

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

Facultad de Bioquímica y Ciencias Biológicas



Trabajo Final Integrador para la obtención del Grado Académico de
Especialista en Vinculación y Gestión Tecnológica

CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DE LA ECONOMÍA SOCIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DEL SECTOR.

ABOGADA ABRAHAM ZAIDA NAHIR

Director: Lic. Julio Tealdo - Co-Director: Lic. Julio Lozeco.

Santa Fe, Argentina.

-Año 2024-

ÍNDICE

Resumen.....	2
CAPITULO 1.....	6
Introducción.....	6
Descripción del marco teórico.....	13
Plan de trabajo y metodología.....	21
Organización.....	24
Metodología.....	27
Cronograma.....	32
Recursos.....	34
CAPÍTULO II.....	36
Emprendedor social: definición.....	36
Emprendimiento social.....	47
El emprendimiento social como generador de Innovación social.....	55
Comparación de la Innovación tecnológica con la Innovación social.....	58
CAPÍTULO III.....	61
Emprendedores sociales y desarrollo local.....	61
Santa Fe y su política de ESS.....	64
Normativa.....	68
Implementación:.....	75
Beneficios del registro:.....	78
CAPÍTULO IV.....	80
Instituciones de la Economía Social en Santa Fe.....	80
Emprendedores sociales de Santa Fe.....	83
Localización.	88
Asociativismo.	92
Emprendimientos y estado de desarrollo.....	96
Actividades principales.	100
Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.....	Error! Bookmark not defined.
Canales de comercialización.	102
Emprendimientos sociales y formalización.	103

Emprendedores sociales y sus vínculos con las organizaciones de la ESyS.....	106
Principales prestaciones ofrecidas por las instituciones de la ESyS a los emprendedores (Gráfico nº 13).....	113
Principales demandas de los Emprendedores Sociales de Santa Fe.....	116
CAPÍTULO V.....	125
INCUBADORA SOCIAL.....	125
INTRODUCCIÓN. LAS INCUBADORAS Y EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR LOCAL.....	125
INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES COMO OPORTUNIDAD DE INCLUSIÓN Y DESARROLLO.....	130
Conclusiones.....	132
Anexos.....	134
Bibliografía.....	152

Resumen.

La ciudad de Santa Fe en los últimos años (2010-2023) ha experimentado un incremento del número de los denominados “emprendedores de la economía social”, emprendedores que se caracterizan por su alta capacidad de resiliencia y generación de cambios sociales, culturales y económicos.

Dichos cambios se reflejan, en el surgimiento de pequeñas unidades productivas llevadas adelante por hombres y mujeres que buscan una salida a la precarización laboral y bienestar socio-económico, pero además en la conformación de nuevas cooperativas barriales y asociaciones civiles que acompañan a quienes buscan insertarse en la economía formal a través del autoempleo, en la creación de nuevos espacios de comercialización, fomentando y dando a conocer las buenas prácticas de la economía social y solidaria, a través de su presencia activa en el territorio.

Este conjunto de actores, paulatinamente fue adquiriendo un sinnúmero de capacidades para adaptarse y desarrollar, a través de la experiencia, valores propios que se extienden y reafirman una especial forma productiva y de asociativismo, que ayuda a cientos de hombre y mujeres a poder encontrar una salida a la exclusión social, aumentar su propio bienestar y promover formas alternativas de generar recursos a partir de la identificación de oportunidades dentro del ecosistema productivo local.

Los emprendimientos de la economía social han adoptado en la ciudad rasgos propios, los cuales se ven reflejados en diferentes dimensiones: económica, financiera, cultural y social, generando, en la ciudad verdaderos núcleos de autogestión individual y asociada, que vienen a jerarquizar modelos de

organización completamente transformadores, desde el punto de vista de la innovación social.

Este tipo de emprendimientos más allá de su propia filosofía, esto es, la solidaridad y el asociativismo como bienes de apropiación social, se encuentran en la actualidad enfrentando un amesetamiento en sus unidades productivas, producto de carencias y necesidades que aún hoy no se han podido ser superadas a través de las herramientas disponibles y políticas públicas implementadas. Cada etapa que atraviesa el emprendimiento presenta particularidades especiales que demandan un tratamiento diferencial, acorde a las necesidades y especificidades de cada estadio.

El presente trabajo busca dar a conocer el estado de situación que atravesaron los emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe durante el período 2020, poder analizar y descubrir sus carencias y necesidades, establecer tipos y/o especies de emprendimientos, para finalmente proponer herramientas de empoderamiento, desarrollo y maximización en la gestión y seguimiento de este tipo de emprendimientos.

Palabras clave: Economía social, emprendedores, innovación social, organizaciones de la economía social, necesidades organizacionales, tipos de emprendedores sociales.

CAPITULO 1

Introducción.

En la ciudad de Santa Fe, tanto el gobierno local como la Universidad Nacional del Litoral, desde hace unos años, han impulsado la creación de espacios y herramientas para atender a la compleja realidad de los diversos actores que directa e indirectamente son parte de la economía social, pudiendo a través de ellos coadyuvar a resolver algunos de sus problemas, plantear nuevos desafíos, diseñar y delimitar nuevas políticas públicas en procura de alcanzar desarrollo económico y social, pero a la vez, encontrar soluciones y ocuparse activamente de un número cada vez mayor de personas que individualmente y/o asociadas apuestan a una nueva forma de concebir la economía.

Esta otra economía, como se la conoce también en diferentes ámbitos, se ha preocupado en términos generales, de las prácticas concretas, del sujeto que las lleva a cabo, de las políticas públicas dedicadas a este sector, de las dificultades a superar y de los desafíos para su sostenimiento en el tiempo.

