan el crecimiento económico de las comunidades y con ello, también el desarrollo social de las mismas.

Ante tales condiciones, se plantea fomentar la inversión y brindar apoyo financiero a través de una cooperativa, la cual además de fomentar el desarrollo económico en la comunidad, también brinde asistencia técnica y logística a los productores para optimizar la producción y finalmente servir como intermediario indirecto para garantizar las condiciones justas de mercado a favor de los productores y emprendedores afiliados al programa de educación financiera y desarrollo económico social, diferenciándonos de las demás instituciones financieras por brindar asistencia a los productores, mientras se sirve como intermediarios y garantes del desarrollo económico social en las comunidades.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El desarrollo de cualquier proyecto de emprendimiento no es sencillo y para obtener mejores resultados es necesario contar con al menos un conocimiento mínimo del entorno en donde se desarrollará la idea de negocios.

El desarrollo de la propuesta de negocios en este documento toma en consideración lo anterior y parte de las fortalezas del equipo para dar origen a una idea de negocios que pueda brindar soluciones y dar respuestas a los problemas que afectan a las comunidades en las que se plantea desarrollar la idea, tomando en cuenta también las principales necesidades que requieren de una respuesta inmediata para el desarrollo de un modelo de economía social solidaria.

Entre las principales fortalezas del equipo identificadas durante el proyecto están:

- Conocimiento del entorno (algunos miembros del equipo provienen de familias productoras o afines).
- Conocimientos técnicos en el ámbito de negocios (todos los miembros son estudiantes universitarios de la carrera de administración de empresas).

- Experiencia cercana con proyectos de emprendimiento y con los negocios (algunos miembros ya han desarrollado con éxito proyectos de emprendimiento).
- Experiencia cercana en el área financiera (uno de los miembros ya tuvo la oportunidad de trabajar para un banco, por lo que conoce del ámbito financiero).
- Motivación (el equipo se encuentra fuertemente motivado por desarrollar un modelo de negocios que pueda generar un aporte social).

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Las zonas productoras, a pesar de ser una de las principales generadoras de divisas en el país, generalmente se ubican en comunidades pobres y con un bajo nivel de desarrollo; esto se da en gran medida debido a que estas comunidades muchas veces no cuentan con el suficiente apoyo para su desarrollo, además del desinterés de las autoridades por fomentar economías sostenibles en esta regiones. También existen las marcadas diferencias en las condiciones de mercado, las cuales no favorecen a los productores, principales promotores del desarrollo local, y en cambio reciben condiciones de mercado injustas, las cuales solo benefician a terceros, quienes ni siquiera invierten en la región para aumentar el potencial económico y social de las comunidades productoras.

Algunas de las principales necesidades en las zonas productoras incluyen

- ▶ **Comercio injusto:** Debido al desconocimiento y la falta de asistencia técnica en venta, los productores tienen que lidiar con una extensa cadena de intermediarios, quienes tienden a ofrecer precios infravalorados por la compra de sus productos, generando con esto una raquílica ganancia a los productores y limitando del desarrollo de las comunidades que dependen de la producción para su desarrollo. A través de nuestro proyecto, se buscará brindar soporte a los productores a través de la asistencia técnica en ventas, sirviendo como intermediarios indirectos y poniendo a disposición de nuestros afiliados una plataforma tecnológica para ayudar a conectar más fácilmente a los productores con los comerciantes mayoristas y con ello garantizar un comercio más justo.
- ▶ **Falta de apoyo técnico y logístico:** Muchos pequeños productores reúnen las condiciones mínimas para desarrollar proyectos agrícolas, pues disponen de los medios y el conocimiento básico para la producción; sin embargo, no todos cuentan con el conocimiento técnico y logístico para tecnificar los procesos de producción y optimizar el rendimiento de su producción a gran escala, por lo que en muchas ocasiones no son capaces de competir contra algunos productos de importación y con ello, disminuye la inversión, afectando directamente al desarrollo social en sus comunidades, pues se pierden cientos de empleos y se ve afectada la economía. Nuestro modelo de negocios contempla fomentar las inversiones mediante el

apoyo técnico y logístico en aquellos afiliados que lo requieran para garantizar el desarrollo de estos y a su vez generar desarrollo local.

- ▶ **Falta de apoyo financiero:** Muchos productores se ven fuertemente limitados cuando intentan desarrollar proyectos agrícolas de gran impacto debido a la falta de apoyo financiero y las difíciles condiciones que deben aprobar para acceder a créditos y financiamientos que les permitan llevar a cabo su proyecto, mismas condiciones que además de limitar y disminuir la inversión, no buscan asegurar el desarrollo y bienestar de dichos proyectos, sino que por el contrario, solo se basan en políticas que buscan aprovecharse del crecimiento económico de los productores, limitando así la capacidad de estos de generar desarrollo local, pues se vuelven esclavos de las instituciones financieras tradicionales. Nuestro modelo de negocios busca brindar apoyo solidario, además de dar asesorías financieras y brindar asistencia para garantizar el rendimiento de los proyectos de inversión a cambio de una tasa de interés accesible y rentable, tanto para los productores como para la cooperativa misma.

GRUPOS DE INTERÉS

Destinatarios del proyecto

El proyecto tiene como fin ayudar a los productores del país, fomentando la inversión y contribuyendo a desarrollar su producción de una mejor manera a través programas de asistencia y a su vez estimular el desarrollo local de las comunidades productoras al crear mejores condiciones económicas y proporcionando apoyo social a productores y emprendedores locales.

Colaboradores

Con el propósito de fomentar las inversiones y mejorar las condiciones de mercado reduciendo la cadena de intermediación, se buscará la participación de programas de desarrollo e inversión del Gobierno, con el objetivo de obtener fondos que puedan ponerse a la disposición de los productores para el financiamiento de proyectos agrícolas.

Asimismo, se buscará establecer redes de intercambio con distribuidores mayoristas, sirviendo como intermediarios y proveedores de productos a cambio de lograr condiciones de mercado justas en beneficio de los productores, manteniendo siempre los precios competitivos.

Finalmente, se buscará el apoyo de entidades de desarrollo agrícola para proveer de asistencia técnica y logística a los productores que así lo requieran, para garantizar el rendimiento de sus proyectos de inversión y, con ello, mejorar la calidad de los productos para mejorar la oferta de productos y con ello reducir la necesidad de importación de productos sustitutos. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Green Society

32

CAPÍTULO

AUTORES:

Olga Chirinos,
Xiomara Madrid,
Vivian Guity y
Lorena Ramírez

Universidad Tecnológica Centroamericana

RESUMEN DEL PROYECTO

Green Society es un emprendimiento social que se centra en el cuidado del medio ambiente, y que al mismo tiempo busca ayudar a algunas personas en necesidad creando empleos. Se propone dar vida nuevamente a áreas verdes descuidadas para mejorar el ambiente de distintas comunidades y educar a las personas sobre el cuidado de estas, brindándoles la oportunidad de participar en dichas actividades. Haremos limpieza de áreas verdes, reforestación, charlas de concientización, maratones y actividades para recaudación de fondos, venta de camisetas, termos y pines (para ayudar a la sostenibilidad). Green Society responde a la necesidad que tiene Honduras sobre el cuidado del medio ambiente.

Una gran parte de los hondureños necesita la educación para el bienestar de la tierra en los próximos años. Somos un país rico en recursos naturales y debemos ser buenos administradores para mantenerlos, debemos cuidar de ellos de manera correcta. Un elemento diferenciador es que somos una empresa de economía colaborativa, no hay muchas empresas así en Honduras. Generalmente, es el Gobierno, clubes, voluntarios y la municipalidad quienes se dedican a realizar obras de limpieza, pero no existe una empresa completamente dedicada a nuestra labor. Nuestro equipo emprendedor está formado por personas con amor por el medio ambiente y con el deseo de hacer de nuestro país un lugar mejor.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Nuestro equipo está conformado por Olga Chirinos, Xiomara Madrid, Vivian Guity y Lorena Ramírez. Somos estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Lo que nos motivó a escoger este proyecto fue nuestro amor por el medio ambiente. Este es nuestro hogar y tenemos que cuidar de él. Analizando nuestro entorno, somos un país lleno de riquezas naturales y muchas veces no cuidamos de ella. Necesitamos ser una sociedad consciente del medio ambiente.

- ▶ **Olga Chirinos:** nació el 17 de septiembre de 1999 y vive actualmente en la ciudad de San Pedro Sula. Está por finalizar la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Tiene su emprendimiento “*Olgas Cupcakes*” y está comenzado uno nuevo llamado “*Socks*”. Tiene varios pasatiempos, como cantar, cocinar, pintar, dibujar y leer.
- ▶ **Xiomara Madrid:** nació el 1 de mayo de 1999, actualmente vive en la ciudad de San Pedro Sula. Se encuentra en su práctica profesional de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Tiene muchas aspiraciones por seguir y actualmente ayuda en el negocio familiar.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Green Society se asocia con los valores que comparte la economía social y solidaria como gestión responsable de los recursos, transparencia informativa, equilibrio en la distribución de recursos, participación, equidad, solidaridad, transferencia de conocimientos y muchos más similares a estos.

Cada país tiene necesidades y la economía solidaria aporta valor a la sociedad para ayudar a satisfacer esas necesidades. En nuestro país hay mucha naturaleza; sin embargo, no toda es respetada, como la ley de El Merendón, que ha sido alterada y poco a poco se ha urbanizado cierta parte. Con cada planta y árbol que plantemos hacemos una diferencia. Los árboles producen oxígeno, purifican el aire, vuelve los suelos fértiles, mantienen limpios los ríos y proveen de muchos beneficios más al planeta.

Para realizar nuestro trabajo de la mejor manera, tenemos que cumplir con varias necesidades, como las siguientes:

- **Mano de obra calificada:** Que las personas que lleven las finanzas lo hagan de manera correcta, aplicando los valores de la economía colaborativa, sin ánimo de lucro. Que dentro de la organización estén personas con conocimiento y amor por el medio ambiente para que puedan transmitir el interés y conocimientos a todos los voluntarios.
- **Plantas y herramientas:** Esto se puede traducir como semillas o plantas listas para sembrar. Se necesitan las semillas, plantas, agua, fertilizantes, abono y, en algunos casos, tierra. Por último, pero no menos importante, necesitamos las herramientas, como palas, rastrillos, tijeras, azadas, carretillas, un automóvil para el traslado de las plantas.
- **Mercadeo y publicidad:** Para el crecimiento, necesitamos darnos a conocer y el mercadeo es muy importante y necesario. Una parte de ello involucra la creación de redes sociales y la publicidad en la misma. La publicidad en redes sociales es mucho más barata que en medios tradicionales; sin embargo, utilizaremos ambos.
- **Productos promocionales:** Venderemos camisetas, termos y pines con nuestro logo y frases haciendo conciencia sobre el cuidado del medio ambiente.
- **Aplicación:** Haremos una aplicación donde los voluntarios se podrán comunicar entre sí, con un calendario que contenga las actividades del mes y que dé notificaciones y recordatorios sobre las actividades en las que participará.
- **Alianzas:** Se relaciona con la mano de obra, pero no es lo mismo, ya que en esta parte hay más voluntarios. Necesitamos el apoyo de empresas, colegios, universidades, colegios y voluntarios para operar de la mejor manera.

- **Recursos financieros:** Se necesita dinero para poder invertir, comprar lo mencionado anteriormente y pagar mano de obra.

GRUPOS DE INTERÉS

- **Colegios:** En nuestro país, los alumnos de último año de bachillerato tienen que hacer horas de vinculación, lo que es conocido como TES (Trabajo Educativo Social), donde se dedican 5 horas a la semana, durante 5-6 meses, a realizar una labor social. Los colegios pueden unirse con nosotros para que los alumnos de último año realicen plantaciones y limpiezas en beneficio del medio ambiente.
- **Empresas:** En la actualidad, las empresas quieren ser conocidas por su RSE (Responsabilidad Social Empresarial). Pueden participar donando efectivo, plantas, materiales, patrocinándonos e involucrando a sus colaboradores cuando realicemos viajes o actividades de plantación o limpieza.
- **Universidades:** Es un requisito de graduación realizar horas de vinculación. Todos los alumnos, independientemente de la carrera, deben llevar la clase de ecología. Los alumnos universitarios podrían participar en las actividades cuando estén cursando esa clase y tener también la oportunidad de participar para hacer sus horas, aunque no estén cursando la clase.
- **Viveros:** Los viveros son nuestros proveedores de plantas y materiales, sin ellos no podríamos operar, ya que las plantas son parte indispensable de nuestro trabajo.
- **Voluntarios:** Todas aquellas personas interesadas que disponen de su tiempo voluntariamente por amor y cuidado al medio ambiente.
- **Colaboradores:** Son personas necesarias para que la empresa funcione de manera correcta y eficiente. Sin su labor, no seríamos una empresa, cada uno tiene una función importante para cumplir con la misión y visión de la empresa. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

HND X HND

33

CAPÍTULO

AUTORES:

Camila Garcia,
Emili González,
Isabella Castro y
Juan Flores

Universidad Tecnológica de Centroamérica

RESUMEN DEL PROYECTO

El objetivo principal es proveer a los pequeños y medianos productores del sector de Santa Lucía, Honduras, de una plataforma digital que facilite la promoción y gestión en la venta de sus productos artesanales, promoviendo la mejora en el servicio al cliente; esto se logrará utilizando herramientas tecnológicas y ofreciendo una mejor estrategia en la promoción y venta de estos productos.

Las actividades clave serán desarrollar la aplicación, identificar los productores nacionales que estén dispuestos a participar en dicha plataforma, firmar acuerdos con los artesanos para poder vender sus productos a través de la aplicación y contratar personal de logística para que haga entrega de los pedidos de los clientes hasta la comodidad de su hogar o lugar solicitado. El proceso para realizar una orden es sencillo, lo que el cliente potencial debe hacer es descargar la aplicación HNDxHND, buscar en la aplicación el producto que desea, colocar su orden (dirección y pago) y finalmente debe esperar a que se le entregue la orden en el tiempo establecido en la misma plataforma.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

El problema

En este tiempo de pandemia, es muy difícil para las personas artesanas de Santa Lucía vender sus productos manufacturados, pues el turismo es uno de los sectores más afectados por el COVID-19 en Honduras, seguido de que no existe actualmente una plataforma que funcione como puente entre los clientes potenciales y estos productores artesanales. Esta dificultad en el contacto de ambas partes aumenta las posibilidades de riesgo de desaparición de este tipo de rubro artesanal.

La solución

La solución que propone HNDxHND es servirle de intermediario a los consumidores de artesanías y a los productores, por medio de una plataforma digital que les permita a los artesanos vender sus productos, observar los de su competencia para que de esa manera aumente competitividad y por lo tanto la calidad, además de dar a conocer su marca a distintos públicos (como hoteles rústicos, hogares, turistas, museos, parques, espacios artísticos, empresas de decoración, etc.). ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Kawas servicio
de mandados

34

CAPÍTULO

AUTORES:

Celso Chacón,
Diana Ávila,
Olga Rodríguez

Universidad Autónoma Nacional de Honduras

RESUMEN DEL PROYECTO

Servicio de Mandados Kawas es una empresa que se identificará como una organización sin fines de lucro con frecuentes cambios e innovaciones que le permitirán convertirse en una compañía ágil para ofrecer el servicio de intermediación de envío en compras efectuadas por usuarios, quienes atenderán sus necesidades de urgencia y conveniencia.

Desde el inicio, Servicio de mandados Kawas se caracterizará por ser una empresa de crecimiento agresivo, diversificando los servicios a ofrecer. Comenzará con atender necesidades de compra referidos a supermercados, farmacias y tiendas de autoservicios, para luego ampliar sus servicios en otras necesidades que se identificarán durante su operatividad. Buscará pasar de ser una empresa con servicios que atiende algunos sectores de la ciudad de Catacamas, para también ser una marca referente en sitios emergentes.

Este proyecto comprende dos partes, una en la que funcionará como una empresa de servicio que, aparte de dar oportunidades de empleo a las personas, ayudará a realizar las diferentes actividades de compras; también tendrá una parte social que comprenderá el desarrollo local y la seguridad alimentaria de la comunidad, a través de los fondos que serán obtenidos de cada mandado que se realiza.

Este modelo de negocio busca ser atractivo para aquellos dispuestos a colocar un capital de riesgo a la luz de las nuevas tendencias de la economía social, solidaria y colaborativa. (Figueroa-Zamudio, 2019).

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

La idea de diseñar un proyecto colectivo surge como una respuesta a la realidad adversa que enfrentan los hondureños. En un escenario difícil e incierto, una iniciativa de la economía colaborativa de plataforma supone una respuesta para solventar las necesidades de las personas involucradas directa e indirectamente. Por ser un modelo de negocio de fácil implementación y por las condiciones resultantes provocadas por la pandemia, el servicio se propone como una solución a los nuevos retos de los ciudadanos.

Somos conscientes de que muy pocas empresas operan bajo una iniciativa de Economía Social, Solidaria y Economía Colaborativa y, ante esta necesidad, se apuesta por que el servicio de mandados Kawas brindará esa ayuda a la comunidad, cuyo único fin no será hacer lucrar directamente a la empresa, sino promover el desarrollo local con proyectos amigables con el ambiente, procurando

mejorar la seguridad alimentaria con la implementación de huertos. Es por todo esto que el servicio de mandados proveerá los fondos para que la parte social del proyecto pueda funcionar.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

A raíz del confinamiento provocado por la pandemia del COVID-19 en el 2020, las mecánicas en torno a las compras y ventas cambiaron. El encierro obligatorio provocó que las compras a domicilio aumentaran. Por lo que esta necesidad de consumo ha ido incrementando a través del segundo, tercero y cuarto trimestre del 2020. Con el servicio de mandados Kawas se dará respuesta a esta necesidad en constante incremento.

Tenemos claro que el sector laboral y alimentario se ha visto afectado por la crisis sanitaria que actualmente pasamos; por tal razón, a parte de ver la necesidad de un servicio de mandado, también está la necesidad de un empleo, por lo cual consideramos que el proyecto puede ayudar, aunque sea inicialmente con un número reducido de personas, a familias que actualmente no tienen un empleo por causas diversas. Asimismo, sabemos que en muchas ocasiones hay familias que no tienen ni una fruta para poder comer en el día y es aquí donde el Proyecto Kawas entrará para beneficiarlas, identificando a las personas que tienen esas crisis alimenticias, proveyéndoles semillas, tierra y todo lo que se necesitan para implementarle un huerto en su casa, además de darles charlas de cómo deben cuidarlo.

GRUPOS DE INTERÉS

Tomando en cuenta que al ser un servicio que funciona con la herramienta de la tecnología, podemos identificar los siguientes grupos:

Negocios locales y extranjeros funcionando en Catacamas

- Cadenas de restaurantes y negocios de comida.
- Ferreterías.
- Supermercados.
- Abarroterías.
- Y negocios de otra índole que puedan acceder al servicio de mandados.