En este camino, el enfoque económico que aquí llamaremos Economía Social y Solidaria (ESS) ha entablado fructíferos diálogos con disciplinas tales como la antropología, historia, sociología y obviamente la economía política, entre otras. (Jurado & Cardozo, 2016, pág. 25)

Es decir, que la economía social y solidaria ocupa un importante lugar tanto en el ámbito académico como en el ámbito de la política; el estudio de las problemáticas, los avances experimentados y la idiosincrasia de sus agentes, conjuntamente

representan un punto central para traccionar y definir estrategias de acción. Esto nos lleva a afirmar que la economía social y sus actores centrales vienen ocupando un lugar sumamente primordial para entender el desarrollo económico local y avanzar sobre el estudio y comprensión de quienes interactúan y lideran estos nuevos procesos constructivos.

Los emprendimientos de la economía social se vinculan con valores, con fines de bien común, tienen la capacidad de transformar y diversificar el territorio, generando innovación social, entendida esta como el resultado de una conjunción de necesidades y demandas sociales, económicas y culturales que provocan una ruptura radical en el pensamiento actual, convencional u ordinario, generando de este modo nuevos valores colectivos. Estos tipos de emprendimientos representan una forma especial de creatividad objetiva y racional capaz de generar nuevas estructuras, modelos y procesos en un contexto social determinado.

En este nuevo planteamiento, los procesos de aprendizaje colectivos se derivan en modelos de territorios socialmente innovadores, que basan en la generación de capital social, relacional e institucional el desarrollo de los procesos de innovación. Hablamos de procesos que se gestan y emergen en la propia sociedad civil, lo que obliga a la administración e intervención pública a entender e impulsar una nueva cultura de gobernanza local. Los procesos de innovación basados en el capital social requieren del punto de vistas de la dimensión local, donde los agentes de cercanía juegan un papel de liderazgo y dinamización relevante. (Estensoro & Zurban Irizar, 2010, pág. 134)

En este marco, los emprendedores de la ESyS presentan experiencias disímiles, pero que a la vez son compartidas, llevándolos a perseguir fines comunes en procura de mejorar sus condiciones actuales (entre ellas su capacidad de sustento), fortalecer sus unidades productivas y promover el desarrollo local, entendido éste como:

“Un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía y de la sociedad que tiene lugar en un territorio determinado. Se reconoce que el territorio influye en el comportamiento de las personas y puede considerarse un agente con capacidad de introducir innovaciones al interior de la base productiva, acompañado por cambios sociales que la hacen posible.”
(CEPAL, pág. 14)

Estos emprendimientos se singularizan por instaurar especiales tipos y formatos de modelos de negocio, partiendo de considerar que “*un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.*” (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Los modelos de negocios estructuran los cimientos sobre los cuales se debe empezar a construir y diseñar un emprendimiento o idea de negocio, a su vez, los mismos se sirven de la propuesta de valor para atender de manera innovadora u original demandas insatisfechas por parte de los consumidores; que en el particular caso de los emprendimientos sociales, éstos se sirven de la solidaridad, asociativismo y cooperativismo para promover la colaboración y los vínculos entre emprendedores, aminorar el impacto ambiental y hacer, en general, que la economía prospere al tiempo que mejora el entorno que los rodea.

En la ciudad de Santa Fe, según datos de las instituciones sociales con las que se tomaron contacto al momento de realizar este trabajo, existen alrededor de 2000 emprendedores sociales; todos los cuales se encuentran nucleados en diversas entidades de la economía social. El número se conforma tanto de los emprendedores inscriptos en el Registro de Emprendedores Productivos Locales de la Municipalidad de Santa Fe, la Asociación Civil amigos Plaza 9 de julio, la Cámara de Mujeres Emprendedoras Santafesinas, Cámara independiente de Emprendedores y microempresas, Asociación de Emprendedores y artesanos, Feria popular del Sol y la Luna, la Asociación civil artesanos de la costanera, Asociación Civil Generar, entre otras. No obstante en este punto, también es necesario tener en cuenta que existe un gran número de emprendedores sociales que no se encuentran contabilizados ni registrados por ningún organismo público o privado, sino que ejercen su actividad productiva de modo individual, sin tomar parte de ninguna forma de organización, sea ésta pública o privada.

En el caso particular de la Municipalidad de Santa Fe en relación a la implementación de políticas públicas dirigidas a la economía social en general y los emprendedores sociales en particular, tienen sus orígenes en el año 2012 con la firma de un convenio con la Universidad Nacional del Litoral y el Gobierno de la Provincia de Santa Fe para crear el Centro de Emprendedores de la Economía Social (CEES), el cual comienza a funcionar en el año 2013. Desde entonces se han implementado normativas específicas, incluso antes de la creación del CEES (como la ordenanza municipal N° 11641 del año 2010 que crea el REPLO) y articulado programas de formación y fortalecimiento al sector que motivan a tomar al gobierno local como la institución central sobre la que se desprende el presente trabajo.

Todas estas instituciones que representan formalmente al ecosistema emprendedor de la ESyS, llevan adelante asimismo proyectos de formación y capacitación, organizan talleres, promueven la ampliación de los espacios de comercialización y muestras de los productos, fomentan el trabajo colaborativo como forma genuina de poder ampliar y escalar en el mercado en miras a lograr el crecimiento de sus emprendimientos.

Por otro lado, existen en la ciudad las llamadas entidades de la economía social y solidaria, donde encontramos a las cooperativas de trabajo y cooperativas de servicios, quienes a través de una concepción democrática y mancomunada, se proponen alcanzar y satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales de sus asociados. En la localidad, se registraron en el año 2021, 150 cooperativas formalmente constituidas, según datos arrojados por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social INAES (inaes.gob.ar/entidades/buscarentidades), autoridad nacional de control y aplicación de estas organizaciones.

Todo lo mencionado con anterioridad, nos lleva a indagar cuáles son los principales problemas y necesidades que este gran número de emprendedores e instituciones de ESyS tienen en la actualidad, esto es, qué recursos, materiales o intangibles, son los que demandan hoy en día para mejorar sus procesos productivos, aumentar sus capacidades de negociación y vinculación con otros emprendedores y organismos con los que pueden ampliar sus redes de contacto y realizar proyectos en común que revaliden y posicionan localmente su labor, mejoren la competitividad y la posibilidad de aplicar a líneas de financiamiento para optimizar cuestiones ligadas al packaging, equipamiento, formalización y reacondicionamiento del lugar de trabajo, entre otros.

A la par del crecimiento cuantitativo de estos emprendedores, se han impulsado diversas políticas públicas fundamentalmente por parte del Gobierno de la ciudad de Santa Fe. Por su parte, la Universidad Nacional del Litoral, realizó su valioso aporte, generando nuevas líneas de investigación, realizando actividades de extensión, trabajo en el territorio, etc. Quien, tal como lo vienen haciendo otras universidades del país y latinoamericanas, han logrado forjar un ineludible compromiso con la extensión y vinculación con el territorio, acompañando y ejecutando medidas, que desde las diferentes disciplinas afines, ponen en práctica distintas formas de estudio y concientización social sobre la ESyS, pudiendo definir programas concretos de valiosa ayuda para los emprendedores e instituciones parte del sistema.

La presencia de la ESyS en el ámbito universitario también es hoy una realidad con un reconocimiento innegable. Esto se manifiesta en distintas universidades en su creciente gravitación en los planes de estudios de las carreras de grado, en el desarrollo de maestrías y carreras de posgrado, en los programas y proyectos de extensión, en las líneas de investigación, en la proliferación de seminarios, charlas y mesas debate en torno a la temática que se desarrollan desde hace más de 10 años en las distintas universidades nacionales". (Pearson, 2016)

Como corolario, se propone en el presente trabajo, realizar una exposición y recorrido teórico-práctico de los emprendedores y emprendimientos de la ESSyS durante el período 2020-2021, bajo los siguientes objetivos:

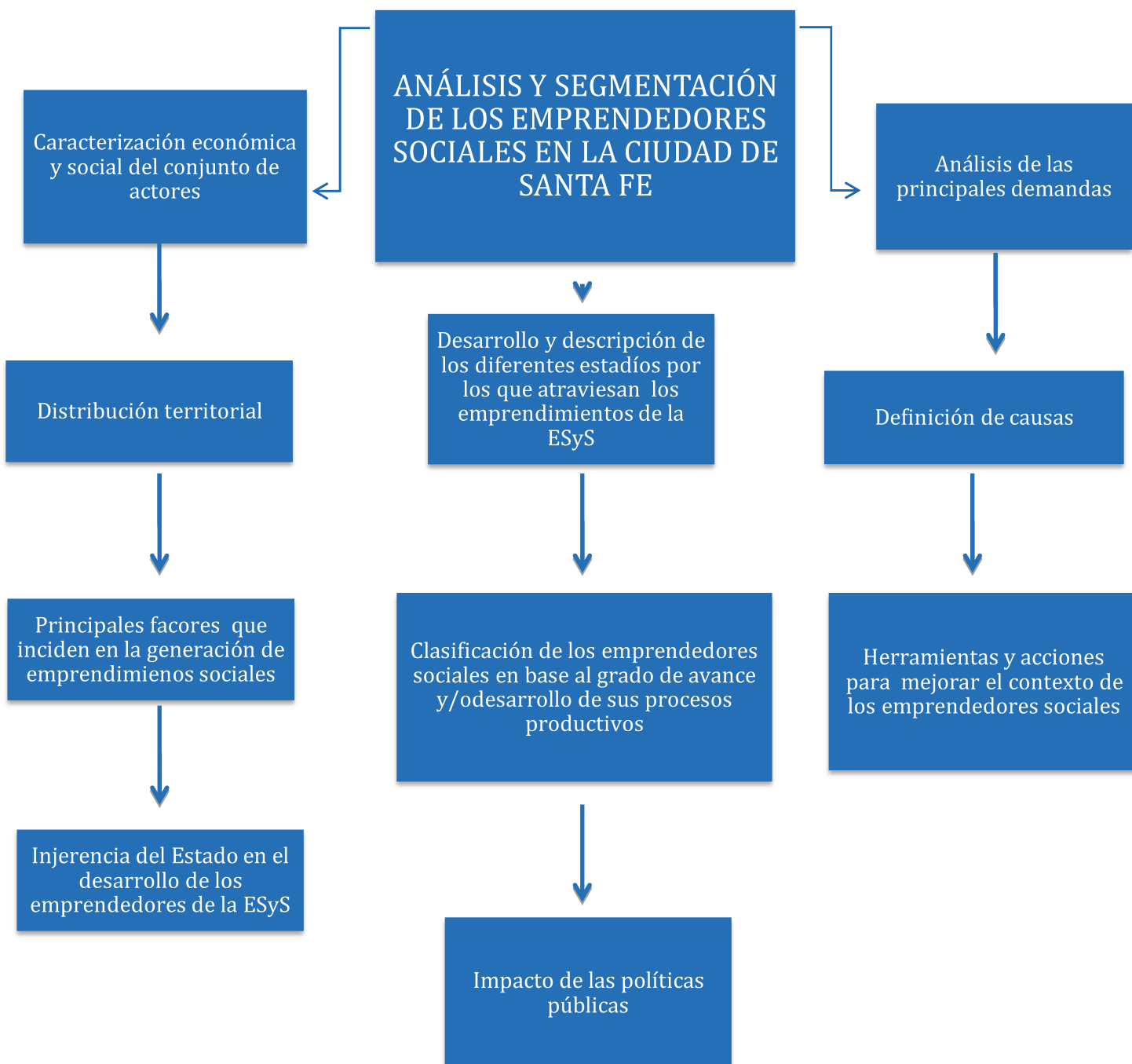


Figura 1 Objetivos.