Familias

- Personas que tienen a disposición un teléfono móvil y acceso a las redes sociales.
- Personas jóvenes, mayores y adultas que residen en la ciudad de Catacamas.
- Familias en zonas aledañas con poco acceso a la variedad de productos. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Orquídeas

35

CAPÍTULO

AUTORES:

Alejandra Bejarano,
Allicen Lagos,
Elvia Flores,
Alex Rodríguez y
Carlos Amador

Universidad Autónoma Nacional de Honduras

RESUMEN DEL PROYECTO

Orquídeas es un proyecto que tiene como objetivo unir a través de una aplicación a emprendedores hondureños, con el fin de incentivar el consumo local y conectar en un solo lugar todos sus productos y servicios para la fácil adquisición de ellos por parte de los compradores.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Orquídeas responde a las siguientes necesidades:

- Fomentar el emprendedurismo.
- Incentivar el consumo local.
- Disminución del desempleo.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Orquídeas ofrece insumos 100% de productores nacionales, con el fin de fomentar el consumo local y traer consigo el desarrollo y crecimiento económico del país.

Orquídeas brindará asesoramiento y capacitación.

En la aplicación se encontrarán productos hondureños únicos y originales, los cuales podrán ser personalizados y adaptados por los artesanos y emprendedores según las necesidades de los consumidores.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- Somos un equipo multidisciplinario.
- Conocimiento del uso de herramientas digitales.
- Jóvenes emprendedores, comprometidos y responsables.
- Jóvenes con valores éticos y morales.
- Somos un equipo unido, empático y colaborador.
- El conocimiento y las guías para la realización del proyecto serán parte del apoyo brindado por parte de las universidades Tec Digital y UNAH.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Se planteó como grupo una idea de proyecto con bases en la economía social, solidaria y colaborativa, en donde se refiere principalmente a las relaciones de producción y distribución que están organizadas por el principio de solidaridad y no persiguen el lucro, marcada por la necesidad de gestionar y organizar los distintos recursos e instituciones económicas priorizando el interés social y equitativo. Por lo que nos motiva a formar parte de un cambio para el país, implementando soluciones de desarrollo en el emprendimiento y generación de empleo, obteniendo una vida más justa orientada al bien común, respetando el medio ambiente y con valores de solidaridad.

Considerando la introducción a este diplomado que nos inculca estas iniciativas de gestión económica social y solidaria, también se incorporará en el proyecto la innovación social que se desarrolla con esta iniciativa como una alternativa a los modelos de cambio y transformación, como el desarrollo y la modernización socioeconómica. Considerando que la innovación colaborativa y social ha tenido, y tiene, mayor relieve en periodos de crisis, históricamente han contribuido a la creación de empleo y han establecido mecanismos para facilitar el acceso a colectivos de personas vulnerables al empleo, reinvertiendo sus beneficios en la comunidad. Es precisamente por su impacto positivo en la sociedad, en el medioambiente y en los territorios que se ha reconocido a esta economía como la clave de comprender las necesidades sociales crecientes, ofreciendo soluciones adecuadas al desarrollo de un país.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En Honduras existe una alta tasa de desempleo, como se reporta en una nota periodística dada por el periódico el Heraldo (Carranza, 2020), en la cual se dice que el año 2020 habrá 350.000 nuevos desempleados solo por este año. Es necesario hacer frente a esta situación, por lo cual estos proyectos de generación de empleo y emprendimiento son ideales para cambiarla, ofreciendo una gran puerta a la demanda de mercado, con accesibilidad y relación directa con el cliente.

Las sociedades en el siglo XXI están implementando formas innovadoras de resolver problemas sociales complejos con el fin de transitar hacia un modelo de desarrollo sostenible. Ejemplos de esto son las diversas formas de comercio justo, autogestión de servicios, cooperativas de consumo, redes de cuidado, de esta manera comienza a adquirir vigor la idea de la emergencia de un nuevo paradigma de la innovación que enfatiza las dimensiones sociales y culturales de la misma y que está orientado a enfrentar estos retos complejos que asumen las sociedades.

Por consiguiente, el proyecto tiene como objetivo apoyar a los emprendedores hondureños e impulsar el crecimiento de pequeñas y medianas empresas. Esta iniciativa crea un sentimiento de orgullo sobre el consumo de productos nacionales donde participan empresas de todos los niveles, de

distintos productos o servicios, inculcando la solidaridad con el país y apoyar los emprendimientos de todas las personas hondureñas y así reactivar la economía por medio de apoyo y servir como una guía o conexión para todos esos micro empresarios que quieren dar a conocer su producto, progresar y crecer eventualmente, mientras se genera empleo y fomenta el emprendedurismo.

GRUPOS DE INTERÉS

Personas usuarias:

Emprendedores y microempresas hondureñas que ofrezcan un producto o servicio. Así como también los usuarios interesados en la adquisición de un producto o servicio.

Colaboradores:

La elaboración de la aplicación se realizará por un grupo de cuatro estudiantes, quienes aplicarán el conocimiento adquirido en la especialización con el apoyo de docentes especializados en el área de informática de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Así como también por parte del Tec de Costa Rica, el cual orientó y formó a los estudiantes encargados de este proyecto. Incluimos también a los estudiantes y docentes de la UNAH que aportaran su conocimiento para la capacitación y formación de los socios que forman parte de la aplicación. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Productos de mi Tierra

36

CAPÍTULO

AUTORES:

UNITEC, Honduras

Universidad Tecnológica Centroamericana

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestra idea de proyecto está enfocada en el sector de medianos y pequeños productores, los cuales pertenecen a un importante sector de la economía hondureña. Esta nace de la necesidad de una nueva plataforma que proporcione intermediaciones inmediatas con estas comunidades locales y que ayuden a su crecimiento económico, potenciando a los agentes y áreas locales; dicho esto, se hace hincapié en la implementación de una nueva forma de trabajar, que proporcione flexibilidad a la hora de hacer negocios, trato directo con los principales aliados de este sector y, por consiguiente, un desarrollo potencial en dicha economía.

En la llamada economía colaborativa, podemos distinguir las plataformas con base en la intensidad del factor productivo involucrado. En Honduras está muy identificado que el trabajador, o llámese “productor”, es a su vez quien provee el capital necesario para el desempeño de su tarea, por lo que es necesario la provisión de mano de obra y sus habilidades asociadas, como de algunos tipos de capital por parte del trabajador, por lo que genera una frecuencia del uso y dependencia económica respecto a los ingresos que genera a través de su plataforma o modelo de trabajo.

Por una lado, las llamadas plataformas de capital conectan a los clientes con individuos que intercambian activos o productos de igual a igual, pudiendo existir o no una contraprestación monetaria y, aunque el factor intensivo es el capital, todavía puede verificarse un aporte significativo de trabajo. A partir de este análisis, una de las prácticas que se podría implementar es una plataforma de financiación colectiva entre los agentes involucrados, donde sea posible el intercambio de fondos entre pares para financiar proyectos. También la creación de una red que conecte a los productores que incorporen tecnología y que muy probablemente aporten mejoras a la productividad. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Proyecto Multi-Étnica

37

CAPÍTULO

AUTORES:

Cindy Xiomara López Madrid,
Loreth Villatoro,
Paola Falck,
Carlos Antúnez

Universidad Tecnológica de Centroamérica

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestra empresa Distribuidora Multi-Étnica (MET) es una organización de iniciativa social que busca el desarrollo de las comunidades étnicas de Honduras a través de la distribución y comercialización de sus productos, siendo estos agrícolas, como el maíz, y pesca, como el camarón, pescado y la langosta.

Como distribuidora, tenemos como objetivo la colocación del producto desde estas comunidades aisladas a través de la contratación de transporte para facilitar la logística y entrega del producto a los clientes finales, siendo estos restaurantes, supermercados y hoteles. La comercialización de estos productos será a valor de mercado, evitando la subvaloración de sus productos y que estos puedan obtener mayores ingresos al poner en marcha su actividad económica.

Cada comunidad producirá o pescará una determinada cantidad de producto para poder cumplir con las metas de distribución. En el primer año se espera distribuir aproximadamente 1.260 quintales de maíz, 6.106 libras de pescado, 3.600 libras de langosta y 5.031 libras para abastecer a clientes de las ciudades de la zona norte, como San Pedro Sula, Puerto Cortes, Tela, La Ceiba y El Progreso, esperando así obtener ingresos de aproximadamente 3 millones de lempiras en el primer año. El proyecto se diseñó a un plazo de 5 años, esperando que brinde un retorno de aproximadamente 30%.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

► Cindy Xiomara López Madrid

Estudiante de la carrera de Licenciatura en Finanzas. Presidenta de la asociación estudiantil de Finanzas durante el año 2020. Persona responsable, proactiva y orientada a la obtención de logros con excelencia. Poseo pensamiento crítico y estratégico, sin dejar a un lado la creatividad. Capaz de adaptarme a cualquier situación y a trabajar en equipo. Fuertes valores morales y éticos. Mi motivación para ser parte del equipo radica en el anhelo de ser parte del desarrollo de nuestro país, aportando ideas sociales que contribuyan a la creación de empleo, desarrollo y crecimiento de las comunidades, generando con ello un mejor futuro para todos los hondureños.

► Loreth Villatoro

Estudiante de la carrera de Licenciatura en Finanzas. Integrante de la planilla de la asociación estudiantil de Finanzas del año vigente. Soy una persona disciplinada, responsable y perseverante. Considero que el aprendizaje y el conocimiento es lo más importante y

aplicarlo aún más; me adapto rápido a cualquier situación. Tengo ética y valores. Lo que me motivó para ser parte del equipo es que me llamó la atención de aprender nuevos modelos de gestionar una economía social, solidaria y colaborativa que generaría un mejor futuro para todas las personas.

► **Paola Falck**

Estudiante de la carrera de Licenciatura en Finanzas. Formé parte del grupo de apoyo de la asociación estudiantil de Finanzas en el 2020. Soy una joven, responsable, proactiva, orientada al análisis, obtención de logros y solución de problemas. Poseo la habilidad de adaptación al cambio, capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, lo que a su vez me facilita la comunicación de ideas. El motivo por el cual me interesé en el proyecto fue porque deseaba salir de mi zona de comodidad, adquirir nuevos conocimientos y aplicarlos en mi vida profesional en el futuro. Además de suponer un reto al ser un programa de larga duración que permitiría poner en práctica mis habilidades y capacidades.

► **Carlos Antúnez**

Estudiante de las carreras de Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios y Licenciatura en Finanzas. Me motivó el querer aprender nuevos conocimientos que beneficien el desarrollo nacional

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Honduras es un país multiétnico, multicultural y multilingüe que se compone de cuatro grandes familias étnicas: mestizos o blancos, que son la mayoría; los indígenas (lencas, misquitos, tolupanes, chortis, pech o payas, tawahkas); los garífunas; y los criollo-anglohablantes. Las etnias indígenas y los garífunas constituyen la herencia cultural de Honduras y representan cerca de 7% de la población del país.

Los indígenas que habitan en lugares de difícil acceso mantienen vivas sus costumbres ancestrales, así como la compra, venta e intercambio de bienes y servicios entre estos pueblos, como lo hacían sus antepasados.

Mientras que la situación de otros es diferente: se les utiliza con fines particulares en la explotación de la tierra, minería e incluso son llevados a las grandes ciudades para trabajar en la economía informal.

Al igual que en el pasado, estas comunidades se ven afectadas también por el impacto ambiental que generan las diferentes actividades económicas que se realizan en los espacios donde habitan.

Según las Federaciones Indígenas, los nueve pueblos indígenas y afrodescendientes que habitan Honduras se distribuyen en 2.128 comunidades.

Principales problemas entre los grupos étnicos en Honduras:

Ausencia de educación formal: Debido a que algunas aldeas se ubican en lugares tan lejanos no tienen acceso a la educación pública. Los niños trabajan desde muy pequeños y algunos no saben hablar español.

Falta de atención médica: La tasa de mortalidad de estos grupos étnicos es muy alta debido a la poca atención médica que reciben.

Discriminación: Estos son víctimas de discriminación por sus costumbres, color de piel, lengua, vestimenta y posición social.

Falta de acceso a servicios públicos: Estos no tienen acceso a energía ni agua potable, lo que a su vez genera enfermedades.

Falta de comercialización de sus productos: Los grupos étnicos presentan una gran dificultad en el comercio de sus productos de origen agrícola, de pesca, artesanales, etc. Esto conlleva a pequeñas o inexistentes fuentes de ingreso.

GRUPOS DE INTERÉS

- Grupos étnicos nacionales.
- Restaurantes.
- Supermercados.
- Hoteles.
- Consumidores finales.

Además de ser posibles clientes potenciales de los productos que producen estas comunidades, pueden brindar su apoyo a través de ayuda para su desarrollo, siendo esto parte de su responsabilidad social como empresas. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

TeguCoop

38

CAPÍTULO

AUTORES:

Karla María Espinoza Panameño,
Scarleth Vanessa Torres Godoy,
Granly Josué Jiménez López y
Daniel Alejandro Pavón Velásquez

Universidad Tecnológica de Centroamérica

RESUMEN DEL PROYECTO

Como proyecto de economía social, solidaria y colaborativa se presenta un supermercado cooperativo que lleva como nombre TeguCoop, donde sus cooperativistas son consumidores, copropietarios y participantes. Los productos del supermercado serán mayormente hondureños, apoyando a los agricultores y emprendedores nacionales, como las MiPyME. El proyecto tiene como comunidad objetivo la Colonia Kennedy, ubicada en Tegucigalpa, la capital de Honduras.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

En Honduras, el salario mínimo no cubre el precio de la canasta básica, vulnerando el cumplimiento del derecho a la alimentación del pueblo. Asimismo, 58% de los empleos son parte del sector informal (MiPyME, productores cooperativos, entre otros), donde las personas no cuentan con los derechos que se merecen a pesar de su esfuerzo laboral diario.

De este modo, TeguCoop brinda aportes ante estos problemas, ofreciendo precios más accesibles a productos alimenticios y priorizando a los productores locales como proveedores del supermercado.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

La mejor cualidad de TeguCoop como supermercado cooperativo es que si las personas colaboran en él brindando 3 horas de trabajo al mes, no habría un pago por salarios, de este modo los productos que se venden tendrán precios más accesibles que aquellos de un supermercado convencional, creando una comunidad, apoyando la MiPyME y educando a la población acerca del apoyo que se le debe brindar a uno de los eslabones más importantes de la economía hondureña.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Como equipo, reconocemos el espíritu emprendedor en cada uno de nosotros, tratando de desarrollarlo y mejorarlo; asimismo, reconocemos las fortalezas y características que poseemos, cumpliendo con algunas de ellas que son reconocidas por ser fundamentales, tal como es la responsabilidad que se debe tener de manera individual y con el equipo, de este modo consideramos como una fortaleza los valores y actitudes, los cuales tratamos de emplearlos al desarrollar cualquier idea o trabajo, manteniendo las actitudes positivas y perseverantes.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Recalcando que un equipo emprendedor no solo es un conjunto de personas, más bien, es un círculo cerrado de personas que trabaja en conjunto para lograr metas en el emprendimiento, trabajan comprometidas para alcanzar una visión de un proyecto. Eso somos nosotros atrás de este proyecto revolucionario en nuestra sociedad.

Nuestro equipo está conformado por Karla María Espinoza Panameño, Scarleth Vanessa Torres Godoy, Granly Josué Jiménez López y Daniel Alejandro Pavón Velásquez. Siendo los cuatro miembros estudiantes activos de la Licenciatura en Economía en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), con edades en el rango de 18-21 años, con una mentalidad para el futuro, con anhelos de incentivar el desarrollo en nuestro país, apasionados por lo social, determinados a cumplir los objetivos; esto somos, los emprendedores detrás de TeguCoop.

Como futuros economistas de Honduras, nos vinculamos con la idea por la Economía Social y Solidaria y Economía Colaborativa. Por ser conocedores de la economía y haber estudiado en las diferentes escuelas de esta ciencia, la nueva ideología reformista de nuestro objeto de estudio nos impulsó para poder inscribirnos en el proyecto. Además, por compartir pensamientos y deseos se nos ha facilitado mucho el trabajo por la conexión que tenemos.

La Economía Social y Colaborativa es un nuevo parámetro y punto de vista de la economía actual y como nosotros la hemos estudiado. Nos llamó la atención que un proyecto con este nuevo sentido para la sociedad nos haya impactado en el mismo grado a los cuatro, que nos motivó para involucrarnos en nuestra totalidad para crear algo que se viene observando en países desarrollados. Por otro lado, es algo que nuestro país necesita, el poder brindar una ayuda diferente para solucionar las distintas problemáticas internas.

En los últimos años, Honduras ha tenido altos y bajos, y en su mayoría, se ha mantenido más tiempo en los momentos “bajos” que al contrario. Se ha intentado de diferentes maneras buscar solución a los problemas que por años hemos tenido y han aumentado. Por ello, consideramos que el intento para buscar una solución a las adversidades nacionales puede estar en otros pensamientos, en nuevas perspectivas y esto es lo que nos presenta INICIA. Con ese sentimiento de anhelar el cambio, producir un ambiente confiable para el crecimiento social, creer que lo tradicional ya se está agotando y consideramos que prever es nuestro instrumento para desarrollarnos, crecer y aprender como personas y como país.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Hemos identificado dos principales problemas en Honduras. En primer lugar, que el salario mínimo en el país, en muchos casos, no cubre el precio de la canasta básica, vulnerando el cumplimiento del

derecho a la alimentación del pueblo. En 2020, el salario mínimo mensual promedio en Honduras es de L10.022 (Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, 2020). Cabe destacar el hecho de que este dato es un promedio, puesto que existe el caso, por ejemplo, de los trabajadores del sector agrícola en empresas con 10 trabajadores o menos que cuentan, por ley, con un salario mínimo de L6.762,7. La canasta básica a lo largo del 2020 ha oscilado las 6 mil lempiras (COHEP, 2020) (PROCESO, 2020). Aún si para algunas personas el salario mínimo cubre el precio de la canasta básica, se debe considerar que la comida no son los únicos gastos que se necesitan dentro de un hogar digno.

Asimismo, como segundo punto, al 2016 “58% de los empleos en Honduras todavía son informales, uno de los niveles más altos en América Latina y el Caribe. La informalidad laboral se encuentra en todos los sectores económicos: los servicios (28%), la agricultura (19%) y la industria (11%). A su vez, los empleos formales son minoría en todos los sectores, con 23 % en los servicios, 8 % en la agricultura y 11 % en la industria” (Michel & Walker, 2019). El sector informal del trabajo incluye a las MiPyME, los productores cooperativos, entre otros, quienes no cuentan con los derechos laborales que se merecen a pesar de su esfuerzo diario.

TeguCoop nace con el objetivo de ofrecer una cooperativa que aporta a la solución de estos dos problemas. Al no incurrir en el costo elevado de salarios, los precios de los productos alimenticios en TeguCoop estarán más apegados a su costo, es decir, se reducirá el margen de ganancia en comparación con aquel de los supermercados convencionales. De esta manera, los hondureños que sean miembros del supermercado tendrán una mejor accesibilidad a los productos que normalmente compran a altos precios. De igual manera, los productos que se venderán a un mejor precio serán mayoritariamente proveídos por productores del sector informal, apoyando así a la mano de obra hondureña.

GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés en TeguCoop se dividen en dos: internos y externos.