Descripción del marco teórico.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, desde el año 2004 trabaja sobre el campo de acción y los alcances de la innovación social. Tal es así, que el organismo internacional, define a la **innovación social** como:

“nuevas formas de gestión, de administración, de ejecución, nuevos instrumentos o herramientas, nuevas combinaciones de factores orientadas a mejorar las condiciones sociales y de vida en general de la población de la región por un número determinado o no de agentes sociales, que a consecuencia de captar y percibir una problemática social se encaminan a perseguir un axioma que es el que los motiva”.

Si bien existen muchas y de las más variadas diferencias entre las principales conceptualizaciones del concepto “innovación social”, la lupa de quienes se esfuerzan por estudiar la temática varía considerablemente, pero aun así, se puede precisar que hay dos características comunes en su significado, que sobresalen y se distinguen en la gran mayoría de los conceptos: la innovación social es fuente de valores y nace como respuesta de las poblaciones a las adversidades y problemas sociales emergentes.

Haciendo un análisis más exhaustivo, podemos determinar diferencias sustanciales entre los principales pensadores e institutos que han conceptualizado a la “innovación social”.

Como primera diferencia se puede pensar en el *alcance* del término, ya que hay definiciones, que entienden a la innovación social en sentido restringido (Schumpeter, Mulgan, Young Foundation) , limitando su función solamente a

actividades y servicios destinados a la satisfacción de una necesidad social; mientras que quienes la entienden en sentido amplio piensan que también la innovación social es el desarrollo de productos, servicios y modelos que se dirigen a la solucionar problemas y necesidades sociales. Dentro de este último grupo, podemos encontrar la definición de innovación social de (The Young Foundation, 2010) la cual establece que: “*Las innovaciones sociales son las innovaciones que son sociales, tanto en sus fines y sus medios.*”

También existen diferentes planteos de los *objetivos* que se le asignan; mientras que para algunos el principal objetivo es social (valores sociales), para otros el objetivo de la innovación social es la creación y transformación de esas relaciones sociales emergentes, ya que el foco está puesto en la atención a demandas sociales, pero a su vez en el medio y fines que rodea dichas demandas.

Siguiendo este orden de ideas, alcanzamos la conceptualización actual de la Guía para la innovación social, la cual establece que “la innovación social se puede definir como el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer necesidades sociales y crear nuevas relaciones sociales o colaboraciones” (Comisión Europea, 2013, pág. 6). Representando entonces, nuevas respuestas a demandas sociales apremiantes y/o urgentes, que afectan al proceso de interacciones sociales.

Como corolario se puede decir que de acuerdo a esta mirada, las innovaciones sociales son innovaciones que son sociales tanto en sus fines como en sus medios.

La odisea se encuentra entonces en interpelarnos objetivamente ¿quiénes son los que promueven, motivan, encaminan la innovación social? De tal forma nos encontramos entonces, que la discusión está en encontrar a los principales

promotores de la innovación social. ¿Son las organizaciones, emprendedores de la ESS, los movimientos sociales o cooperativistas; o todos en conjunto?

Hay quienes opinan como la Comisión Europea (2013) en la Guía para la innovación Social que dichos agentes generan innovación social en la medida de que son capaces de hacer transferencia de conocimiento, creando así “conocimiento social”, el cual trae a consecuencia la afectación directa a los procesos internos y externos sus interacciones sociales (pág. 6-7).

Dentro de esta lógica, en su teoría de Innovación de Usuarios, Von Hippel nos habla de las diferentes fuentes de innovación, mencionando a los fabricantes, distribuidores, suministradores y usuarios, entendidos como cualquier persona que utilice instrumentos tecnológicos. Estos últimos, según el autor innovan mucho más que aquellos quienes se dedican a crear (ingenieros por ejemplo), ya que son ellos, los cuales a partir del uso de esos instrumentos científicos detectan y publican los defectos y/o problemas de las tecnologías, sociales o no. Por lo que la innovación social deviene específicamente de los usuarios, pudiendo canalizar su función como “participación ciudadana” (Von Hippel, Jul. 1976, págs. 212-239).

Pensar el diseño de instrumentos y herramientas para la generación y el desarrollo local de emprendimientos de la economía social, considerándolos como verdaderos motores de crecimiento cuyas experiencias son el resultado de un complejo y multifacético entramado económico y social, en donde se conjugan iniciativas, actividades combinadas con una multiplicidad de prácticas creativas y culturales que surgen tanto del ámbito público como de movimientos y grupos sociales, nos obliga a encontrar los fundamentos teóricos más relevantes para ponderar el desarrollo del presente trabajo.

Algunos países de América Latina, tales como México, Brasil y Paraguay, han implementado diferentes mecanismos para potenciar e impulsar a emprendimientos de la economía social, los cuales pueden ser tomados en consideración para realizar un análisis comparativo y tener un modelo a seguir que compatibilice con la realidad de los emprendimientos objeto de análisis en este trabajo.

En una publicación realizada por la Universidad de Medellín, Arboleda Álvarez & Zabala Salazar (2011) se muestra cómo la regulación normativa a través de una legislación especial (Ley de fomento a la cultura emprendedora N°1014 del 2006) se pueden generar diferentes formas más ágiles y expeditas de tratar e incentivar el emprendedurismo. Dicha ley no solamente define los principios básicos sobre los cuales debe desarrollarse la actividad emprendedora, sino que además realiza una clasificación entre: emprendimientos de tipo tradicional, emprendimientos diseñados para generar valor social y los denominados emprendimientos verdes (pág. 79-81).

Por otro lado, el gobierno local de Medellín, instauró y propulsó un programa de amplio espectro emprendedor, denominado Cultura E.

Cultura E es una estrategia para el desarrollo empresarial de Medellín y el Valle de Aburrá ha buscado transformar en la población valores, actitudes y competencias mediante acciones integrales, que incidan en todos los procesos de emprendimiento, desde el más sencillo hasta el más sofisticado, cubriendo los campos de educación, formación para el trabajo, apoyo a la creación de empresas, fortalecimiento del tejido empresarial existente, formalización empresarial, financiación y procesos de innovación. (Arboleda Álvarez & Zabala Salazar, 2011, pág. 80)

El Programa, a partir del reconocimiento de los diferentes tipos de emprendedores (barriales, jóvenes, emprendedores ubicados en corregimientos, entre otros), y el trabajo conjunto de los Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZOS), Banco de Oportunidades, Concurso Capital Semilla, se pusieron en valor diferentes herramientas para la educación emprendedora, el potenciamiento y crecimiento de los emprendedores “*barriales*”, que junto con las políticas implementadas por la Secretaría de Desarrollo Social, basadas principalmente en la generación de emprendimientos comunitarios, propuestas de modelos de negocios, ha sido posible en Medellín, la implementación de nuevos perfiles empresariales, como así también, nuevas concepciones acerca de las organizaciones del territorio, entendidas a partir de valores comunitarios y el cambio en las actitudes y competencias emprendedoras.

En Medellín el pensamiento constructivo, se encamina hacia la promoción y el despegue de los emprendedores a través de acciones integrales, amplias y diversas para la consecución de mejoras en los procesos de producción, maximización del talento humano, comercialización y el fortalecimiento del tejido empresarial existente, para que sin desprenderse de la idiosincrasia de lo local y su cultura, se pueda empoderar al tejido productivo y social implicado.

Otro caso a destacar es el del país vecino:

“La economía Solidaria en Brasil viene ganando amplitud como movimiento social y también como objetivo de las políticas públicas de los gobiernos federales, estatales y municipales. Por esto, es posible notar el aumento de los estudios académicos sobre este tema, así como el surgimiento de nuevas líneas y objetos de las investigaciones que los caracterizan.

Incubadoras universitarias de emprendimientos solidarios han surgido en Brasil, desde mediados de la década de 1990, como forma de promover tanto la producción como el acceso al conocimiento por parte de la población más excluida, fomentando la Economía Solidaria como una forma, tanto de generación de renta como de otra manera de establecer relaciones entre personas y de ellas con su ambiente, en atención a sus necesidades en todas las esferas: económica, social, ambiental y psicológica.” (Fátima CRUZ-SOUZA, 2011).

En la ciudad de Sao Pablo de dicho país, se ha llevado adelante un interesante proceso de incubación para los emprendimientos sociales, como una forma innovadora de acelerar y estructurar modelos de negocios colaborativos, de una forma más dinámica para los emprendedores, poniendo en despliegue conocimientos, saberes y experiencias latentes en la región para la formación y planificación de un especial proceso de incubación adaptado a las realidades específicas de ese tipo de proyectos.

Partiendo de la resistencia a la economía capitalista neoliberal, como fenómeno determinante del empobrecimiento y de la disminución de la calidad de vida de la población, la incubadora de emprendimientos sociales toma los principios de la economía social y solidaria para poner en marcha un sistema colaborativo accesible, que mitigue la exclusión social proponiendo una forma alternativa de generar emprendimientos sostenibles, potenciar prácticas cooperativistas y mejorar la autogestión de los emprendimientos.

Otra experiencia es la de la Incubadora Regional de Cooperativas Populares de la Universidad Federal de São Carlos, situada en el Estado de São Paulo

(Brasil) (Fátima CRUZ-SOUZA, 2011), es una incubadora de empresas sociales, universitaria, que brinda a sus usuarios/emprendedores, un espacio de encuentro y socialización, una comunidad de intercambio de saberes en procura de lograr una conexión con lo académico, vinculando universidad-comunidad.

En la incubadora se da seguimiento a proyectos asociativos/cooperativos y emprendimientos autogestionados, atendiendo bajo los conocimientos propios de la economía social, demandas latentes de un sector cada vez más numeroso, que durante mucho tiempo se encontraba excluido del “sistema”. Tal es así que otra de las características del modelo de incubadora diseñado, es la articulación de la universidad, a través de la incubadora, con el municipio local, formando junto con otros actores, un interesante “*movimiento de economía social*”, a partir del cual se impulsan y llevan adelante actividades y programas (Foro Municipal de Economía Social, Centro Público de Economía Social y Solidaria) y se promueven, actualizan y defienden las distintas normas legales que regulan este tipo de actividades y organizaciones

La multidisciplinariedad atraviesa todo el proceso de incubación, entendiendo que la conjunción de saberes permite entender, complejizar y abordar más acabadamente las iniciativas populares, objeto del proceso.

En la República de Paraguay, en el ámbito de la INCOOP (Instituto Nacional de Cooperativismo) de dicho país, se entiende que “incubar”, es *el hecho de asesorar grupos para la formación de emprendimientos económicos solidarios, por medio de la oferta de apoyo técnico y de acompañamiento del proceso de toma de decisiones e implementación de actividades.* (Fátima CRUZ-SOUZA, 2011)

Entre las principales disciplinas de formación y capacitación, en que la incubadora hace foco y promueve el cambio de paradigma para consolidar este tipo

de emprendimientos, encontramos finanzas cooperativas y solidarias, estudio de prácticas consumo ético, social y responsable, estrategias asociativas para optimizar procesos productivos, organización del trabajo colectivo, etc.

Todo el proceso se encuentra atravesado por el reconocimiento de la situación actual de los agentes de ESS, relevamiento de necesidades y demandas, diagnóstico y seguimiento de los proyectos, reflexión, redefinición de estrategias, contemplación de los cambios. En fin, todo un cúmulo de actividades que reafirman el imperante estudio y compromiso con el territorio y sus actores, como principales promotores de un cambio en el entramado socio-productivo latente, que hoy genera, fortalece y consolida una innovación necesaria, transformadora que a la par de los avances e impactos tecnológicos, todo pueblo necesita para crecer, empoderarse y afianzar nuevos lazos para no perder lo que nos reafirma como seres sociales.