Grupos de interés internos

Dentro los grupos de interés internos tenemos uno que se compone de las mismas personas, pero estas desempeñan tres roles diferentes:

- ▶ **Rol de consumidores:** solo los cooperativistas pueden acceder al supermercado y compran lo que quieren y cuando quieren.
- ▶ **Rol de personas copropietarias:** el supermercado, o sea, el capital social, pertenece exclusivamente a los cooperativistas. Asisten y votan las grandes decisiones en las Asambleas Generales ayudando a mejorar la cooperativa.
- ▶ **Rol como participantes/colaboradores:** dedican 3-4 horas cada 4 semanas a las labores del supermercado (reposición, recepción de pedidos, limpieza, caja, administración, etc.).

Asimismo, dentro de la parte interna de TeguCoop, otro grupo de interés importante son los colaboradores permanentes, los cuales se encargan de la gerencia del lugar y cuentan con un salario.

Grupos de interés externos

En primer lugar, las personas de la comunidad en la que se establezca TeguCoop. En segundo lugar, los proveedores de productos nacionales (mayormente PyME y productores cooperativos). Asimismo, otras cooperativas dispuestas a formar alianzas con nosotros, así como también redes cooperativistas como CONSUCOOP. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Servi-504

39

CAPÍTULO

AUTORES:

Ángel Vargas,
Junnior Miguel,
Kellin Rosales,
Luis Flores,
Yenny Hernández

Universidad Autónoma Nacional de Honduras

RESUMEN DEL PROYECTO

En la actualidad la tecnología se ha vuelto un recurso vital para poder emprender y tener éxito; por esta razón, como equipo se ha tomado la decisión de cambiar un poco el rubro de poder llevar los servicios técnicos/domésticos al hogar. Con la elaboración de este proyecto, las personas pueden elegir a quien consideren más capacitado para la realización del trabajo con un solo clic.

El proyecto consiste en la creación de una plataforma virtual en la cual las personas podrán demandar un servicio para el hogar en las diferentes áreas, como electricidad, fontanería, albañilería, soldadura, carpintería, entre otros; para ello se diseñará una aplicación llamada Servi-504 disponible para dispositivos del sistema IOS y Android.

Al momento de descargar la aplicación, se llenará un registro en el que el usuario tendrá dos opciones para ingresar como socio; es decir, las personas que brindarán el servicio y como usuario, que son quienes demandarán el servicio en el futuro.

Al ser una empresa de economía social, solidaria y colaborativa se destinará un porcentaje de los ingresos en obras que beneficien a la sociedad en las principales áreas de necesidad de nuestro país, como salud y educación.

Lo que diferencia a Servi-504 de otras plataformas similares es que se cuenta con socios altamente capacitados, los cuales estarán certificados por el instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) e institutos técnicos; por lo tanto, los usuarios tendrán más confianza al momento de seleccionar a la persona para el trabajo.

De acuerdo con el estudio financiero realizado y respaldado por la información obtenida mediante la encuesta de propósitos múltiples y encuesta de hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE), se determinó la viabilidad y factibilidad de este proyecto; cabe destacar que se contempló el 5% de aceptación en el mercado de nuestras competencias, obteniendo aun así buenos resultados que respaldan el desarrollo de Servi-504.

Debido a las diferentes situaciones que se ven en el diario vivir, como lo es pandemia por COVID-19, con la creación de esta plataforma lo que se busca es tener menos contacto con las personas.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Equipo

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras; cabe mencionar que a lo largo de la carrera hemos coincidido en más de

una ocasión por una cátedra o en los pasillos de la facultad. De los cinco integrantes, tres ya han terminado sus créditos: Yenny, Junnior y Luis; en el caso de Ángel, es su último periodo académico; y para Kellin, aún falta por cursar su último periodo, por razones de la contingencia del COVID-19 tenemos pendiente la práctica profesional, situación que nos desmotivó en un principio; no obstante, fue un gran impulso para realizar este proyecto.

Motivaciones y razones

Si bien la principal motivación en todo esto fue la sed de poder aplicar un poco los conocimientos adquiridos en los salones de clase más el aporte de todo el material del diplomado, todo comienza preguntándonos qué podríamos desarrollar para que se complementara con la economía social, solidaria y colaborativa que también a su vez aportará un grano de ese fruto a la sociedad y a cada uno de sus usuarios.

Y con el aumento de pedidos a domicilio de servicios de envío y similares, pensamos en idear Servi-504 como una alternativa en el mercado que nos permita, desde la seguridad de nuestras casas, poder ofrecer y adquirir servicios técnicos domésticos u oficios para la comunidad, entre ellos tenemos los básicos, como carpintería, plomería, jardinería, etc.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Hoy, hemos sido parte de la recesión económica a la que se enfrentan los países, de igual manera, la resiliencia que tratan de atravesar las empresas que ya están posicionadas en el mercado, de modo similar las PyME, tiene su propia cartera de clientes para poder presentarse ante un mercado altamente competitivo y agresivo cada uno en su propia área.

Por lo consiguiente, se ha dejado como objetivo primordial del proyecto a los pequeños emprendedores que no cuentan con su propia cartera de clientes diversa y con su propia publicidad, con la cual se apoyan ante la competencia directa (trabajadores de oficio). De esta forma, incentivando la solidaridad de los miembros de equipo como entes de respaldo para dichos emprendedores.

El alcance de dicho proyecto viene a cubrir un área afectada que no ha recibido el apoyo necesario para poder seguir emprendiendo, ya que las autoridades competentes no han considerado de importancia el desarrollo y actualización de las plataformas virtuales para lograr una penetración ante un mercado desconocido pero prometedor para la economía y posicionamiento de los micro emprendedores.

Notablemente, su funcionamiento favorece a la economía del país, ya que la tasa de desempleo se verá disminuida en el sector en el cual ahonde la plataforma; como tal, las personas tendrán una mayor facilidad de comunicación con ellos a través de esta que facilitara el proceso de establecimiento

comunicacional y recomendaciones que se verán reflejadas del arduo trabajo que los emprendedores realicen en sus trabajos.

De igual manera, considerando que se tiene la necesidad primordial de adquisición de un servicio eventual de calidad, siempre acompañado de seguridad, confianza, tecnificación y especificación del trabajo. Con una necesidad común entre una población para el año 2020 de 1.295.575 según datos obtenidos del censo población realizado por el INE. De igual forma, se presenta la necesidad de una plataforma que brinde una conexión entre personas altamente calificadas en disposición en realizar un trabajo más especializado, con usuarios que requieran de estos servicios mencionados anteriormente, ligado a lo anterior encontramos que, según Giselle del Carmen, (2020), el 32% de la población en Honduras utiliza Internet, 79 de cada 100 personas tienen suscripciones de banda ancha móvil. Estas estadísticas evidencian que el sector TIC en Honduras está en fase de desarrollo factor que se puede aprovecharse en pro de los beneficios que se quieren alcanzar con el proyecto.

GRUPOS DE INTERÉS

Personas usuarias

En relación con los grupos de interés, los usuarios de la plataforma serán colonias y residenciales con viviendas en la categoría de ingresos medios-bajos, medios-altos y altos; por el momento se enfocarán los recursos en posicionarse en este segmento de la población.

Colaboradores

En cuanto a nuestros colaboradores, se buscará una alianza estratégica con proveedores de herramientas y utensilios necesarios para la ejecución de los trabajos presentados por la plataforma; estas alianzas en el ámbito privado se buscarán con ferreterías y similares, con el fin de poder acceder a mejores precios y a una simbiosis perfecta en la ejecución de los trabajos por realizar. En lo que respecta instituciones públicas, la idea es establecer una buena relación con el Instituto Nacional de Formación Profesional “INFOP”, con el fin de poder acceder a sus estudiantes certificados en los diferentes oficios.

Estas colaboraciones nos permitirán tener un flujo constante de prestadores de servicios a través de nuestra plataforma; asimismo, se supondrá una bolsa digital de empleos para los estudiantes de ese instituto que busquen ofertas de trabajo fuera de nuestra afiliación como cooperativa. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 6 —



NICARAGUA

AGRO-MARKET

40

CAPÍTULO

AUTORES:

Oswaldo Baldelomar,
Alberto Escobar,
Olga Mendoza,
Yohnny Mercado

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua

RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto AGRO-MARKET es una propuesta de mercado virtual que permitirá vincular directamente a hombres y mujeres productores del campo con consumidores locales de la ciudad que requieren consumo de alimentos sanos, frescos, provenientes de manos productoras locales. La plataforma AGRO-MARKET es una propuesta innovadora que facilita el comercio electrónico de manera digital de forma que las personas protagonistas del campo y la población de la ciudad puedan ejecutar una transacción que beneficie a ambos sin el inconveniente de intermediarios.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

AGRO-MARKET busca posicionar en las plataformas digitales el comercio electrónico del sector agro, debido a que este sector actualmente cuenta con poco acceso al mercado digital. Nuestro proyecto busca dar ese valor agregado y diferenciador que pueden ofrecer a productores del campo que día a día trabajan para labrar la tierra y cosechar los frutos que ofrece la madre tierra. El proyecto contribuye a que los consumidores de la ciudad puedan acceder y llevar a sus mesas los productos agrícolas provenientes del campo de forma fresca, con precio justo y de esta forma dinamizar de manera diferente la economía de las familias. AGRO-MARKET, como parte de sus temas transversales, busca fomentar las buenas prácticas sociales, incluyendo como protagonistas prioritarias a mujeres forjadoras del campo que simbolizan la administración de los recursos económicos del hogar.

Este proyecto nace en un contexto atípico, en medio de la pandemia del COVID-19, donde las personas productoras a nivel nacional han experimentado dificultades para comercializar debido a las restricciones sanitarias. Estos protagonistas forman los agentes económicos importantes, mientras que la población (clientes) se autorrestringe por el temor de contagiarse con la enfermedad, lo cual provocó una baja en el flujo de transacciones. AGRO-MARKET busca mitigar y dar respuesta a este tipo de problemática y que de esta manera el comercio pueda ser fluido y sin restricciones.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Uno de los elementos que hace diferente esta propuesta es la de vincular a las personas productoras del sector agro directamente con consumidores finales y evitar la intermediación, donde esta última acapara productos para manipular los precios mediante la especulación; por lo tanto, dicha propuesta busca eliminar las barreras existentes para tener una forma de comercio más justa.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo de AGRO-MARKET está integrado por estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas que provienen de carreras de Administración de Empresas, Economía y Economía Agrícola; este equipo es diverso al ser sus integrantes estudiantes de diferentes carreras de la facultad de Ciencias Económicas, lo que facilita el entendimiento y la unidad; asimismo, está integrado por una mujer y tres hombres, permitiendo que nuestro equipo represente la diversidad en sexo y género, elevando esta propuesta a otro nivel debido a que cuenta con las características individuales de cada uno de sus miembros y se podrán aprovechar al máximo, preparando así un proyecto sólido, con perspectivas a la innovación, la economía social y colaborativa en beneficio de las personas protagonistas del campo y la población de la ciudad.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Una de las motivaciones para la elección del proyecto de emprendimiento es la colectividad, la forma de hacer un comercio justo, mejorar la calidad de vida de los actores que intervienen en propuesta, dinamizar el sector agro aprovechando las plataformas digitales existentes, integrar al sector agro a las nuevas formas de hacer negocios en un mundo cada vez digitalizado.

Las razones de integrar al sector agro (hombres y mujeres pequeños productores independientes) dentro de esta iniciativa es la de eliminar la brecha entre consumidor y productor, crear canales directos para el acceso a mercados diferentes, que los consumidores puedan tener la seguridad que le están comprando al productor y dar la posibilidad de acceder a mercados con alternativas tecnológicas que difiere de los ya existentes, como son los mercados tradicionales.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA:

Como parte de las necesidades identificadas en la idea del proyecto, se tiene la creación de una plataforma (digital) de mercado virtual, con características propias del proyecto, donde se registraría un usuario con todos los datos personales, inventario y tipos de producto que se ofrece en la plataforma; dicha espacio es una de las necesidades más significativas, ya que las posibilidades de acceso para la obtención de esta son limitadas por la parte económica y las habilidades que las personas integrantes poseen, debido a que ninguno tiene formación en el ramo de desarrollo de plataformas y programación. Las personas productoras en Nicaragua no usan plataformas digitales, de manera que este modelo permitirá romper el esquema tradicional de negocios, reducirá costo de transacción y empoderan agentes que interactuaran en su idea de negocio.

El proyecto, de ser beneficiado con una inversión o apoyo técnico, estaría solucionando una de las inconvenientes más grandes, lo cual ayudaría a desarrollar la propuesta del negocio.

GRUPOS DE INTERÉS

La idea de proyecto es involucrar a productores locales de zonas productoras del país, sean pequeños productores o grandes; otro de los actores sería personas con conciencia de apoyo a productos locales (se estaría realizando campañas en pro del consumo de productos locales), en otras palabras, generar conciencia en el consumidor, enfocándonos en que su participación como individuo podría cambiar la vida de los productores.

Se pretende contar con una red de distribución para el traslado de la mercancía; para el caso de pequeñas cantidades de 5 K a 15 K, transportarlo en motocicleta (red de voluntarios que por una remuneración acepten ser parte de la red de logística del proyecto). Dentro de las instituciones para promover estaría el MEFCA, Comisión Nacional de Economía Creativa, la cual puede servir de enlace con diferentes actores en el sector agropecuario. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Cafetería Móvil Nic

41

CAPÍTULO

AUTORES:

Yolanda Castro,
José Fletes,
Cristhoffer Pérez,
Jorleny Robleto,
Kener Salinas

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua

RESUMEN DEL PROYECTO

Según Ortells Chabrera y Ortells Chabrera (2013), el café es básico en la economía de Nicaragua. La calidad certificada es una forma de mantener el cultivo y aumentar los recursos de las familias campesinas. El llamado “comercio justo” es una nueva forma de intercambio comercial que busca la equidad y la sostenibilidad, destacando valores ambientales y sociales. La realidad nicaragüense y la experiencia de la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte, CECOCAFEN, analizadas, permiten vislumbrar el potencial de la producción de café de calidad para el desarrollo de países pequeños en los que el café representa uno de los principales rubros de exportación.

Por lo antes citado, se aprovechará el café, mejor conocido como grano de oro, abundante en nuestro país, que será la materia prima principal del proyecto propuesto de economía social, solidaria y colaborativa que se explicará en el presente documento.

Cafetería Móvil Nic es una nueva propuesta de proyecto, único en su estilo en Nicaragua; este negocio utiliza un modelo económico empresarial social, solidario y colaborativo. El presente emprendimiento busca ofrecer un servicio diferente a los negocios convencionales de este tipo, se ejecutará primeramente en la capital de Nicaragua, Managua, y luego con replicabilidad en los diferentes departamentos del país, con el objetivo de que las personas puedan disfrutar de un excelente café aromático, delicioso con calidad y al mejor precio, cerca de su lugar de trabajo, centros de estudios, parques, ferias locales, juegos deportivos, actividades con gran número de concentración de personas, mercados y cualquier otro espacio propicio.

Para determinar la viabilidad y factibilidad del presente proyecto, se realizó un proceso de investigación; consultando estudios realizados, se descubrió que luego de la aplicación de una encuesta a consumidores potenciales en 11 barrios del distrito VI de Managua, 95% de las personas encuestadas consume café. (Álvarez Guevara, 2017).

El negocio constará inicialmente de un pequeño espacio físico alquilado, con instalaciones que presten las condiciones básicas y necesarias para operar el negocio, en donde se concentrará toda la administración y que será liderado por un equipo multidisciplinario de personas emprendedoras y especiales que serán los principales actores. Se contará primeramente con una pequeña flota de minicafeterías móviles, con un sistema de ruedas que permita su fácil movilización, haciéndolo fácil, sencillo y práctico.

Más allá del beneficio económico, se pretende generar un impacto positivo y mejorar las vidas de aquellas personas que no cuentan con un empleo estable y flexible, por tal razón esta iniciativa capta a los protagonistas principales que darán realce a este proyecto y quienes operarán estas minicafeterías; se pretende dar empleo única y exclusivamente a sectores sociales cuyas oportunidades laborales son

pocas o limitadas, en este sentido contrataremos a madres solteras de escasos recursos, trabajadoras y trabajadores por cuenta propia que deseen migrar o combinarse con un trabajo formal y de pago justo, personas con capacidades diferentes que puedan trabajar dentro de este proyecto, personas con síndrome de Down, con algún grado de habilidad intelectual que les permita desarrollarse laboralmente, estas personas serán las principales protagonistas de este emprendimiento. Por lo antes mencionado, Cafetería Móvil Nic está comprometida con los sectores sociales que están en desventaja al momento de encontrar un empleo, este espacio es de ellos.

Es importante señalar que para la contratar a este capital humano se aplicará la igualdad de género, garantizando un balance entre la cantidad de individuos por contratar; también se realizará una entrevista y un proceso de investigación para determinar si realmente la persona solicitante necesita el empleo, esto dando cumplimiento a los principios de equidad y justicia social que caracterizan al negocio. Se contará con un plan de especial de capacitación laboral dirigido al personal antes mencionado, con el objetivo de dotarlos de las herramientas y conocimientos necesarios. Si bien es cierto los carritos móviles serán operados por una sola persona, se contará con un sistema de comunicación móvil entre la cafetería central y demás miembros del equipo, esto con el objetivo de garantizar la comunicación y colaboración.

Cafetería Móvil Nic apuesta por la inclusión laboral con carácter social y solidario, además de liderar el mercado de venta de café preparado con calidad y fines solidarios. A través de las minicafeterías portátiles, se pretende ser un referente nacional en donde todos los clientes consumidores de este café conozcan que, por medio de su compra, están contribuyendo a mejorar el estilo de vida de las personas protagonistas que trabajan dentro de esta iniciativa, enfocándose no solo en el beneficio económico que pueda traer al negocio, sino también en la contribución que están dando al tomarse un rico vaso de café elaborado por madres solteras de escasos recursos, vendedores independientes y personas con capacidades diferentes.

Cafetería Móvil Nic está conformada por una red de carritos equipados estratégicamente para ser operados por una sola persona, quien procesará el grano desde molerlo con un dispositivo manual, hasta preparar el café en una máquina que funciona con gas licuado y servirlo amablemente con la cantidad de azúcar deseada a los clientes, todo esto aplicando las medidas de higiene necesarias, considerando también el contexto actual de la pandemia del COVID-19 que atraviesa el mundo.

Al tratarse de carritos móviles, su ubicación no requiere un espacio físico fijo, brindando la oportunidad de ubicarse casi en cualquier lugar, donde son enviados según la programación de la gerencia central desde donde se opera y administra el negocio. Al ser equipos móviles pequeños operados por una sola persona, se puede retirar fácilmente, dejando el espacio ocupado sin alterar el entorno, de esta manera se persigue ahorrar un importante costo de inversión inicial.

Como parte del compromiso social, solidario, colaborativo y con el objetivo de promover el consumo local y el comercio justo, los principales proveedores de café como materia prima de la Cafetería Móvil Nic serán los pequeños productores organizados o no en cooperativas cafetaleras,

de los departamentos de Estelí, Jinotega, Madriz, Matagalpa y Nueva Segovia, que conforma la ruta del café en Nicaragua. El producto se obtendrá a un precio justo, tanto para el proveedor como para los clientes propietarios del emprendimiento, con esto también se garantiza la frescura y calidad del producto. Claro está que un buen café debe de ir acompañado de un delicioso pan o repostería, que también se adquirirán en panaderías locales, apoyando así a estas personas e incentivando a la población a través de este ejemplo a consumir lo nacional.

Uno de los principales objetivos de Cafetería Móvil Nic es que la población sepa que el café que adquieren es preparado y servido por minorías o grupos desfavorecidos antes mencionados, además de ser una empresa que promueve el comercio justo, adquiriendo el café directamente de la mano de pequeños productores. Este emprendimiento adquiere un compromiso social y ambiental.

Social, porque un porcentaje de las ganancias cada cierto periodo será destinado a instituciones, programas y proyectos sociales en el país, como centros de rehabilitación, asilos de ancianos, entre otros.

Ambiental, porque nuestros carritos no utilizarán combustible y al ser móvil no modificaremos el entorno donde se establecerán temporalmente; los residuos del café se empacarán en bolsas plásticas comunes y se venderán como fertilizante para mejorar la calidad de la tierra y aportar nitrógeno según el portal web de HolaDoctor (2018), de igual forma se puede utilizar en huertos o en jardines para multitud de fines, ya sea aplicándolo de forma directa o mediante alguna sencilla transformación, de acuerdo con el artículo escrito por Amigo (2018).

También se realizará un donativo dos veces al año al Zoológico Nacional de Nicaragua; se instruirá a los clientes de cómo deshacerse responsablemente de las bolsas plásticas en que se empacan los residuos del café adquiridos como abono, además de los vasos y cucharas con el que se sirve y prepara el café, de esta manera se realiza conciencia ambiental. Es importante que los clientes sepan cómo funciona el negocio, destacando que es un proyecto de economía social, solidario y colaborativo, por eso el plan de mercadeo incluirá estos aspectos importantes, con el fin de ser un referente nacional de ESS y EC y motivar principalmente a los nuevos negocios a adoptar este nuevo modelo.

El proyecto propuesto por su aporte social está abierto a crecer por medio de apadrinamiento de instituciones privadas y públicas, tanto a nivel nacional como internacional, quienes pueden brindar sus aportes monetarios o materiales con el objetivo de adquirir los recursos suficientes para la creación de nuevos espacios de trabajo para las personas protagonistas, esto se pretende lograr a través de una divulgación masiva del quehacer de Cafetería Móvil Nic.

Lema: “El sabor de ser solidario”

Significado del nombre: Cafetería Móvil Nic, significa que es la primera cafetería móvil en Nicaragua con compromiso social.

Se realizó la búsqueda de antecedentes de proyectos similares; sin embargo, los resultados obtenidos determinaron que no existe una cafetería con el concepto propuesto, pero se encontró un negocio que da empleo a personas que no tienen capacidad auditiva, “Nicaragua tiene un espacio único y original en la colonial Granada. De la iglesia La Merced, media cuadra al lago, tiene a disposición un cafetín, un restaurante y una factoría de hamacas, en un solo lugar. El Café de las Sonrisas (de tío Antonio) es un lugar mágico, en cada rincón hay una historia plasmada en la pared y su servicio es excelente; la particularidad de este negocio es que sus trabajadores son sordos”. (Instituto Nicaragüense de Turismo, 2017)

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Cafetería Móvil Nic nace pensando en atender varias necesidades, la primera es que en Nicaragua no existen una red móvil de minicafeterías que se pueda encontrar prácticamente en cualquier lugar, cobijada bajo una reconocida marca nacional, que ofrezca una nueva alternativa de calidad y precio justo, brindando la posibilidad de disfrutar de un buen café en cualquier espacio abierto o cerrado.

La segunda necesidad identificada es de gran importancia, se refiere a ofrecer oportunidades laborales para personas menos favorecidas, priorizando a madres solteras, trabajadores independientes que quieran una fuente de ingreso extra con horarios flexibles, personas con capacidades diferentes y personas que padecen el Síndrome de Down.

La tercera necesidad identificada se refiere a ofrecer a la población un concepto diferente de cafetería, donde la finalidad principal no sea únicamente el beneficio económico, sino también ser un ejemplo de emprendimiento social, basado en la colaboración entre todos los miembros, en donde el capital humano sea prioridad, garantizando así un empleo digno y estable, además de promover el consumo local y el cuidado al medio ambiente a través de las acciones mencionadas anteriormente.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Cafetería Móvil Nic es el primer negocio de este tipo en Nicaragua, con modelo de economía social, solidaria y colaborativa, siendo la primera cafetería en donde las personas trabajadoras provienen de sectores sociales menos favorecidos o empobrecidos, además contar con un compromiso social, ambiental y promover el consumo local y justo, a través de la obtención de materia prima directamente de las manos de pequeños productores de café y panaderías locales.

Estos elementos diferenciadores permitirán a este negocio ser distinguido como punto de referencia nacional e internacional, ubicados de forma estratégica en varios lugares de la capital, con el objetivo principal de brindar un mejor servicio a los consumidores, a través de una experiencia única, memorable y la satisfacción de los clientes al saber que, por la compra de cada vaso de café y pan, contribuyen a una iniciativa de economía social, solidaria y colaborativa que da empleo a personas que lo necesitan, además de generar un impacto social positivo en el país.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Cafetería Móvil Nic está conformado por personas emprendedoras que han tenido trayectorias muy enriquecedoras en conocimientos sobre modelo de negocios y formulación de proyectos empresariales, experiencia que ha sido de gran utilidad para el desarrollo de esta propuesta.

En el desarrollo del presente proyecto surgieron datos importantes que permitieron al equipo de Cafetería Móvil Nic orientar el emprendimiento de ESS y EC hacia un sector con un ritmo de crecimiento y permanencia, debido a que el café es de consumo básico en la mayoría de los nicaragüenses.

El presente proyecto es propuesto por un equipo multidisciplinario de 5 estudiantes de la UNAN-Managua, quienes se han destacado por su participación en diferentes actividades, convocatorias y concurso de innovación; es importante destacar que las mujeres del equipo tienen emprendimientos familiares y personales, lo que les brinda una amplia experiencia en el mundo de la innovación y el emprendimiento; otro de los miembros se encuentra en proceso de patentar un equipo médico. A continuación, los nombres y carreras de los integrantes:

1. Jorleny del Socorro Robleto Cáceres (Química Farmacéutica).
2. Yolanda Massiel Castro Mercado (Economía Agrícola).
3. Kener Abel Salinas Sequeira (Ingeniería en Sistemas de Información).
4. Cristhoffer Alexander Pérez Garay (Ingeniería en Ciencias de la Computación).
5. José Gamalieth Flores Marín (Medicina y Cirugía).

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Los proyectos sociales mejoran las condiciones de vida de un grupo específico, con el objetivo de promover cambios positivos en las personas; las instituciones u organismos son quienes promueven proyectos colaborativos, de igual manera las empresas privadas aportan un porcentaje en contribución a obras sociales en beneficio de aquellos que son más vulnerables.

Como miembros de una sociedad en común, debe existir un compromiso social, una necesidad por participar y promover proyectos es una manera positiva de contribuir en la ayuda hacia los grupos que requieren más atención en cuanto a ayuda de cualquier índole... Es participar promoviendo o participando en proyectos favorables a los más necesitados, el equipo de Cafetería Móvil Nic posee un compromiso social, posee objetivos orientados en beneficios de un grupo que requiere atención.

Como variables por tomar en cuenta, se determinó que el emprendimiento por desarrollarse tenía que impactar positivamente la economía a las personas en relación con el proyecto. Por lo que se determinó que Cafetería Móvil Nic tendría mayor impacto porque estamos ayudando a las personas

que no poseen muchas oportunidades de laborar formalmente, ayudando a muchas familias de nuestra comunidad y siendo referencias ante el surgimiento de nuevos proyectos con un enfoque social.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Cafetería Móvil Nic surge con el objetivo de atender varias necesidades: primero, se busca ser un negocio líder en el mercado, ofreciendo un café bueno y barato, preparado de manera casi artesanal al utilizar dispositivos que no consumen energía eléctrica; se pretende cubrir la necesidad de que los clientes puedan degustar de un café rico, casi en cualquier lugar, además de ofrecer la oportunidad de ver todo el proceso de elaboración del mismo, desde el proceso de molido manual, hasta la preparación básica al estilo nicaragüense.

Este proyecto además da respuesta a la necesidad de que exista un negocio con compromiso social, dedicado a dar empleo a personas que lo necesitan, una entidad que se preocupe por el bienestar de su capital humano, además de asumir responsabilidades ambientales y contribuir con la sociedad misma, simplemente se considera que Nicaragua necesita más emprendimientos como este. Se pretende ser un referente nacional, un café del pueblo con un concepto diferente, algo más que un negocio, esto es Cafetería Móvil Nic. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Conscience Market Cooperativa
de Responsabilidad Limitada

42

CAPÍTULO

AUTORES:

Paula Aguirre,
Joseing Castro,
Bryan Diaz,
Jorge Ochoa

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua

RESUMEN DEL PROYECTO

El presente trabajo final del curso Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social en Centroamérica versa sobre un proyecto de idea de negocio, llevándose a cabo por cuatro estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, desde su facultad Regional de Estelí.

La idea se ha expuesto en el contexto económico actual general predominante, siendo este el sector agropecuario, pero también se ha centrado en el sector económico que pertenece, el contexto electrónico, un sector en auge.

El comercio electrónico es uno de los sectores de la economía con mayor previsión de crecimiento en el corto plazo, convirtiéndolo en un nicho de mercado muy atractivo, todavía más al fusionarlo con el sector de comercio agropecuario de gran dinamismo en la región.

Para esta propuesta, no solo se ha realizado el supuesto de la creación de imagen y pilotaje de uso, sino que también se ha realizado un estudio técnico, económico y financiero del negocio, cuestiones que dan a conocer los posibles retos y aciertos que proporcionan una percepción de mayor claridad para corroborar que el proyecto sea exitoso si se realiza.

El proyecto se creó bajo la figura de Cooperativa de Responsabilidad Limitada con el nombre CONSCIENTE MARKET COOPERATIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, presentando la iniciativa de una aplicación móvil y/o sitio Web CONSCIENCE, creada con el fin de cubrir una necesidad de minimizar la brecha de la intermediación en la compra/venta de productos agropecuarios, favoreciendo la calidad de vida de las personas productoras, quienes obtendrán un mejor reconocimiento de su trabajo al obtener un precio justo y los compradores o clientes al tener un precio menor que permita adquirir los productos de primera necesidad con facilidad.

La responsabilidad social del proyecto y a su vez nuestro elemento diferenciador descansa en la valoración del trabajo del obrero campesino e inclusión de la mano productora femenina de la región, la posibilidad de ampliar su mercado con la búsqueda de nuevos clientes que requieran su producto, así como el aprendizaje constante que tendrán por el equipo de trabajo sobre temas de interés colectivo; además, la facilidad de adquirir fondos para reinversión, así como otros beneficios para su familia y la comunidad.

El equipo emprendedor compuesto por dos mujeres y dos varones cuenta con competencias que le permite llevar a cabo dicho proyecto por medio de la experiencia de trabajo de campo y técnico por dos de los miembros y se fusiona con el aprendizaje técnico contable de las otras dos participantes; sin duda alguna con el esfuerzo, dedicación, esmero e ímpetu de los conformantes de equipo podría ser posible la puesta en marcha del proyecto que tendría un aporte significativo en la sociedad actual.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo de trabajo que se dispuso a encaminar esta idea de proyecto está conformado por cuatro estudiantes provenientes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, todos estudiantes de carreras relacionadas a las Ciencias Económicas, presentados a continuación:

- ▶ Paula Aguirre
- ▶ Joseing Castro
- ▶ Bryan Diaz
- ▶ Jorge Ochoa

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

La oportunidad de negocio surge a partir de una problemática que aqueja en gran parte del país; en primera instancia, es la problemática del acceso del comercio de productos de consumo (arroz, frijoles, maíz, millón, etc.) que imposibilita el crecimiento y desarrollo rural de todas las personas productoras de distintos lugares del país. Otro aspecto que subyace de este es el poco reconocimiento del trabajo que desempeñan tanto la persona productora como su familia, para generar un sustento económico que permita tener una condición de vida favorable; y como último criterio que se consideró fue la escalabilidad de los precios; explicando esto último, el acaparamiento del producto generalmente es para los intermediarios, quienes pagan un precio bajo al productor por el producto, pero el consumidor paga un precio alto por el mismo producto.

La idea y proyecto que hemos planteado es con el fin de minimizar la brecha de la intermediación que existe actualmente, beneficiando a todas las partes involucradas, facilitando tanto a personas productoras como a las personas consumidoras el acceso a los productos de consumo que son de primera necesidad, a través de una aplicación móvil y/o web que los conecte de una manera fácil, ágil y confiable, incentivando el aprecio del comercio justo; permitiendo ampliar las posibilidades de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de las familias nicaragüenses.

En nuestro país, sería la primera iniciativa que busca generar soluciones prácticas para las personas que de sol a sol trabajan para producir el sustento primordial para el ser humano: los alimentos. Se debe tener en cuenta que además que apuntar con ser un proyecto sostenible, permitirá asociar con otras personas productoras para que se apoyen como comunidad, creando un crecimiento no solo de una familia, sino de toda la comunidad en general, siempre apoyados por el equipo emprendedor que facilitará las herramientas necesarias para poder alcanzarlo.

Primero, se prevé trabajar en las comunidades de dos participantes del equipo, con el fin de realizar un pilotaje que nos permita estar más de la mano con estos productores, escuchando sus necesidades para posibles cambios, conocer la barrera y los aciertos que podríamos tener, todo con el fin de mejorar para alcanzar un mayor mercado sin comprometer la seguridad y confiabilidad de las partes.

La estrategia de posicionamiento se basa principalmente en el mercadeo digital, con el fin de llegar de una manera más accesible a los posibles clientes y un equipo que visitará las comunidades para llegar a las zonas de producción del país.

Nuestro proyecto *Conscience* cubre la necesidad para dos públicos diferentes; en primer lugar, la que tienen las personas productoras del sector agrícola, quienes tienen un acceso limitado al mercado debido a la falta de conexión entre los clientes directos; en segundo lugar, la de los consumidores, quienes obtendrían un precio justo por el vital producto. Es una gran motivación para nosotros ayudar con nuestra idea a las personas para mejorar su calidad de vida y el de su entorno.

GRUPOS DE INTERÉS

Consumidores minoristas

- Cabezas de familia (hombres y/o mujeres responsables de la economía familiar).
- Individuos que viven solos.
- Pulperías ventas al por menor.
- Asistentes del hogar.
- Pequeños negocios comedores, bufets, etc.

Compradores mayoristas

- Vendedores(as) de granos básicos.
- Mercado popular.
- Distribuidores(as).
- Supermercados.
- Bufets, restaurantes.

Acopios

- Acopiadores(as) de granos básicos para transformación.

ONG

- Ayuda comunitaria.
- Comedores públicos.
- Refugios.
- Servicios sociales.

Cooperativas de transformación

- Ventas con valor agregado, transformación de productos (cocinados, empacados y etiquetados). ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

CENIEQ —
Centro de Innovación y
Emprendimiento Quetzalcóatl

43

CAPÍTULO

AUTORES:

Silvio Cajina,
Michael Castillo,
Nory González,
Leonardo Jarquín,
Eduard López

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua

RESUMEN DEL PROYECTO

Existen muchos jóvenes que tiene ideas innovadoras para crear un sin número de emprendimientos que buscan mejorar la calidad de vida de nuestra sociedad, pero muchas veces no saben cómo realizar ese ideal; es decir, cómo llegar a materializarlo. Nosotros proporcionaremos ese servicio de acompañamiento, que no solo verá por el futuro de cada idea innovadora, sino que también podrán asesorar, entrenar, ejecutar y diseñar sus propias proyecciones acerca de su idea, por medio del equipo de profesionales en el ramo de la Economía Social y Solidaria y Economía Colaborativa.

Tomando en cuenta que estas personas innovadoras se concentran específicamente en las universidades de todos los rincones del país, se creará un modelo de red de redes para llegar a todos estos jóvenes que tienen ganas de crear e innovar.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Esta responde a la necesidad que tienen muchos jóvenes de poder materializar sus ideas, desde mejoras en una aplicación móvil hasta crear un dispositivo que facilite tareas de la vida cotidiana que pueden producir una disminución del impacto lesivo en nuestro diario vivir.

Existen muchas ideas que pueden salir de las universidades de nuestro país, pero el principal obstáculo es saber ¿cómo empezar?, ¿dónde hay que enfocarse para llegar al objetivo? Por lo tanto, daremos respuestas a esas interrogantes, además brindaremos acompañamiento, encontrando en nuestro equipo un soporte de experiencias y conocimientos en una materia que desconocen.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Nosotros, a diferencia de otros emprendimientos que ofrecen este tipo de servicios, acompañaremos desde el nacimiento a quienes no tengan la habilidad de poder identificar de la mejor manera un problema, es decir, solo tendrán en muchas ocasiones ideas, pero no prototipos, pues no saben cómo se lleva a cabo una planificación de proyectos.

El siguiente nivel son los jóvenes que ya crearon sus prototipos, pero no tienen una adecuada guía para saber cómo mejorarlo. Por lo tanto, nosotros seremos sus guías en el camino del desarrollo de su emprendimiento; además de las diferentes capacitaciones, contactaremos a las personas indicadas para lograr el objetivo de proyectarse como un negocio establecido.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Nuestra fortaleza radica en la unidad de todos sus protagonistas, contando con conocimientos en las diferentes ramas de las ciencias; es decir, somos un equipo multidisciplinario, compuesto de diversas habilidades y capacidades en materias como: Economía, Ingeniería Ambiental y Ciencias de la Salud.

Además de nuestras habilidades académicas, poseemos unión grupal, fortalezas y características personales que nos convierten en los indicados para llevar a cabo este proyecto; estas son expresadas en cualidades como determinación, solidaridad, compañerismo, resiliencia y, por último pero no menos importante, ganas de mejorar nuestro país.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Las razones por las que nosotros elegimos este modelo de negocios es porque tenemos la idea de poder aumentar la economía del país, desarrollando y creyendo en nuestra propia gente. Cabe destacar que la economía social y colaborativa no ve a los emprendimientos desde lo perspectiva capitalista, siendo tomado el proceder y pensamiento son “rentables”, “dejan ganancias”; este modelo ve a los emprendimientos de una manera en la que todos sus involucrados y protagonistas tiene un gran valor para su constante desarrollo, viendo a los recursos humanos no solo como recursos, sino más bien como lo que realmente son: humanos.

Nos hemos centrado en el modelo red de redes, el cual nos dicta la flexibilidad que existe en las comunicaciones. Nosotros implementaremos para darnos a conocer y llevar nuestras visiones, misiones y experiencia a todos aquellos que la requieran, estaremos en todas las plataformas que nuestros emprendedores necesiten como parte de su día a día; las comunicaciones son una referencia en la actualidad.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Los centros de innovación pueden ser componentes significativos de la estrategia económica nacional y regional. Estos centros son agrupaciones de empresas intensivas en conocimiento que sirven como centros de creación de riqueza y que vinculan la economía local a la economía global. Las investigaciones dicen que hay una correlación positiva entre la fuerza de estos centros y la prosperidad nacional, e impulsan la diversificación de las economías nacionales; además de ser plataformas para la integración de la labor científica y su aplicación comercial. Ellos sirven como catalizadores de comercialización mediante la transformación de los avances tecnológicos en productos y servicios comercializables y apoyan esta cadena de valor.