Plan de trabajo y metodología.

En el presente trabajo se propone realizar un diagnóstico en base a datos arrojados por una encuesta diseñada para conocer e indagar sobre las características, el grado de desarrollo y las diferentes necesidades que tienen los emprendimientos de la economía social de la ciudad de Santa Fe relevados durante el período 2019-2021 a través de la base de datos del Área de Economía Social de la Municipalidad de Santa Fe y entrevistas personales realizadas a emprendedores sociales, haciendo especial énfasis en los emprendimientos sociales nucleados en algunas de las principales organizaciones sociales y en el gobierno local de la Ciudad de Santa Fe (Registro de Emprendedores Locales). La finalidad es mostrar la situación que se encuentran atravesando estos grupos dentro del territorio de la ciudad, proponiendo una superlativa consideración a su rol como agentes transformadores del territorio y generadores de innovación social.

De igual modo, se pretende, a partir del análisis del estado de situación de los emprendedores sociales, reconocer y dimensionar las principales necesidades, omisiones, carencias que afectan sus unidades productivas y que no han podido ser aún atendidas y/o aminoradas por las políticas públicas implementadas en los últimos años, como así tampoco por las entidades a las cuales pertenecen.

De lo antes expuesto y como refuerzo/complemento del análisis mencionado anteriormente y relevamiento de necesidades del grupo, objeto del presente estudio, se realizará una caracterización de las principales categorías y tipos de emprendimientos, tomando en consideración el estado de desarrollo de los emprendimientos en la ciudad.

De acuerdo al fin propuesto, en el presente trabajo se abordará:

- Aquellos emprendedores que poseen una idea-proyecto, la cual aún no ha podido ser desarrollada o llevada a cabo, como así tampoco se ha diseñado un modelo de negocio viable: aquí las actividades de sensibilización y motivacionales serán fundamentales para trabajar habilidades blandas (competencias emprendedoras) y dar inicio a la consecución de la idea de negocios;
- Emprendimientos en estado inicial de producción (de 1 a 2 años de antigüedad): modelo de negocios en desarrollo y validación del producto con el usuario/consumidor en proceso;
- Emprendimientos consolidados: formalizados legal e impositivamente, con ventas regulares.
- Formas asociativas: aquí se encuentra aquellos grupos de emprendedores que se han asociado de alguna manera (de facto o mediante la elección de una determinada personería jurídica), como estrategia para un mejor posicionamiento en el mercado, impacto local de sus producto y/o marcas, como así también, para reducir costos.

Finalmente se realizará una propuesta de herramientas u otras medidas que hoy este conjunto de actores está necesitando y/o demandando por parte de quienes impulsan y promueven la innovación social de los emprendimientos autogestionados y las organizaciones cooperativas, haciendo foco en lo local, pero sin perder el eje de estudio y evaluación de otras experiencias latinoamericanas.

Para poder arribar a los objetivos propuestos, es de vital importancia poder encuadrar y asignar un abordaje conceptual y teórico sobre lo que actualmente se considera un emprendedor y emprendimiento social, para luego, realizar un estudio descriptivo del contexto actual de los emprendedores sociales en la ciudad de Santa Fe, individualizar los diferentes estadios por los que deben atravesar para generar emprendimientos sustentables y qué procesos deben poner en marcha para ser parte del ecosistema.

De todo ello se desprende el estudio de la gran diversidad de agentes sociales que participan en el territorio, caracterizando aquellos grupos que comparten determinados grados y/o niveles de desarrollo productivo.

Organización.

TRAMO N° 1 *“Análisis de los emprendedores sociales en Santa Fe dentro del ecosistema emprendedor de la ciudad de Santa Fe, abarcando desde el año 2019 hasta el año 2021.*

- Primera etapa.

Relevamiento y análisis de las diferentes instituciones que actualmente trabajan con emprendedores de ESS.

- Cantidad de instituciones activas.
- Prestaciones que ofrecen a los emprendedores y/o cooperativas.
- Articulación con programas municipales, provinciales o nacionales.

- Segunda etapa.

Análisis de entrevistas y documentos propios de cada una de esas instituciones, determinar antigüedad, las líneas de trabajo que se vienen implementando, cantidad de emprendedores, sistemas de motivación y seguimiento, oferta, proyección futura.

- Tercera etapa.

Mediante encuestas específicas para instituciones, determinar tipos de emprendimientos con los que trabajan, principales rubros y/o actividades, formas de captación de nuevos emprendedores, canales de comercialización, grado de formalización, expectativas.

Objetivo: contar con un diagnóstico, establecer conclusiones comunes a todos los agentes.

TRAMO N° 2: “Tipos de emprendimientos y estadios”:

- Clasificación por etapas y según los estadios en los que se encuentran los emprendimientos, caracterización.
- Análisis de las necesidades actuales de cada grupo, las cuales resultan de encuestas y entrevistas personales a emprendedores.
- Demandas actuales por estadio, teniendo en consideración el grado de formalización de los emprendimientos
- Capacitaciones e instancias de formación.

A través del diseño de una encuesta se recopilar los datos necesarios para arribar a el análisis de los emprendedores, sus emprendimientos, como así también su vínculo con las instituciones de la ESyS.

Objetivo: ponderar el impacto en los emprendimientos de la ESS de las políticas y programas llevados adelante.

TRAMO N° 3: “Formas de poner en valor e impulsar a los emprendedores de la economía social y solidaria”:

- Propuesta de incubadora social como herramienta para la mejora y seguimiento de los emprendimientos de ESS, determinación de objetivos, actividades principales y proceso de pre-incubación e incubación. Modelo de

guía propuesto: incubadora de emprendimientos populares de la Universidad de San Carlos, Brasil.