Son tantas las necesidades que quiere resolver el centro de innovación Quetzalcóatl, siendo las de más relevancia las siguientes, con el fin de darle soluciones positivas:

1. **El no contar con un equipo de gestión potente.** Las instituciones con un equipo directivo potente poseen un gran sentido de autonomía. La clave para un equipo potente reside en la adaptabilidad de la institución combinada con una habilidad administrativa de fusionar nuevos valores de gestión con los valores académicos tradicionales, de manera que todos los niveles de la institución trabajen para mejorar la cultura académica. (Educaweb.com, 2016)
2. **No tener un entorno desarrollado.** El establecimiento de vínculos entre la escuela y la sociedad conlleva beneficios mutuos. Por ejemplo, las propuestas de innovación vendrán muchas de ellas a través de las necesidades que las empresas reclamarán a la educación. El establecimiento de redes entre instituciones educativas, entre sí y otras instituciones, puede favorecer la innovación. (Educaweb.com, 2016)
3. **No tener un sistema de financiación diversificado.** La escasez de recursos o la dependencia de una única fuente de financiación (suele ser la Administración Pública) representa una limitación importante para la flexibilidad y adaptación de cada institución educativa a sus necesidades y más cuando de ello depende la continuidad o emergencia de una innovación. Si una fuente se debilita, los efectos de la pérdida se ven mermados por las múltiples fuentes de ingreso. (Educaweb.com, 2016)
4. **No tener un profesorado motivado.** Un grupo académico motivado mantiene los valores y prácticas tradicionales integrales, mientras simultáneamente integra nuevas prácticas de gestión y de mercado. (Educaweb.com, 2016)
5. **No poseer una cultura innovadora integrada.** Uno de los retos de la innovación se encuentra en hacer compatibles los cambios con la tradición y el prestigio de una institución cuando algunas innovaciones pueden poner en peligro la peculiaridad e identidad de las instituciones. Aun cuando lleven a cabo procesos de innovación interna, las organizaciones educativas deben seguir siendo ellas mismas. Tienen que encontrar estrategias de implementación originales que reconozcan lo que es esencial y específico a cada una de ellas y deben basarse en ese capital. (Educaweb.com, 2016)

GRUPOS DE INTERÉS

Las personas destinatarias de esta organización

Primero, todos los estudiantes universitarios con proyecciones de crecimiento y desarrollo, con ideas factibles de trabajo capaces de realizar que generaran buenas proyecciones. Con el tiempo, este

se convertirá en un centro de innovación que brindará servicios de acompañamiento y entrenamiento a cualquier persona que tenga la necesidad, pero no la capacidad para de crear una buena estrategia de comercio.

Todas las universidades públicas y privadas en dónde se estará formando la nueva generación de pensadores que cambiará la economía del país. De esta manera, promoveremos el desarrollo del conocimiento y su aplicación en la sociedad nicaragüense, en las empresas, sector educativo, gobierno local, medios de comunicación y demás agentes.

Además, proporcionaremos un ecosistema de innovación universitario, mediante la apropiación social del conocimiento, la transferencia de tecnología y el emprendimiento de alto impacto que brinde soluciones innovadoras.

Jóvenes estudiosos que desean trabajar para la asociación, de esta manera desarrollarán las capacidades suficientes para enfrentarse a estos trabajos.

Colaboradores proveedores

Personal con conocimientos en distintas áreas; en este caso jóvenes universitarios de distintas facultades y universidades, tanto públicas como privadas, con excelentes calificaciones y recomendaciones de los maestros que tengan la capacidad de realizar trabajos con eficacia, eficiencia y productividad.

Esto se realizará gracias a una de red de redes que conectará al estudiantado de las diferentes universidades, con esto se constatará que las personas mejor calificadas para realizar este trabajo obtendrán la oportunidad de desarrollarlo junto con el usuario.

Cuando este proyecto esté mejor calificado, se contará con el apoyo de las instituciones públicas del país, ya que esta asociación funcionará como un impulsador y un generador de proyectos eficaces de crear buen capital. De esta manera, promoveremos el desarrollo del conocimiento y su aplicación en la sociedad nicaragüense, en las empresas, sector educativo, gobierno local, medios de comunicación y demás agentes. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

EL REALEJO:

Red Asociativa de Turismo
Comunitario y Familiar,
Ciudad Creativa

44

CAPÍTULO

AUTORES:

Cesar Bravo,
Norbin Landero,
Luis Chow,
María Solís

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua

RESUMEN DEL PROYECTO

La Red Asociativa de Turismo Comunitario y Familiar (RATCF) es un proyecto diseñado por un equipo multidisciplinario de estudiantes de Antropología Social y Medicina, en el marco del curso de Especialización en Gestión de Iniciativas Colaborativas y Economía Social y Solidaria.

La iniciativa pretende generar un modelo de gestión que tiene como principal protagonista a las familias, articulando redes entre las personas de la comunidad de El Realejo, municipio del departamento de Chinandega, en el occidente de Nicaragua, cuyo valor histórico representa la base para implementar la RATCF en el Realejo, primer puerto español en Nicaragua, proponiendo el término “Ciudad Creativa”; es decir, la comunidad como un espacio orgánico y virtual, donde la historia, la cultura, la naturaleza y la memoria sean ejes interactivos, para el desarrollo de un turismo comprometido en el contexto.

Nuestro proyecto se fundamenta en valores cooperativos como la solidaridad, reciprocidad, prácticas democráticas, distribución equitativa de los recursos y vínculos de confianza. Todos estos valores se encuentran implícitos desde los ejes de trabajo, los cuales son desarrollo local, desarrollo humano, revalorización cultural y ecológica.

En términos generales, la RATCF se basa en los modelos de Ciudad Creativa, Turismo Cultural, Ciudad Museo, Museo Orgánico y Museo Popular, de manera que la comunidad en su conjunto ofrezca a los turistas vivencias de forma directa el ecosistema, gastronomía, costumbres, saberes tradicionales e idiosincrasia de las personas que habitan la comunidad. Para esto, las familias deberán ser protagonistas y gestoras de la red asociativa, lo que exige un proceso adecuado de sensibilización y capacitación.

Como iniciativa basada en el turismo, la identificación de recursos naturales, humanos y culturales es esencial para la viabilidad y ejecución de este. En este sentido, se contempla la comunidad El Realejo, municipio de Chinandega, como un contexto con las condiciones necesarias para implementar nuestra propuesta, debido a que las familias cuentan con recursos tangibles e intangibles de la época colonial, indispensables para la propuesta por desarrollar. La identificación de estas condiciones será acompañada por un proceso de investigación riguroso, por parte de un equipo multidisciplinario que definirá los recursos potenciales y establecerá una relación directa con los comunitarios.

La propuesta de proyecto se divide en dos: por una parte, el ámbito estructural/organizativo y, por otra, el operativo. Desde la estructura y organización se abordarán todos los aspectos relacionados con el modelo de gestión “Red Asociativa Familiar y Comunitaria”, así como la definición de las áreas de trabajo del proyecto, que incluye grupo de investigación multidisciplinario, caja solidaria, organización comunitaria, creación de paquetes turísticos y virtualización de los circuitos en realidad

umentada (VR). Desde el aspecto operativo, se analizará la viabilidad económica del proyecto, los canales de distribución del servicio y la definición de otros procesos necesarios para la concertación de este.

La finalidad de la propuesta del proyecto está compuesta por objetivos a corto y mediano plazo. Como propuesta fundamentada en valores de la ESS, los objetivos que se proponen alcanzar se imbrican en dos dimensiones específicas, por un lado, lo económico y, por otro, lo social. En este sentido, la búsqueda de la transformación social a partir de la acción económica forma parte de la esencia de nuestra propuesta, sin obviar las particularidades del mercado y sus mecanismos de generación de valor.

- Implementar una iniciativa de ESS basada en turismo cultural comunitario que represente una fuente de ingresos complementaria a las actividades que realizan cotidianamente las personas asociadas.
- Generar un modelo de gestión asociativa sostenible que permita la redistribución equitativa de recursos y prácticas democráticas, transformando las prácticas y estigmas culturales ocultas como el machismo, patriarcado, violencia de género, etc., suplantándola por modelos de bien común e igualdad.
- Construir un ecosistema de negocio con base en la articulación comunitaria, institucional, gubernamental y privada, como alianzas clave para el impulso y difusión de la plataforma, tomando en cuenta que el proyecto tiene finalidades sociales y transformadoras, y está enfocado en la preservación cultural e histórica y la transformación de las realidades socioculturales de las personas asociadas.
- Propiciar la primera Ciudad Museo en Nicaragua, tomando apuntes de las experiencias generadas para emprender otras estrategias similares en distintos puntos de Nicaragua que ameriten el rescate integral para desarrollar proyectos similares desde el enfoque de la economía social solidaria y las gestiones colaborativas.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

En Nicaragua, según los últimos datos de la Encuesta de Medición de Nivel de Vida EMNV (2016), las estimaciones de la incidencia de la pobreza a nivel nacional presentaban un porcentaje de 24,9% y la pobreza extrema 6,9%. Es decir, de cada 100 nicaragüenses, 25 estaban en condición de pobreza y 7 en condición de pobreza extrema (INIDE, 2016). Aunque en los últimos años, la incidencia de la pobreza ha disminuido considerablemente, se muestra que aún existe un reto considerable para mejorar la calidad de vida de las familias nicaragüenses.

Por lo antes mencionado, se requiere de estrategias y proyectos económicos sostenibles vinculados al desarrollo humano que permitan mejorar las economías de las familias en las comunidades, fortalecer los procesos de desarrollo locales y articular las instituciones, gobiernos locales, así como las comunidades en un ecosistema de colaboración constante.

Nuestra propuesta trata de dar una respuesta a estas condiciones mediante un proyecto que consta, por una parte, de un modelo de gestión asociativo y, por otra, la empresa de turismo cultural comunitario.

Siguiendo lo expuesto, resulta fundamental detallar la relación directa de nuestra propuesta con los ejes del Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH), como parte de la planificación estratégica a escala nacional e internacional de su vinculación con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS). En este sentido, se hace referencia primero a los ODS, específicamente al objetivo número 1: Fin de la pobreza; y el objetivo número 8: Trabajo decente y crecimiento económico; como parte de las líneas estrategias generales a nivel internacional.

Como parte del PNDH, encontramos el eje de desarrollo social en el ámbito de cultura y tradición, diversos objetivos concordantes con los objetivos de nuestra propuesta de proyecto, la misión y visión, así como los valores a los que se adhiere la propuesta. Entre estos, se encuentra el objetivo número uno: “Fortalecer y desarrollar todos los procesos y manifestaciones culturales locales y nacionales de acuerdo con las particularidades de cada Región”. De igual manera, es posible retomar el objetivo número tres, que expone “Desarrollar la interrelación entre cultura y turismo, posicionando los recursos y tesoros patrimoniales como atractivos en la proyección turística internacional”. (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, 2017)

Desde el PNDH, en el eje de desarrollo socio productivo desde el ámbito turístico, se proponen los siguientes objetivos:

- Desarrollar la actividad turística sostenible y creadora de empleos, sobre la base de nuestra identidad nacional, posicionando a Nicaragua como destino turístico, desarrollando la marca país y la marca país por productos
- Involucrar en el desarrollo turístico a todos los sectores: público, empresa privada grande, mediana y pequeña, economía familiar y comunitaria, tod@s unid@s en el modelo de Diálogo, Alianza y Consenso, y Responsabilidad Compartida. (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, 2017)

GRUPOS DE INTERÉS

De la comunidad en la cual se construyó el primer y principal puerto de Nicaragua y tras el planteamiento de las necesidades básicas de esta entidad, los pobladores de El Realejo son los

principales beneficiarios de los servicios adquiridos en la Red Asociativa de Turismo Comunitario y Familiar (RATCF).

La RATCF trabajará con 30 familias de la comunidad, quienes serán los beneficiarios directos del proyecto, disfrutando de los beneficios brindados por la RACTF a las familias conformantes de la Red, como acceso a préstamos o servicios de salud, por ejemplo. Además, como meta de alcance propuesta por la RATCF, otras 345 familias de la comunidad se verán beneficiadas con el proyecto, al trabajar en la integración de las familias habitantes de la comunidad El Realejo en un nuevo enfoque en conjunto, en lugar de solamente trabajar con un porcentaje de esta. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

Full House

45

CAPÍTULO

AUTORES:

Denisse Osorio,
Samantha Duarte Hudson,
Vladimiro Américo Herrera,
Yaoska Loáisiga y
Harold Antonio Molinares Huerta

Universidad Americana

RESUMEN DEL PROYECTO

Somos una cooperativa con una iniciativa empresarial (*Full House*), basada en economía social, solidaria y colaborativa, con un componente tecnológico como base de operaciones. Nuestro compromiso es mejorar la calidad de vida de mujeres en sectores vulnerables que han sido afectadas por la crisis del COVID-19 y la crisis sociopolítica del país, para que puedan generar ingresos estables y beneficios sociales para ellas y sus familias.

Full House es una novedosa iniciativa que surge de un grupo de mujeres con capacidades y experiencia laboral en trabajos del hogar que, desde una modalidad asociativa, brindan (inicialmente) servicios de limpieza general, planchado y cuidado de infantes, como apoyo a las tareas del hogar. Opera a través de una plataforma digital que se complementa con una aplicación como instrumento para facilitar la oferta de 838 servicios mensuales (durante el primer año), para atender la demanda de hogares de clase media en Managua, generando empleo con todos los beneficios sociales para 25 mujeres.

La iniciativa empresarial de “Full House” operará en un local alquilado, el cual será también la sede de la cooperativa. Esta iniciativa estará coordinada por cuatro personas encargadas de todas las operaciones, estas se rigen por políticas y normas de un modelo adhocrático de organización. Las instalaciones estarán compuestas por un ambiente amplio de trabajo, desde donde se realizarán las operaciones y también ofrece espacios para reuniones de trabajo participativo y sesiones del Consejo de Administración de la Cooperativa.

La inversión total será de US\$38.534, de los cuales el 12% (US\$ 4.500) serán aportados como capital social por las mismas mujeres, quienes serán socias de la cooperativa. El flujo de efectivo para 5 años de operaciones muestra resultados positivos. Al final del ejercicio, el Valor Actual Neto (VAN) es de US\$5.924, monto mayor a la inversión inicial; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 50%, la cual es mayor al interés que pagaría un banco por depositar la inversión inicial a plazo fijo y el periodo de recuperación de la inversión es de 3,5 años.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

► Denisse Osorio

Licenciada en Gestión y Desarrollo del Turismo, apasionada y curiosa por la tecnología; actualmente forma parte del equipo ejecutivo de la Red de Empresarias de Nicaragua como responsable de comunicaciones y parte administrativa de la organización, quien organiza a más de 500 mujeres empresarias de la micro, pequeña y mediana empresa, fortaleciendo capacidades, liderazgo y creando contactos.

► **Samantha Duarte Hudson**

Directora de Disruptivas, tiene una licenciatura en Psicología y un máster en Responsabilidad Social con énfasis en Derechos humanos; posee una certificación en Gestión de Proyectos Sociales, es miembro del Grupo Consultivo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), posee una trayectoria de más de 10 años de experiencia de trabajar con el sector privado y ONG, ha ganado premios y reconocimientos por el desarrollo de proyectos con impacto social, ambiental e innovación social y colabora en el segmento InnovaRSE, canal 14.

► **Vladimiro Américo Herrera**

Boliviano, con residencia en Nicaragua. Tengo formación en Mecánica de Precisión, maestría en Responsabilidad Social y Derechos Humanos; posgrados en Administración Estratégica de Negocios, Metodología Enseñanza de Adultos, Gerencia de Proyectos de Desarrollo, Planificación y Control de la Producción. Mi expectativa a través del proyecto de ESSC es “apoyar el empoderamiento de mujeres emprendedoras.

► **Yaoska Loáisiga**

Nicaragüense, licenciada en Comercio Internacional de la Universidad Iberoamericana de Ciencia y Tecnología (UNICIT), diplomado en Gestión de Negocios Thunderbird School-Weamerica Accelerator. Es copropietaria de ALFAYE cosmética Natural y cofundadora de Educación Efectiva. Mi expectativa a través del proyecto ESSC es poder ayudar a otras mujeres a fortalecerse económicamente

► **Harold Antonio Molinares Huerta**

Licenciado en Sociología con énfasis en Trabajo Social y Gestión para el Desarrollo. Diplomado en Violencia de Género y Perspectivas de Género en la Justicia Penal con énfasis en la Violencia hacia la mujer, impartido por la Universidad del Norte de Nicaragua (UNN Matagalpa). Miembro de la Red Internacional de Agrología Comunitaria (EEUU, México y Nicaragua). Actualmente presidente de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Décimo Aniversario R.L. y colaborador de la Unión de Cooperativas Agropecuarias.

► **Alisson Sakina Figueroa**

Ingeniera en Recursos Naturales Renovables con experiencia en áreas protegidas y monitoreo de fauna silvestre. Diseñadora/gerente de la microempresa Flaca's, que transforma neumáticos usados en accesorios exclusivos fundada en 2012. Colaboradora de Centro Comunitario de Educación y Reciclaje Casa Verde, pioneros en tener un sistema de incentivos para materiales reciclables de Eco.puntos como moneda de intercambio. Trabajadora independiente como guía turística de naturaleza.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

La economía mundial vive una crisis sanitaria, humana y económica sin precedentes en el último siglo. Ante la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), las economías se cierran y paralizan, y las sociedades entran en cuarentenas más o menos severas, medidas solo comparables con las situaciones de guerra. Aunque no se sabe cuánto durará la crisis ni la forma que podría tener la recuperación, cuanto más rápida y contundente sea la respuesta, menores serán los efectos negativos. Algunos de los mecanismos tradicionales de mercado podrían no ser suficientes para enfrentarla, debido a la interrupción de las actividades productivas y la consiguiente contracción de demanda.

Más allá de cualquier modelo predictivo, la acción de los gobiernos se está llevando a cabo sobre la base de ensayo y error. Los expertos han sugerido que la acción más importante para enfrentar la propagación del COVID-19 es el aislamiento, la cuarentena y el distanciamiento social.

Esas medidas tienen impactos positivos para la salud al aplanar la curva de contagio, pero también afecta la actividad económica, pues el distanciamiento implica la desaceleración de la producción e incluso su interrupción total.

En ese sentido, todas las empresas, independientemente de su tamaño, se ven afectadas, en particular en los sectores de la aviación, el turismo, servicios de restaurantes, construcción, comercio, entre otros. Muchas ya enfrentan una disminución de sus ingresos, el aumento de la insolvencia y la pérdida de puestos de trabajo, lo que tendrá un marcado impacto en el mercado laboral de este y los próximos años (OIT, 2020).

En algunos casos debido a la pandemia, muchas personas han empezado a hacer teletrabajo, generando sobrecargas que afectan sus capacidades de hacer labores de casa, por ello surgen necesidades de apoyo en el hogar, al menos una vez por semana.

Según estudios de FUNIDES (2019), ante el COVID-19 las mujeres están asumiendo mayores costos físicos y emocionales, debido a que son las principales cuidadoras en el hogar, trabajadoras del sector salud, prestadoras de servicios para el cuidado de personas mayores y la niñez, y promotoras de salud comunitaria.

Si bien la crisis tendrá efectos en el crecimiento económico y por ende en los ingresos, las mujeres se verán más afectadas que los hombres, dado que la brecha salarial por género es actualmente cerca de 30% a nivel mundial y el desempleo para mujeres ha sido mayor.

Este panorama genera una oportunidad para “Desarrollar una plataforma digital de Economía Social Solidaria y Colaborativa, que articule la oferta laboral de mano de obra informal con la demanda de servicios de apoyo para el hogar y oficinas”. Esta plataforma permitirá articular, por un lado, la mano de obra informal de mujeres afectadas por la crisis del COVID-19, con hogares de familias

interesadas en contratar servicio de apoyo en labores del hogar. Base sobre la cual se analizaron las necesidades específicas y las perspectivas realistas para validar esta propuesta.

GRUPOS DE INTERÉS

El análisis de actores clave vinculados a la iniciativa de “Full House”, muestra un interesante grupo de potenciales socios y aliados, con quienes esta iniciativa social se podría complementar.

Los actores principales son las mujeres, en su gran mayoría madres solteras o jefas de hogar, entre 20 a 50 años, que habiendo visto afectadas sus condiciones de trabajo, optaron por prestar de manera individual servicios puntuales de apoyo doméstico a hogares de Managua.

Se suman a este grupo principal de interés otras personas, mujeres y hombres, cuyo trabajo de apoyo doméstico y de jardinería se ha visto interrumpido por la crisis que se vive por efecto de la pandemia, lo que los ha llevado a cambiar sus modalidades de trabajo permanente por trabajo eventual, su certeza de un ingreso fijo y con un gran vacío, de acceso al sistema de salud y de beneficio social.

Otro actor clave que destaca en este análisis son las familias de clase media, las cuales están dirigidas por hombres y mujeres, profesionales y/o empresarios(as), quienes por la situación que se vive actualmente, se han visto obligados a trabajar ambos, dejando los hijos y adultos mayores sin los cuidados básicos en sus propias casas. Sin embargo, debido a la contracción de la economía, estas familias optan por contratar servicios puntuales de apoyo doméstico y de manera más esporádica. Un sondeo de opinión indicó que se contratan principalmente servicio de planchado (una vez cada 15 días), limpieza general del hogar (cada semana) y cuidado de niños dos veces al mes).

La crisis social que se vive ha influido también en la confianza que se tiene en las personas que realizan trabajos de apoyo doméstico, principalmente si estas lo hacen de manera eventual. Por ello, hay una creciente necesidad de incorporar servicios de apoyo ciudadano como los de la policía nacional, para buscar personal con referencias, con récord policial, como parte de los requisitos que cada vez más están solicitando las familias que contratan servicios de apoyo y claro. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

— SECCIÓN 7 —



PANAMÁ

Fuerza positiva

46

CAPÍTULO

AUTORES:

Rosa Mora,
Josías Rosario,
Edgar Simmons,
Ignacia Campos,
Fabiola Mariscal

Universidad de Panamá

RESUMEN DEL PROYECTO

En Panamá, estamos conscientes de que para alcanzar el anhelado desarrollo económico y social es necesario innovar y fortalecer las capacidades de las comunidades, especialmente las más pobres, ya que la brecha que nos separa es palpable inclusive en la urbe capitalina, donde existen diversos grupos que claman por una oportunidad. Por otro lado, a unos 540 km de la ciudad capital, hay grupos de pequeños productores que pierden sus cosechas por falta de mercados y a pocos kilómetros de distancia la falta de alimentos ha provocado desnutrición hasta el punto de llegar a morir por hambre.

Conociendo todos los escenarios, ha sido un estímulo poderoso para desarrollar este trabajo con la intención de lograr la inclusión de grupos en desventajas a través de la creación de una cadena de comercialización social y solidaria que permita integrar los productores (trabajadores de la tierra) con otros grupos en desventaja, tales como exreclusos, mujeres cabeza de familia, jóvenes de primer empleo que anhelan una oportunidad y nuestro equipo de trabajo que son quienes realizan la logística para que todos puedan colaborar e integrarse.

Es evidente que los sistemas agrícolas tradicionales pueden incorporar avances científicos y tecnológicos que permitan una vida más digna a los productores y los hace más eficientes. La Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo no subestima este hecho; su denuncia es clara sobre “la carencia de programas de asesoramiento para elaborar planes de acción y programas que fomenten el desarrollo de tecnologías y actividades apropiadas a la capacidad de usos de los recursos, subrayando la urgente necesidad de establecer vínculos entre los sistemas tradicionales de usos de la tierra y las aplicaciones de la ciencia y la tecnología” (CENUMAT, 1992).

Esto nos conduce a la creación de la organización sin fines de lucro (ONG) cuyo nombre es **Asociación para el Desarrollo Integral de la Sociedad Panameña (ADISP)**. La misma, tal como su nombre lo señala, se dedicará a realizar diversos proyectos de desarrollo social, solidario y colaborativo para contribuir a atacar los problemas que afectan a la sociedad. Su primer proyecto, denominado **Fuerza Positiva**, es la creación de una cadena de comercialización solidaria de productos agroalimentarios con el fin de evitar las pérdidas de cosechas en campos por una parte y, por la otra, lograr la inclusión de grupos en desventaja a la vida socioeconómica del país.

El proyecto se enfoca en encontrar fórmulas para contribuir con los pequeños agricultores que tienen serias dificultades para hacer llegar sus productos a los mercados, dando como consecuencia pérdidas, desmotivación, migración y desintegración familiar, puesto que no ven valorado su esfuerzo en producir la tierra. Frente a este problema surge la necesidad de encontrar alternativas de crecimiento, desarrollo y bienestar económico con el fin de conservar el patrimonio rural, incentivando actuaciones compatibles con su desarrollo sostenible y la mejora de su calidad de vida.

Primer eslabón de la cadena.

Por otro lado, es triste ver en un país de renta alta como el nuestro que en las cabeceras de provincias deambulan un grupo de ciudadanos, en gran mayoría exreclusos, instalados en las aceras, calles, semáforos y centros comerciales vendiendo todo tipo de productos; son independientes que viven del día a día y que a la larga se convierten en un peso para el Estado. Esto nos indica que no se cumple a cabalidad el papel que deben desempeñar los centros penitenciarios que, además de corregir, deben resocializar a través de la disciplina, el estudio, la cultura, el deporte y la recreación, bajo un espíritu humano y solidario. Surgiendo entonces la necesidad de programas de resocialización a través del trabajo honrado que permita a estas personas reinsertarse a la sociedad, por lo que se capacitarán como colaboradores en el proyecto. **Segundo eslabón de la cadena.**

De igual forma, a lo largo y ancho del país se evidencia el crecimiento del fenómeno de mujeres cabeza de familia, ocasionando vulnerabilidad, riesgo social y abriendo aún más la ya marcada brecha de la pobreza y desigualdad. Situación que nos conduce a entender que, si no hacemos algo hoy, hemos de tener hipotecado el futuro de las nuevas generaciones en el corto plazo. Es necesario buscar oportunidades para estas mujeres y así mitigar los impactos de este flagelo, por lo que serán capacitadas y formarán parte de nuestros colaboradores. **Tercer eslabón de la cadena.**

También están los jóvenes, cuyas oportunidades de empleo son un reto, debido a que según informe del Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral para 2019, más de 18% no estudia, no trabaja y no recibe ninguna capacitación. Indicando la urgente necesidad de establecer el compromiso de brindar oportunidades de empleo y de promover la formación, capacitación y entrenamiento de quienes se convierten en el futuro de la patria, ya son casi 50% del padrón electoral y dentro de los próximos años serán más del 50% de la fuerza laboral; se les dará la oportunidad de formarse como colaboradores y así contar con su primer empleo. **Cuarto eslabón de la cadena.**

Poco a poco hemos de ir integrando más eslabones hasta formar una gran cadena económica social, solidaria y colaborativa en búsqueda de mejores días para los grupos en desventajas que son muchos en nuestro país.

IDEA DEL PROYECTO

Fuerza Positiva tiene varias aristas, desde acciones formativas relacionadas con el cultivo, comercialización de productos agroalimentarios, desarrollo personal de habilidades y autoestima, hasta la puesta en marcha de diversos microemprendimientos con grupos en desventajas para que estos se conviertan en fuerza motora de su propio desarrollo. A continuación, los principales componentes del proyecto.

- a) **Capacitación.** De todos los actores para el mejoramiento de los aspectos productivos, organizativo-participativo, con un enfoque integral.

- b) Transferencia de tecnología.** Tal como su nombre lo dice, ha de validar y transferir tecnología agrícola, para fomentar la diversificación de cultivos y sistemas de producción (granos, hortalizas, frutas) que contribuyan a la autosuficiencia alimentaria y a mejorar el nivel de vida de los beneficiarios.
- c) Promover el emprendimiento.** Se impulsará a la creación de emprendimientos para que los grupos vulnerables puedan reintegrarse al desarrollo socioeconómico del país, mejorando así su calidad de vida y la de sus familias.

En el primer eslabón, nos proponemos comprar la producción total a los pequeños agricultores, dando inicio con 50 fincas de la zona productiva más pobre del país: Renacimiento en Chiriquí, con el fin de fortalecer las capacidades de las comunidades rurales y evidenciar su importancia en la economía a través de la producción de alimentos y empleo.

Luego, procedemos a la comercialización del producto en la ciudad capital a través del segundo, tercero y cuarto eslabón en un proceso de innovación e integración de grupos vulnerables que logra reducir drásticamente la intermediación comercial por medio de un sistema de comercio asociativo, solidario y orientado a la distribución directa al consumidor. Además, tendrá un enfoque de impacto tri-balance (económico-social-ambiental).

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

Responde a tres necesidades básicas y urgentes que el país reclama. Primero, los pequeños productores necesitan apoyo para la comercialización de sus productos, que muchas veces se pierden en campo; segundo, mientras que en otro rincón del país los consumidores no tienen suficientes ingresos para pagar la canasta básica y viven con el creciente interés de contar con productos frescos, orgánicos y naturales a excelente precio, producidos y cosechados con prácticas no perjudiciales a la salud y al medio ambiente; y tercero, los grupos en desventaja anhelan la oportunidad de un trabajo digno y honrado que les permita llevar el sustento diario a su familia e integrarse a la seguridad social para ir proyectando recursos destinados a su vejez.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

- Se elimina la pérdida de alimentos en campo, ya que nosotros lo recogemos, prescindiendo así de una larga lista de intermediarios.
- Se brinda empleo honrado a grupos vulnerables que están atrapados en la pobreza y no pueden salir de ella por falta de oportunidades.
- El consumidor recibe productos de primera calidad a excelente precio para que pueda proteger su salud y su economía al tiempo que contribuye con nuestros programas sociales.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

Nuestro equipo une la experiencia de la profesora Rosa con la juventud de Josías y Edgar, aventureros y exploradores destacados por su compromiso y habilidad de ver más allá del rincón del mapa en el que les tocó nacer, crecer y vivir. Mientras que Ignacia y Fabiola ponen la esencia de la mujer rural trabajadora, que en búsqueda de equiparación de oportunidades encuentran su destino al potenciar el desarrollo de la economía local.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ▶ **Rosa Mora**, líder del grupo es licenciada en Administración de Empresas Turísticas, MBA. en Turismo Sostenible y doctora en Ciencias de la Educación. Fue directora nacional de Recursos Humanos para el Instituto Panameño de Turismo, hoy Autoridad de Turismo de Panamá; ha sido gerente y propietaria de la Agencia de Viajes Imperial Tours y directora de las Carreras de Turismo y Hotelería de la Universidad Latina de Panamá. Actualmente se desempeña como docente en la Universidad de Panamá y consultora en las áreas de turismo, hotelería y ambiente. Con su trayectoria profesional podremos garantizar la buena administración y sostenibilidad del proyecto.
- ▶ **Josías Rosario**, joven economista, brindará un aporte significativo en la búsqueda de rendimiento financiero del proyecto. Además de potenciar un efecto multiplicador que nos ha de conducir poco a poco a llegar a las otras provincias del país.
- ▶ **Edgar Simmons**, ingeniero en Operaciones y Logística, con experiencia en mejora de procesos E2E y gestión de proyectos de automatización a nivel “*holdings*”. Aportará al equipo todo lo referente en temas de mejora de procesos para el mejoramiento continuo y mayor rendimiento en nuestras operaciones.
- ▶ **Ignacia Campos**, es estudiante de Administración de Empresas Turísticas Bilingüe, trabajadora incansable quien está dispuesta a empoderar a la mujer rural de su valía y aporte a la sociedad.
- ▶ **Fabiola Mariscal**, estudiante de Administración de Recursos Humanos busca aplicar capacitaciones formativas con metodologías ágiles que rompan con los esquemas tradicionales.

LA ELECCIÓN DE ESTE PROYECTO SE DEBE A QUE HEMOS OBSERVADO

- Las limitaciones que sufren los grupos en desventaja para integrarse al desarrollo socioeconómico del país.
- La pérdida de alimentos en el campo cuando en otras áreas del país hay personas con hambre.

- El aumento de la canasta básica que imposibilita a la clase media trabajadora alimentarse adecuadamente y de esta manera prevenir enfermedades.

Se aprovecha que la profesora Rosa pertenece a la tercera generación de una familia de productores agropecuarios de Cerro Punta en Chiriquí, reconocido como el granero del país. Josías dará su apoyo como economista, Edgar en la logística mientras que Ignacia y Fabiola estarán a cargo de la capacitación.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

Como ya hemos señalado, los pequeños productores enfrentan graves problemas de comercialización al tiempo que necesitan seguir produciendo. Ante esta problemática, urge encontrar soluciones para evitar la migración hacia la urbe capitalina, por una parte, y por la otra que poco a poco perdamos el sector agropecuario. *Fuerza Positiva* resuelve esta situación al capacitarles adecuadamente para que se dediquen a producir y asume la responsabilidad de apoyar a través de la compra total en campo.

Los exreclusos, mujeres cabeza de familia y jóvenes de primer trabajo viven en precarias condiciones socioeconómicas por la falta de oportunidades, haciendo evidente su vulnerabilidad. *Fuerza Positiva* ha decidido cambiar su futuro sombrío por otro lleno de luz y esperanza, al brindarles capacitación y oportunidad de convertirse en colaboradores o microempresarios para mejorar así su calidad de vida.

Los consumidores se encuentran alarmados por el alza de la canasta básica que les imposibilita adquirir los productos agroalimentarios, desmejorando así su salud debido a que no cuentan con los recursos suficientes para pagar los altos precios del mercado, por lo que necesitan adquirir productos agropecuarios de calidad y a precio justo. El proyecto estará en capacidad de suministrarlos.

GRUPOS DE INTERÉS

El primer destinatario del proyecto son los pequeños agricultores, ya que se pretende apoyar, fortalecer y consolidar la producción agrícola, integrándolos para incrementar la producción, productividad y mejorar sus ingresos, por lo que son nuestra principal población objetivo convirtiéndose en nuestros proveedores.

- ▶ **Proveedores:** Se busca que puedan vender sus cosechas en campo al tiempo que se fomenta su desarrollo organizativo y participación comunitaria, con el objetivo de incrementar sus ingresos mediante el aumento de la productividad en la producción de alimentos. Beneficiando así unas 50 familias campesinas al iniciar el proyecto.

Seguidamente el proyecto ataca el grave problema de desigualdad y pobreza que sufren los grupos en desventajas por falta de oportunidades, quienes se convertirán en nuestros colaboradores.

- ▶ **Colaboradores:** Se busca formar en primera línea los vendedores de la calle que, según monitoreo, en su gran mayoría son **exreclusos**, quienes recibirán talleres de sensibilización para mejorar su calidad de vida, facilitando el acceso a un trabajo honrado y digno. Las **mujeres cabeza de familia** se empoderarán para realzar su autoestima y formadas en aspectos técnico-productivos, para mejorar su reconocimiento social y productividad. Y a los jóvenes de primer trabajo se les capacitará en organización de pedidos, etiquetado, embalaje y envío del producto, para lograr su valoración, sostenibilidad e impulsar mejoras a su condición de vida.

Finalmente, se estudian los factores que influyen en el comportamiento y decisión de compras del consumidor, quienes serán nuestros usuarios.

- ▶ **Consumidores:** Se pone a su disposición variedad de ofertas de productos de la canasta básica para que se puedan abastecer sin salir de casa y a excelente precio.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

A continuación, se plasma la idea del emprendimiento según el modelo Canvas para mejor entendimiento, ya que nuestra empresa es una organización sin fines de lucro (ONG) que trabaja en beneficio de los grupos más vulnerables del país y los proyectos son discutidos en la Junta Directiva, la cual da los lineamientos para su realización.

- **Propuesta de valor.**

Lo que nos diferencia de los proyectos similares es que se compra directamente al productor, eliminando así una larga lista de intermediarios, lo que nos permite ofrecer a nuestros clientes productos de calidad a precio justo (beneficio social) y se lo llevamos a la puerta de su casa (accesibilidad). Además, se incorporan valores de sostenibilidad a través de la capacitación y mejora continua, dando como consecuencia el desarrollo local y cooperación entre los grupos objetivo. Cabe destacar que nuestros colaboradores forman parte de grupos en desventajas, a quienes se ha capacitado para un trabajo digno y honrado, y así contribuir a mejorar su calidad de vida e integración al desarrollo socioeconómico del país.

- **Segmento de clientes.**

Nuestro negocio trata de satisfacer las necesidades y ofrecer beneficios a la clase media trabajadora, ofreciéndoles productos agroalimentarios de calidad a un precio justo, por lo que está orientado al consumo masivo, mientras que nuestros colaboradores atenderán de la siguiente forma.

- Personas que transitan por la vía pública.
- Personas que solicitan servicio a domicilio.
- Personas que deciden visitar nuestro local.

- **Canal de comunicación.**

Nuestros productos se darán a conocer a través de volantes, vallas publicitarias en carretera y en línea, a través de página web, blog, mercadeo por correo electrónico y redes sociales, enfatizando en la sostenibilidad ambiental para mantener actualizados a los clientes sobre nuestras ofertas, captar nuevos clientes o fidelizar.

- **Relaciones con los clientes.**

Se analiza el comportamiento del consumidor para conocer de primera mano nuevas necesidades del mercado objetivo y tratar de satisfacerlas.

- **Canales de distribución/Proceso logístico.**

El producto se recoge en campo para transportarse a la ciudad capital siguiendo la cadena de frío; al llegar a nuestras instalaciones, se procede al empaque y distribución directa a los consumidores a través de ventas en la vía pública, entrega a domicilio o visita a nuestro local.

Actividades clave

- **Actividades de compra:** compra de productos en campo.
- **Transporte:** transportar los productos hasta nuestro local.
- **Empaque:** preparar las entregas.
- **Comercialización:** ventas en calle o a domicilio.
- **Web:** actualización permanente.

Recursos clave

Para cristalizar la idea, se tienen contemplado los siguientes recursos.

- ▶ **Físicos.** Local con mobiliario y equipo de trabajo, vehículo y puntos de venta.
- ▶ **Intelectuales.** ONG legalmente constituida, contratación con pequeños productores, base de datos de consumidores y colaboradores, software de ventas, licencia de local, seguro de responsabilidad civil, etc.