- Nuevas formas de enseñar y transmitir la ESS: talleres, ciclos de formación en ESS, nuevas temáticas (finanzas, precio seguro, comunicación y planificación). Modelo propuesto a seguir: CEDEZOS, Colombia.
- Muestras y encuentro de experiencias como formas de poner en valor el trabajo realizado por los agentes de la economía social.
- Asesorías especializadas en cooperativismo.

Metodología.

Con el fin de alcanzar de los objetivos propuestos, se procede a detallar la siguiente metodología:

1- Relevamiento y recopilación de datos de las instituciones de la economía social seleccionadas:

- Municipalidad de Santa Fe, Subsecretaría de Innovación y Emprendedores, Coordinación de Economía Social.
- Cámara de Mujeres Emprendedoras Santafesinas
- Asociación Civil amigos Plaza 9 de Julio
- Cámara Independiente de Emprendedores y Microempresas
- Asociación de emprendedores y artesanos
- Feria Popular del Sol y la Luna
- Asociación civil artesanos de la costanera
- Asociación Civil Generar

En esta primera etapa se entrevistará a referentes, autoridades y/o personal de las instituciones relevadas, para caracterizar su modelo de trabajo y vinculación con emprendedores, servicios y/o prestaciones que ofrecen, de qué forma los emprendedores pueden ingresar a la institución, antecedentes que motivaron el asociativismo o la agrupación para trabajar con emprendedores, forma jurídica adoptada, antigüedad y cualquier otra información que pueda servir para su descripción.

Por otro lado, se propone solicitar alguna base de datos o registro donde se mencionen los datos de los emprendedores que forman parte de cada una de ellas.

2- Unificación de información recolectada: una vez obtenida la información proveniente de las instituciones, se creará una base de datos única en la cual se encuentren todos los emprendedores de las instituciones de la economía social relevadas. A la información de esta base de datos generada, se la utilizará para cruzar dicha información con el Registro de Emprendedores Productores Locales (REPLO) de la Municipalidad de Santa Fe para de esta forma, obtener un único listado representativo de emprendedores radicados en la ciudad de Santa Fe a trabajar en la etapas posteriores.

3- De no poder contar con la información mencionada ut supra, esto es, los registros, asientos o bases de datos de los emprendedores asociados o que forman parte de las instituciones, se trabajará exclusivamente, para los fines del presente trabajo, con la base de datos municipal, Registro de Emprendedores Productores Locales (REPLO).

4- Para poder obtener un nivel de confianza de 95% (noventa y cinco) con un margen de error del 5% (cinco), a la base de datos generada ad hoc, se le aplicará la siguiente fórmula: número de personas que componen la porción a estudiar (Tamaño del universo, 2000 aprox.), diversidad del universo (50%) por el margen de error (5%), sobre el Nivel de confianza (95%), la cual determinará si el tamaño de la muestra a utilizar es estadísticamente

significativo, una vez que definimos la población finita de emprendedores a entrevistar.

5- Se aplica entonces la encuesta a una muestra tentativa de 216 emprendedores de la economía social con la finalidad de poder obtener la siguiente información para clasificar:

- Franjas etarias.
- Geolocalización de los emprendedores sociales en Santa Fe.
- Presencia de mujeres emprendedoras como asociadas o liderando proyectos productivos de la ESyS.
- Formalización de los emprendimientos (monotributo, monotributo social, cooperativa, asociación, etc.).
- Principales modelos productivos de emprendimientos (emprendimientos alimenticios, textiles, servicios, artesanías, entre otros).
- Estadio en el que se encuentran los emprendimiento de la ESyS en Santa Fe.
- Demandas y/o necesidades insatisfechas que impiden o retrasan el crecimiento y expansión de las unidades productivas locales.
- Grado de vinculación o cercanía con instituciones de públicas o privadas que trabajan con emprendedores.

Estos datos permitirán realizar el análisis de las diversas categorías a presentar, realizar referencias comunes a cada grupo, determinar el grado de desarrollo y/o madurez del emprendimiento, aptitudes o capacidades

emprendedoras y las principales debilidades y demandas para el crecimiento y desarrollo de sus unidades productivas.

- 6- Abordaje de propuestas a realizar, a modo de conclusiones, para cada grupo/segmento de emprendedores sociales de acuerdo al grado de avance en que se encuentren en términos productivos. Aquí la propuesta de una incubadora social (universitaria, municipal y/o mixta) será el instrumento que permitirá poner a punto servicios y prestaciones para cada una de las etapas de desarrollo de los emprendimientos.

Cronograma.

Tabla 1 Cronograma de actividades.

Tabla 12		SEMANAS																				
FASES	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Relevamiento de Instituciones que trabajan con emprendedores de la ESyS	1- Armado de encuesta para instituciones	■																				
	2- Realizar un cronograma de visitas	■																				
	3-Entrevistas y recopilación de base de datos		■	■	■																	
	4-Análisis de entrevistas				■	■																
	5- Armado de base de datos con la información de todas las instituciones relevadas					■	■															
Base de datos única para determinar la muestra de emprendedores	1- Cruzar datos de la base de datos con el REPLO							■														
	2-Creación de una base de datos única para determinar la muestra de emprendedores								■													
Entrevistas a	1- Armado de encuesta para emprendedores								■													

Recursos.