- ▶ **Humanos.** Se cuenta con personal profesional para la administración del proyecto y capacitación adecuada de los colaboradores.
- ▶ **Financieros.** línea de crédito bancario y préstamo.

Alianzas

Para potenciar el negocio, reducir riesgos y adquirir recursos, tenemos las siguientes alianzas:

- ▶ **Comprador-proveedor:** Nos hemos comprometido a comprar toda la producción a los pequeños productores y estos nos garantizan toda la cosecha.
- ▶ **Con otras empresas no competidoras.** Buscamos donaciones y patrocinio para contribuir a mejorar la calidad de vida de los grupos en desventaja.
- ▶ **Con otras organizaciones.** Apoyo y suministro de bolsas biodegradables y otros productos necesarios para nuestras operaciones.
- ▶ **Con comedores infantiles.** A quienes se les donarán productos antes de su vencimiento y evitar mermas. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

AgroEmprender

47

CAPÍTULO

AUTORES:

Franklin Castillo,
Serafina Martínez,
Kristy Gómez,
Juan González,
Mireya Samudio

Universidad de Panamá

RESUMEN DEL PROYECTO

En Panamá, el 32,2% de la población vive en áreas rurales y el 30,4% corresponde a tierra agrícola; sin embargo, solamente la agricultura es uno de los sectores que menos aportan al PIB nacional, esto como consecuencia de factores como la migración de los residentes de áreas rurales hacia la ciudad en búsqueda de nuevas oportunidades; la falta de inversión en capacitación, tecnología y desarrollo para el sector agrícola; la falta de continuidad en el sistema educativo que permita tecnificar con mayores habilidades; y equipos a los estudiantes de agronomía de los colegios del país que cuentan con estas especialidades, así como la promoción de exportación de productos nacionales, siendo las importaciones una de las principales barreras para que el agricultor panameño pueda realizar la siembra y planificación agrícola de una mejor manera.

Panamá ha presentado estas deficiencias desde hace varios años, muchas veces siendo el resultado de decisiones políticas y leyes de escasa protección al productor nacional, así como la cadena de intermediarios comerciales que conectan al productor con el consumidor final.

Esto hace que los productores agrícolas, al no poder hacer sustentable muchas veces su labor, deban buscar otras fuentes de sustento para sus familias y estar sujetos a la desmotivación constante y abandono de las tierras.

IDEA DEL PROYECTO

Agro Emprender busca la unión de la tecnología digital, la agricultura y la cadena de distribución de productos agrícolas hasta el consumidor final, a través de la economía colaborativa.

Al ser utópica, la posibilidad de mejorar en grandes rasgos la tecnificación de nuestros agricultores para aumentar la producción agrícola, considerando que muchas veces ni siquiera las cantidades de producción actual pueden ser garantizadas en el mercado, el proyecto busca establecer una vitrina comunitaria que permita anticipar la venta de los diferentes productos agrícolas a lo largo y ancho de la república y poder crear una conexión más directa entre clientes tipo HORECA (Hoteles, Restaurantes, Catering), que puedan beneficiarse de la compra en volumen de manera anticipada y, por otro lado, permitir una mejor planificación, rentabilidad y seguridad al agricultor de colocar toda su producción en el mercado.

Este proyecto beneficiario directamente en factores económicos, logísticos, de planificación agrícola, así como de rentabilidad para todos los involucrados.

NECESIDAD A LA QUE RESPONDE

El proyecto combina el concepto de la economía popular y solidaria a través de la tecnología, en donde se desarrolla un nuevo sistema de comercialización de todos los agricultores y/o asociaciones que quieran formar parte de la vitrina para la exposición y comercialización de sus productos y poder llegar a los consumidores finales a través de procesos limpios, sin intermediarios y optimizando la siembra de los diferentes productos, resolviendo varias necesidades actuales en la agricultura.

La primera necesidad es la de colocación garantizada de los productos, ya que después de la cosecha muchos de los agricultores tienen que salir a buscar plazas de venta, tales como mercados mayoristas o revendedores que puedan garantizarles la compra en grandes cantidades a precios, muchas veces, sin mayor rentabilidad, pero que permitan evitar el riesgo de la pérdida de los productos.

La segunda necesidad es la de los compradores finales, consumidores directos o clientes medianos que puedan obtener el acceso a la información de precios, cantidades y fechas de los productos que requieran para la comercialización, consumo o desarrollo de sus giros de negocio, incluso logrando obtener beneficios económicos en los márgenes de precio de los productos y tener una mejor planificación en sus procesos de compra.

La tercera es la estandarización de los precios de los productos, incluso llegando a un punto de evitar la especulación comercial propia del tipo de industria alimentaria en el proceso de comercialización.

Otra de las necesidades a las que responde el proyecto es a la posibilidad de una mejor planificación de todos los agricultores, al poder estructurar los productos que puede sembrar uno u otro agricultor, mejorando la calidad de la tierra y optimizando la competencia entre productos, lo que aumenta la disponibilidad y variedad de los mismos.

ELEMENTO DIFERENCIADOR

Se mejora los procesos de distribución, se utiliza la tecnología como factor funcional y escalable para el proyecto, se fomenta la creación de trabajo colaborativo en la organización y preparación de los productos por sembrarse y se estandarizan los precios de comercialización de cara a los consumidores finales.

FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo está conformado por tres docentes con gran experiencia en Administración de Empresas, Recursos Humanos y Contabilidad; un joven emprendedor exitoso y una estudiante de mercadeo muy

creativa y amante del diseño gráfico e imagen de marcas. La experiencia unida a la juventud creativa e innovadora son una combinación perfecta que asegura el éxito del proyecto propuesto.

EL EQUIPO EMPRENDEDOR:

- ▶ **Franklin Castillo**, profesor de Administración de Empresas Turísticas y coordinador de la Escuela de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Cuenta con amplia experiencia en la Administración de Recursos Humanos en el sector privado y gubernamental.
- ▶ **Serafina Martínez**, profesora de Contabilidad de la Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Cuenta con gran experiencia en la Administración de Empresas y el manejo contable de las mismas. Ha trabajado tanto en el sector público como el privado en calidad de gerente financiero-contable.
- ▶ **Kristy Gómez**, estudiante de Maestría en Educación Prescolar, entusiasta, proactiva, líder, influyente, con gran espíritu de colaboración, ganas de aprender y retarse a sí misma.
- ▶ **Juan González**, estudiante de Derecho, líder, emprendedor, entusiasta, creativo, gran capacidad para innovar y aprender, apasionado por la tecnología y las redes sociales. Es un gran comunicador, le encanta leer y hablar en público.
- ▶ **Mireya Samudio**, profesora de la Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Posee vasta experiencia en la Administración de Recursos Humanos. Posee experiencia tanto en el sector público como privado al frente del Departamento de Recursos Humanos.

La elección de este proyecto se debe a la limitación que tienen los pequeños productores de hacer sostenible sus cosechas, debido en gran parte al poco apoyo que reciben del Gobierno, la falta de capacitación, el poco manejo de la tecnología y la limitación para exportar sus productos.

Agro Emprender busca, con el apoyo de la economía colaborativa, unir la tecnología digital, la cadena de distribución y la entrega al consumidor final sin mayores complicaciones y logrando la sostenibilidad de la producción de los agricultores.

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS Y A LAS QUE EL PROYECTO DA RESPUESTA

- a) Los productores buscan una mejor manera de colocación para sus productos a nivel nacional. El proyecto les permite, a través de la plataforma digital, promocionar o mostrar sus productos

incluso antes de ser cosechados, aumentando la oportunidad de compra por parte de los consumidores.

- b) Muchos productores son afectados en los márgenes de comercialización de sus productos debido a los intermediarios y a costa del riesgo de la pérdida de toda su producción. En la plataforma se busca establecer precios de adquisición más estandarizados al poder comprar el mismo producto entre uno u otro de los agricultores.
- c) Muchos de los productos, pese a ser del mismo tipo, no necesariamente se han producido con las mismas normas y técnicas de agricultura; muchos de ellos tienen procesos más avanzados o son productos de mejor calidad. En la plataforma se podrá destacar este tipo de factores importantes que aporten al valor real del producto.
- d) Muchos agricultores no abastecen la cobertura de pedido de un mismo cliente por su capacidad de adquisición o por su necesidad real. La plataforma permite al cliente final realizar la compra de un mismo producto en calidad y precio y completar la demanda requerida sin la necesidad de tener que viajar o buscar a esos agricultores de forma personal, disminuyendo sus costos.

GRUPOS DE INTERÉS

De acuerdo con la naturaleza del proyecto, podemos identificar los grupos de interés de acuerdo con la incidencia de estos, ya sean estos de forma activa o de manera pasiva, pero siempre orientados a la relación positiva y la búsqueda del bien común, mismos que se han identificado de la siguiente manera.

Grupos de interés activos

- **Socios y proveedores:** Se categorizarán dentro de este grupo las personas involucradas en el desarrollo, conceptualización y creación del proyecto a nivel estructural y de tecnología.
- **Compradores, clientes actuales y potenciales:** En esta categoría, estarán involucrados todos aquellos actores que puedan ser considerados como clientes, consumidores o usuarios de la plataforma, ya sea que realicen transacciones comerciales al adquirir productos publicados dentro del portal o simplemente realicen una navegación dentro del mismo, considerando a estos como potenciales consumidores dentro del plan de mercadeo y comunicación.
- **Administradores del proyecto:** En este segmento estarán aquellas personas involucradas con la administración del sitio web, atención al cliente como soporte de primera línea, ya sea vía telefónica o a través de correo electrónico.

- **Gobierno Nacional:** Parte importante del desarrollo de este proyecto tiene que ver con un cambio estructural a nivel político y de desarrollo social y agrícola que permita la viabilidad de este, al poder llegar al sector agricultor de manera positiva para ayudarlos a comercializar sus productos.
- **Asociaciones y comerciales de la industria:** Este grupo es el de mayor injerencia, pues estará conformado por agricultores, ya sean estos independientes indistintamente de la cantidad de producción que manejen, o sean asociaciones o sindicatos, conformados por varios agricultores que quieran hacer uso del portal.

Grupos de interés pasivos

- **Comunidades aledañas:** Todo desarrollo social tendrá un impacto positivo en las comunidades aledañas, ya sea de forma directa o a través del beneficio del desarrollo estructural, vial o con la creación de oportunidades a través de la generación de fuentes de trabajo. Con este proyecto esperamos tener un aporte positivo sobre todo a nivel social, debido a que se busca mejorar la calidad de vida de las personas al poder comercializar sus productos en un precio justo, de acuerdo a la inversión de tiempo, esfuerzo y recursos que estos realizan para sus producciones. ▣

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

SECCIÓN 8

CASO DE ESTUDIO

De AirBnB a FairBnB

AUTORES:

Lola Herrero,
Alejandro Ruiz,
Andrés Chamarro

De AirBnB a FairBnB¹

INTRODUCCIÓN

Los modelos de cocreación han cambiado la forma de interactuar en la economía tradicional, permitiendo que las sinergias de las diferentes partes de las empresas creen valor.

La economía colaborativa ha permitido crear nuevas oportunidades de negocio, mediante el intercambio entre particulares de bienes y servicios a cambio de una compensación.

La economía social, con una perspectiva similar de colaboración, tiene como objetivo principal dar soluciones a los problemas sociales y posee como características principales el compartir propiedad y repartir los beneficios entre los socios y la sociedad (Monzon, 1987), con un enfoque centrado en la persona y no en la maximización de ganancias.

En ambas economías, es importante recalcar cómo los ecosistemas creados han promovido la innovación y el desarrollo de los diferentes participantes.

En los últimos años, ante el éxito de diferentes plataformas colaborativas, como Airbnb, han surgido propuestas como Fairbnb, dentro de la economía social para solucionar los problemas que han aparecido en las primeras.

En el caso de Fairbnb, en el proyecto existen muestras de que el mismo va a replicar los modelos de *red de redes*, ya que cumple con los principios orientadores: **a)** valores y desafíos compartidos, y **b)** procesos colaborativos de conectividad y de interacción que se podrán ver en el caso².

AIRBNB

La empresa Airbnb, fundada en 2008, es considerada una empresa líder en la economía colaborativa, desafiando a la industria hotelera tradicional. Su modelo de negocio se basa en una plataforma tecnológica *peer-to-peer* (P2P)³, conectando anfitriones que optan por abrirse una cuenta para anunciar sus alojamientos y huéspedes que reservan dichos alojamientos en cualquier parte del mundo.

¹ Caso desarrollado como material de estudio en el marco de proyecto INICIA por el equipo docente de ESCP Europe: Docentes Lola Herrero, Alejandro Ruiz, Andrés Chamarro. Módulo Gestión Económica: Nuevos Enfoques. Asignatura Ecosistemas de la Economía Social Solidaria y Colaborativa.

² Diferentes modelos de “red de redes”, con principios orientadores compartidos.

³ Una red *peer-to-peer*, es una red de pares, entre iguales que permite el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

El crecimiento de uso exponencial de Airbnb le ha permitido tener listadas más de 6 millones de propiedades en todo el mundo, presentes en más de 191 países y 100.000 ciudades, con más de 500 millones de huéspedes en toda su historia. (Airbnb, 2019)

La plataforma permite conectar a las diferentes partes ofreciendo un servicio de soporte 24/7, con el objetivo de permitir monetizar a los anfitriones sus espacios, pasiones y habilidades. Primero, los anfitriones registran sus datos y alojamiento para posteriormente ser alquilados por los huéspedes. Ambas partes tienen que pagar una comisión a Airbnb, como tarifa de servicio siendo diferente en cada caso.

El modelo de relación entre propietario y huésped les ofrece seguridad para ambas partes, tanto dentro como fuera de la aplicación:

Dentro de la aplicación: pagos, protección de cuentas y prevención de fraude. Fuera de la aplicación: detección de riesgos, lista de vigilancia prioritaria y examen de antecedentes y preparación de anfitriones.

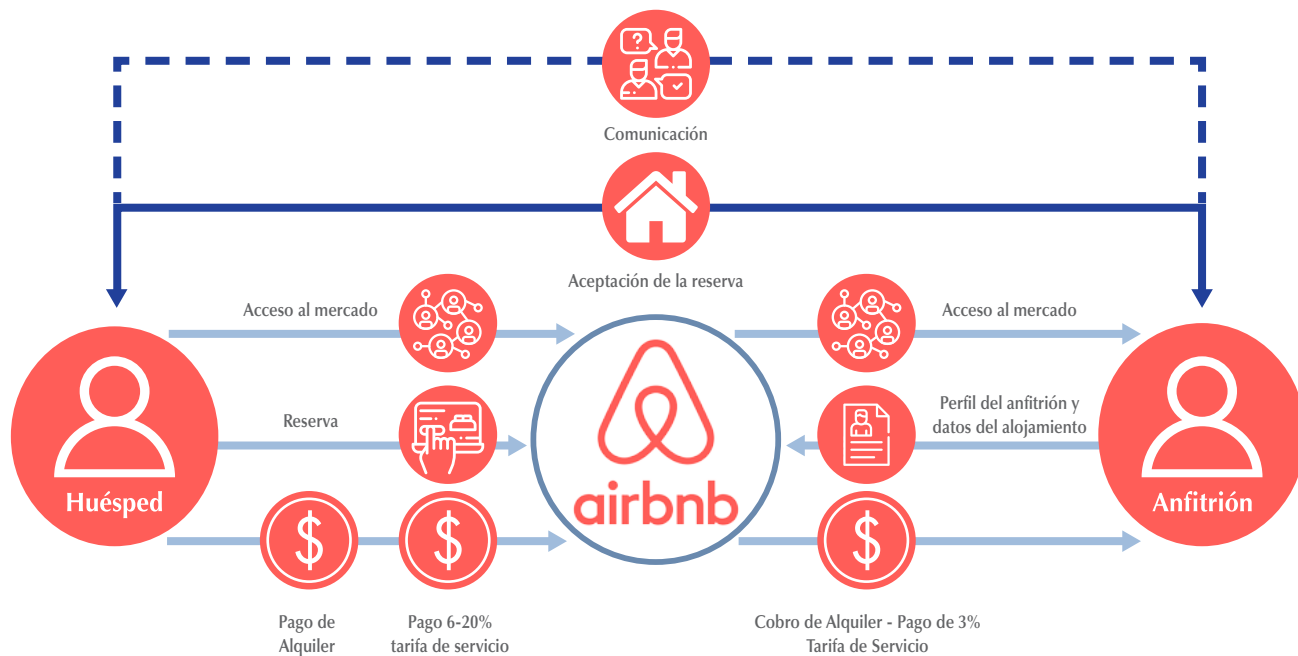


Figura 1. Modelo Airbnb.

Fuente: Elaboración propia, 2019

Ejemplo AirBnB	Pago del Huésped	Cobro del Anfitrión
Tarifa de Alquiler	100€	100€
Comisión AirBnB	15€	3€
Total	115€	97€

Figura 2. Ejemplo de pago Airbnb.

Fuente: Elaboración propia, 2019

El concepto de economía colaborativa en Airbnb se centra en el modelo de negocio basado en la participación de una comunidad, contacto e intercambio entre individuos (Botsman y Rogers, 2010), eliminando los límites entre el productor y el consumidor e interactuando mediante el uso de la plataforma digital P2P, así como incluyendo otras experiencias en línea (Ouishare, 2016), como por ejemplo, excursiones o clases de cocina, tango u otras.

Las plataformas de P2P de alojamiento vacacional se consideran ejemplos de “Estilo de vida colaborativo” (Botsman y Rogers, 2010) que mejoran el uso de recursos, reduciendo el coste y el impacto medioambiental.

El modelo de negocio de Airbnb supuso un cambio disruptivo en el sector hotelero, produciendo cambios estructurales en la forma de conectar, permitiendo que cualquier persona se pudiese convertir en anfitrión con un clic. Las plataformas digitales permiten conectar clientes con cualquier tipo de servicio o producto (Olma, 2014). También es importante recalcar los impactos tanto positivos como negativos en las ciudades y los posibles problemas regulatorios que han surgido. (Oskam y Boswijk, 2016)

En el caso de Airbnb, se consideran los siguientes puntos como base de su éxito:

- ▶ **Accesibilidad:** mediante la creación de una plataforma de confianza que conecta a ambos mercados, el de anfitriones y huéspedes, permitiendo que se comuniquen entre ellos.
- ▶ **Sociabilidad:** tanto los anfitriones como los huéspedes consideraban la interacción social y la posibilidad de tener una experiencia más real un motivo sustancial para unirse a la plataforma. El deseo de interacción social se considera en muchas ocasiones el principal punto de crecimiento de este fenómeno (Gansky, 2010; Ikkala ad Lampinen, 2015).
- ▶ **Interés económico:** los huéspedes, en general, consideran Airbnb como una opción más barata (Guttentag, 2013; Liang, 2015) debido a que, en comparación con el sector hotelero,

tienen bajos costes de personal y que los gastos fijos, como la electricidad, están cubiertos. Para los anfitriones, la posibilidad de conseguir un ingreso extra es el aspecto más importante para unirse a la plataforma (IPSOS, 2013; Holte and Stene, 2014; Hamari *et al.*, 2015).

- ▶ **Confianza y seguridad:** la seguridad tanto dentro como fuera de la plataforma, por parte de Airbnb, la garantía al anfitrión de 800.000 (Airbnb, 2019) y el sistema de valoraciones y evaluaciones de ambas partes se consideran la base de la confianza en las transacciones de Airbnb (Finley, 2013; Guttentag, 2013; Lehr, 2015).
- ▶ **Innovación:** la digitalización ha permitido que se produzcan transacciones de manera sencilla, reduciendo costes de transacción (Felländer, *et al.*, 2015) que, unido con el poder de la red, ha permitido que sea fácilmente escalable.

El éxito y crecimiento exponencial de Airbnb ha generado, a su vez, un impacto negativo en los resultados del sector hotelero, que consideran a Airbnb como una competencia desleal (EY España, 2015; Kagermeier *et al.*, 2015), debido a la falta de regulación.

La aparición de perfiles de anfitriones comerciales, representando a una empresa, rompe con el objetivo inicial de colaboración y genera diferentes problemas. Estos anfitriones compiten con los residentes potenciales en el alquiler de pisos (Quijones, 2015; Croft, 2015), provocando un aumento de los precios de alquiler y la consiguiente *gentrificación*⁴ de las zonas centrales de las ciudades (New York State Attorney General, 2014; Zervas *et al.*, 2014; Sabatini, 2015).

Por ejemplo, en Barcelona el 2,5% de los anfitriones controla el 30% de los apartamentos de alquiler y el 60% está publicado por usuarios con múltiples anuncios (ver Anexo 1).

La masificación del turismo y el consiguiente aumento de la demanda por alojamientos vacacionales han fomentado un aumento de los precios y el cambio de perspectiva de Airbnb. La continua expansión de las plataformas P2P de alojamientos genera dudas sobre si tienden más a la economía tradicional que a la colaborativa.

FAIRBNB

En 2016, nace Fairbnb, un movimiento social como consecuencia de las repercusiones de las plataformas de alojamiento vacacional, para crear una alternativa justa, colectiva y transparente a las existentes en Venecia, Ámsterdam y Bolonia, tres ciudades con alta afluencia turística.

⁴ La *gentrificación* se entiende como el desplazamiento de residentes de su zona

A finales de 2018, tras la unión de los distintos grupos al movimiento, se crea la cooperativa Fairbnb.coop, con el objetivo de servir como entidad legal del proyecto colectivo, que limite los impactos negativos del turismo al tiempo que aprovechan todo su potencial⁵.

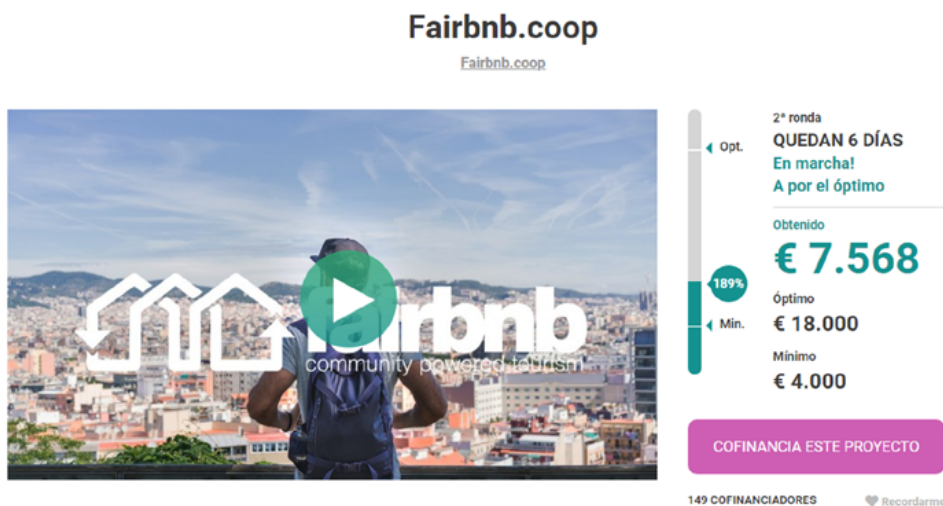


Figura 3 Proyecto de crowdfunding de Fairbnb.

Fuente: www.goteo.org

La financiación del proyecto, junto con los 100.000 aportados por los miembros de la cooperativa, se encuentra en segunda fase de cofinanciación, por medio de la herramienta de *crowdfunding*, goteo.org.

Fairbnb.coop continúa con el objetivo inicial de Airbnb de economía colaborativa, conectando anfitriones y huéspedes, facilitando un viaje memorable y un intercambio socialmente beneficioso.

“Para nosotros la verdadera economía colaborativa es la cooperativa, porque es la que integra a varios actores dentro de un ejercicio efectivo de una actividad económica” (Veracruz, 2019)⁶.

La plataforma propone resolver los tres problemas principales de las plataformas convencionales que consideran de mayor importancia relacionados con: la falta de regulación, la generación de costes en la comunidad local y la toma de decisiones en dichas plataformas.

⁵ Más información en <https://www.goteo.org/project/fairbnbcoop>

⁶ Artículo completo: <https://mundo.sputniknews.com/sociedad/201901041084543804-fairbnb-plataforma-alquileres-etica-europa-ciudades-turisticas/>

Para solucionar los problemas que están provocando las plataformas convencionales, Fairbnb da prioridad a la transparencia, la distribución de beneficios a las comunidades y la toma de decisiones de forma democrática, basándose en cuatro puntos clave:

- ▶ **Transparencia y responsabilidad:** mediante el cumplimiento de la legislación local, regional y nacional, compartiendo los datos sobre transacciones, respetando en todo momento las necesidades de privacidad y seguridad de los miembros de la plataforma.
- ▶ **Valor local añadido:** donando la mitad de las comisiones cobradas a los huéspedes para proyectos sociales seleccionados por las propias comunidades.
- ▶ **Gobernanza democrática:** una comunidad local formada por ciudadanos, investigadores y organizaciones en colaboración con socios locales para decidir la gestión de los proyectos del vecindario.
- ▶ **Copropiedad:** en forma de cooperativa que pertenece a los ciudadanos y para los ciudadanos, con el objetivo de redistribuir los beneficios entre los diferentes actores.

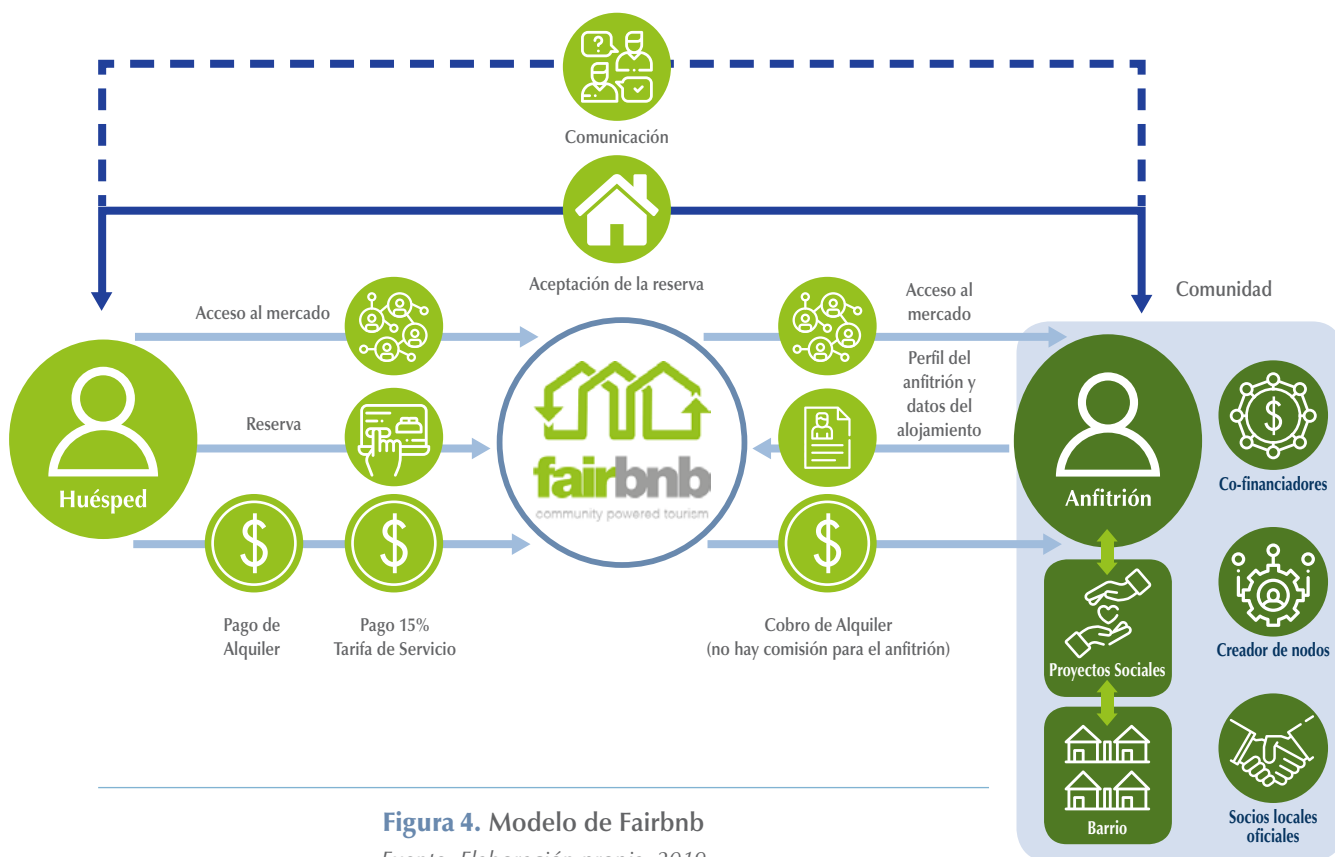


Figura 4. Modelo de Fairbnb

Fuente: Elaboración propia, 2019

Ejemplo Fairbnb	Pago del Huésped	Cobro del Anfitrión
Tarifa de Alquiler	100€	100€
Comisión Fairbnb	7,5€	-
Donación proyecto social	7,5€	-
Total	115€	100€

Figura 5. Ejemplo de pago Fairbnb.

Fuente: Elaboración propia, 2019

El modelo de Fairbnb permite a los ciudadanos colaborar de diferentes maneras, formando parte de la comunidad o bien siendo un **anfitrión**, registrando un **proyecto social**, formando parte de la red social que unifica personas con objetivos alineados o como **cofinanciador** del proyecto. De manera más global, existe la posibilidad de actuar como **creador de nodos**, ofreciendo información sobre la situación vacacional en su área o ayuda en la búsqueda de proyectos sociales.

En el aspecto administrativo y operacional, las diferentes entidades comerciales, cooperativas y de la sociedad civil pueden convertirse en **socios locales oficiales**.

Dos aspectos muy importantes para la sostenibilidad del proyecto son: **1)** la aplicación de la política “1 usuario – 1 casa”, la cual se creó para resolver el problema de especulación en las plataformas convencionales, que tenían usuarios con más de 5 alojamientos anunciados, y **2)** la ausencia de comisiones para los anfitriones, ya que formarán parte de la comunidad.

Fairbnb se abre al público a finales de 2019, inicialmente operativo en 5 ciudades europeas: Ámsterdam, Barcelona, Bolonia, Valencia y Venecia. ¿Será este enfoque de economía social la solución a los problemas que plantean los modelos actuales de economía colaborativa? ¿Surgirán nuevas limitaciones?

REFERENCIAS ESTUDIO DE CASO

Airbnb (2019). Fast Facts, Airbnb Newsroom.

Botsman, R. y Rogers, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, Harper Business.

- Croft, A. (2015). Airbnb remains symbol of Barcelona's growing unease with tourism, Skift.
- Díaz-Foncea, M., Marcuello, C. y Monreal, M. (2016). Economía Social y Economía Colaborativa: Encaje y potencialidades. *Revista Economía Industrial*, 402.
- EY España (2015). Impactos derivados del exponencial crecimiento de los alojamientos turísticos en viviendas de alquiler en España, impulsado por los modelos y plataformas de comercialización P2P, Exceltur.
- Felländer, A., Ingram, C., y Teigland, R. (2015). Sharing economy. In: *Embracing Change with Caution*. *Näringspolitiskt Forum Rapport*, 11.
- Finley, K. (2013). *Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study*, Centre for Cultural Policy Studies.
- Gansky, L. (2010). *Why the Future is Sharing*, Penguin Group.
- Guttentag, D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*.
- Hamari, J., Sjöklint, M. y Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption, *Journal of the Association for Information Science and Technology*.
- Holte, H.F. y Stene, A.K. (2014). A new lease on life: why do Norwegian consumers participate in collaborative consumption? A case study of Airbnb and Bilkollektivet, master thesis.
- Ikkala, T. y Lampinen, A. (2015). Monetizing network hospitality: hospitality and sociability in the context of Airbnb, *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, ACM.
- Inside Airbnb (2019). *Get the Data*, Inside Airbnb.
- IPSOS (2013). Many see sharing one's belongings online as a great way to earn extra money, IPSOS Public Affairs.
- Kagermeier, A., Köller, J. y Stors, N. (2015). Airbnb als share economy-Herausforderung für Berlin und die Reaktionen der Hotelbranche, *Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung*.
- Laville, J.L. (2015). *Asociarse para el bien común*. Tercer Sector, economía social y Economía Solidaria, Icarla Ed.
- Lehr, D.D. (2015). An analysis of the changing competitive landscape in the hotel industry regarding Airbnb, master thesis.

- Monzón, J.L. (1987). La economía social en España. CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa.
- New York State Attorney General (2014). Airbnb in the city, Office of the New York State Attorney General Eric T. Schneiderman.
- Olma, S. (2014). Never mind the sharing economy: here's platform capitalism, Network Cultures.
- Oskam, J. y Boswijk A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses, Journal of Tourism Futures.
- Ouishare (2016). Definición de economía colaborativa. Ouishare, connecting the collaborative economy.
- Quijones, D.(2015). Barcelona just declared war on Airbnb , Business Insider.
- Sabatini, J. (2015). Airbnb rentals cut deep into SF housing stock, report says, SF Examiner.
- Veracruz, S. (2019). Cofundador de Fairbnb. Entrevista concedida al periódico Sputnik.
- Zervas, G., Proserpio, D. y Byers, J. (2014). The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry, research paper, Boston U. School of Management, Boston, MA. ■

■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

AGRADECIMIENTOS

La publicación del presente libro no hubiera sido posible sin el invaluable aporte de cada integrante de las organizaciones que formaron parte del consorcio INICIA; el equipo de estudiantes de cada universidad; especialistas que participaron en diversas iniciativas durante el desarrollo del proyecto; representantes de organizaciones del campo de la economía social solidaria y colaborativa; y el Programa Erasmus+, en particular de Almudena Sáenz de Miera, Project Officer. Nuestro más sincero agradecimiento y reconocimiento por ser parte de este logro.

El equipo INICIA estuvo conformado por:

<i>País</i>	<i>Nombre</i>	<i>Apellidos</i>
Argentina	Rodolfo	Pastore
Argentina	Bárbara	Altschuler
Argentina	Juan Manuel	Quiroga
Argentina	Henry Anthony	Chiroque Solano
Argentina	Selva	Sena
Argentina	Aldana	Cabrera
Argentina	Adriana	Sánchez
Argentina	Marcela	Basterrechea
Argentina	Olga	Barrios
Argentina	Santiago	Odriozola
Argentina	Marcelo Alejandro	Monzón
Costa Rica	Paula	Arzadun
Costa Rica	Carolina	Pereira Coronel

<i>País</i>	<i>Nombre</i>	<i>Apellidos</i>
Costa Rica	Marilyn de los Ángeles	Gómez Gómez
Costa Rica	Arelys	García Mejías
Costa Rica	Fabio Jesús	Pérez García
Costa Rica	Paula	Ulloa Meneses
Costa Rica	Julia Beatriz	Espinoza Guzmán
Costa Rica	Alejandro	Masis Arce
Costa Rica	Marisela	Bonilla Freer
Costa Rica	Rytha	Picado Arroyo
El Salvador	Manuel Roberto	Montejo Santos
España	Sandra	Salson Martín
España	Natalia	Andia Calvo
España	José Ramón	Cobo
España	Omar	de León Naveiro
España	Esther	Carrasco Díaz
España	Romina	Vinocur
España	Helena	Sánchez Torrente
España	Cristina	Fernández
España	Lola Herrero	Herrero
España	de Juan Alonso	José María

<i>País</i>	<i>Nombre</i>	<i>Apellidos</i>
Guatemala	Raúl Fernando	Dacaret Román
Guatemala	Mynor	Cordón
Guatemala	Marco	Estrada
Guatemala	Jorge Mario	García Bautista
Guatemala	Eliza	Zackowska
Guatemala	Paola	Soto Arriviaga
Guatemala	Luis Alberto	Lemus
Nicaragua	Violeta	Gago
Nicaragua	Jilma	Romero
Nicaragua	Maribel	Avendaño
Nicaragua	Marvin	Canales
Panamá	Nelly del Carmen	Araya Reyes
Panamá	Tamara María	Domínguez
Panamá	Linabell Celenita	Graell Guerrero
Panamá	Guiselle del Carmen	Ballesteros
Portugal	María Alexandra	Soares Fontes
Portugal	Nuno Miguel	da Cruz Domingues
Portugal	Helena	Santos



■ [Volver a la Tabla de Contenidos](#)

El proyecto INICIA - Especialización en gestión de iniciativas económicas colaborativas y de economía social solidaria tuvo por objetivo general contribuir a la adaptación curricular de las Universidades Centroamericanas en relación con las nuevas formas de organización económica vinculadas a la “Economía Social y Solidaria” y la “Economía Colaborativa”, con el fin de mejorar las competencias de sus recursos humanos y prepararlos para enfrentar los desafíos de estos nuevos modelos económicos. Seguidamente se detalla la conformación de su Consorcio:

CONSORCIO INICIA

P1	TEC Instituto Tecnológico de Costa Rica	COSTA RICA
P2	UTN Universidad Técnica Nacional	COSTA RICA
P3	UNAM Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua - Managua	NICARAGUA
P4	UAM Universidad Americana	NICARAGUA
P5	UP Universidad de Panamá	PANAMÁ
P6	ISAE Universidad	PANAMÁ
P7	URL Universidad Rafael Landívar	GUATEMALA
P8	UVG Universidad del Valle de Guatemala	GUATEMALA
P9	UNITEC Universidad Tecnológica Centroamericana	HONDURAS
P10	UNAH Universidad Autónoma Nacional de Honduras	HONDURAS
P11	UES Universidad de El Salvador	EL SALVADOR
P12	UCA Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	EL SALVADOR
P13	CSUCA Consejo Superior Universitario Centroamericano	GUATEMALA
P14	UNQ Universidad Nacional de Quilmes	ARGENTINA
P15	UNM Universidad Nacional de Moreno	ARGENTINA
P16	UCM Universidad Complutense de Madrid	ESPAÑA
P17	DINAMIA S.Coop	ESPAÑA
P18	ESCP Europe	FRANCIA
P19	IPVC Instituto Politécnico de Viana do Castelo	PORTUGAL

El paquete de transferibilidad, se encuentra a disposición de los interesados en la página web del proyecto: www.proyectoinicio.net o puede contactar directamente a la Coordinación General del Proyecto:
Paula Ulloa • pulloa@tec.ac.cr