Tabla 2 Recursos a utilizar para el desarrollo del proyecto

FASES	RECURSOS	DISPONIBILIDAD
FASE 1 Relevamiento de Instituciones que trabajan con emprendedores de la ESyS	1.1 Computadora	ALTA
	1.2 Movilidad	ALTA
	1.3 Modelos de encuestas	ALTA
	1.3 Encuesta	ALTA
	1.4 Referentes de la institución y/o autoridad a cargo	MEDIA
	1.5 Actas constitutiva y/o estatuto	MEDIA
	1.6 Base de datos o registros de las instituciones	MEDIA
FASE 2 Base de datos única para determinar la muestra de emprendedores	2.1 Computadora	ALTA
	2.1 Reuniones con Coordinador del Área de Economía Social y Solidaria de la Municipalidad de Santa Fe	ALTA
	2.2 Registro de Emprendedores Productivos Locales	ALTA
	2.3 Registro Único de Inocuidad de Productos	ALTA
FASE 3 Entrevistas a emprendedores de la ESyS	3.1 Computadora	ALTA
	3.2 Movilidad	ALTA
	3.3 Documentos e información de casos de estudio similares	MEDIA
	3.4 Modelos de encuesta	BAJA
	3.5 Encuesta final	ALTA
	3.6 Entrevistas a emprendedores	MEDIA
FASE 4 Clasificación de	4.1 Computadora	ALTA
	4.2 Paper, publicaciones y bibliografía específica	ALTA

emprendedores según etapas productivas	4.3 Análisis y estrategia de segmentación con Director y Co-Director	ALTA
FASE 5 Propuestas	4.1 Computadora	ALTA
	4.2 Paper, publicaciones y bibliografía específica sobre modelos de incubación social	MEDIA

CAPÍTULO II.

Emprendedor social: definición.

En vistas a poder arribar a una primera aproximación acerca de lo que comprende análisis teórico del emprendedor social, es importante destacar de antemano, que a lo largo de los últimos años se han construido diferentes enfoques y perspectivas entorno a la persona que lleva adelante un emprendimiento social.

Los emprendedores sociales se han convertido poco a poco en el foco de numerosos estudios académicos e inclusive en el corazón de numerosas políticas públicas de todo tipo en muchos gobiernos, sean estos locales, provinciales o nacionales.

Las diferentes matices y formas relacionarse entre sí, con la comunidad y el ecosistema emprendedor constituyen un fenómeno social complejo que amerita una mirada integral respecto de su implicancia en la actualidad. Asimismo, el desenlace y trazabilidad de sus acciones colectivas en miras a objetivos especiales compartidos, su impacto en la ciudadanía y sus modelos productivos, que se caracterizan por partir de una concepción mucho más amplia que la mera obtención de ganancias, constituyen un entramado económico, social y cultural tan heterogéneo que se busca revalorizar.

Existen múltiples factores y una diversidad de acontecimientos y sucesos, sociales, políticos y económicos que de alguna manera impulsaron y/o fueron delineando el camino para la generación de emprendedores sociales en los diversos territorios; las reiteradas crisis económicas por las que ha atravesado y aún atraviesa nuestro país traen aparejadas exclusión social, marginalidad,

desempleo, fundamentalmente en aquellos sectores de la sociedad en donde la incorporación al mercado laboral, a raíz de la desigualdad, se dificulta notablemente.

De allí que el emprendimiento social se convierte en una poderosa herramienta y salida económica-laboral para muchos sujetos, especialmente para las mujeres y diversidades sexuales; que vienen a aportar nuevas y novedosas formas organizativas a la sociedad civil. A todo ello se debe sumar, la “oportunidad” política de acompañar el desarrollo y sostenibilidad de estos grupos, diseñando e implementando normas, programas y áreas gubernamentales específicas que atiendan y busquen soluciones a demandas cada vez más notorias.

Retomando con más énfasis la difícil tarea de encontrar una conceptualización que acompañe y englobe este universo tan disímil, no es menor, destacar que existe una amplia variedad de estudios y posicionamientos académicos y de expertos acerca de la temática que nos convoca: *¿qué es un emprendedor social?, ¿qué los identifica como tales?, ¿cuáles son sus características y cómo se desenvuelven en la comunidad?, ¿qué los diferencia de otros emprendedores?, ¿por qué es tan necesario el estudio de los emprendimientos de la ESyS de manera independiente?*

Numerosos enfoques parten de una concepción monotemática del emprendedor, incluyendo los sociales, ya que parecieran compartir una única manera caracterizar y entender al “emprendedor”, esto es, caracterizándolo como aquel sujeto que a partir de una idea de negocios busca oportunidades y recursos para llevarla adelante, en donde el factor riesgo es intrínseco a la actividad de emprender y ánimo de lucro la principal motivación, más allá de las intenciones

reales de resolver un problema o necesidad a sus potenciales clientes o a la sociedad en general.

Sin embargo, la realidad nos muestra que el nuevo paradigma económico, construido y delimitado por las nuevas demandas y problemas sociales, culturales y económicos, y que aún no tienen respuesta o solución por parte de los gobiernos, tales como son los problemas de género, ambientales, la desigualdad de oportunidades, pobreza, sustentabilidad, entre otros; fueron perfilando y delineando una nueva categoría de emprendedores, cuya existencia hoy, es innegable.

En este sentido, es importante destacar que organismos internacionales, como la CEPAL y la FAO, han reconocido al emprendedor social como un agente líder del cambio social, propulsor de una nueva economía, integradora y capaz de rescatar valores esenciales, como los culturales y ambientales, hoy totalmente necesarios para asegurar y defender la reproducción de la vida humana, mediante prácticas que armonicen los lineamientos centrales de la sociedad y el mercado. El emprendedor social, genera cambios positivos en la sociedad en la que se hallan inmersos, provocando nuevas formas de vínculos interpersonales y relaciones que agregan valor a su territorio.

En la publicación de Jaime de Pablo & Uribe (2017), se destacan 5 características especiales de este tipo de emprendedores, que logran de alguna forma, exteriorizar lo antes expuesto:

- Son verdaderos creadores de valor social.
- Hacen foco en la detección de necesidades sociales.
- Elaboración de propuestas y alternativas innovadoras.
- Aversión o rechazo al riesgo y escasos recursos para poder llevar adelante su idea.

Continuando con el análisis conceptual y descriptivo del emprendedor social, se debe resaltar también, que el principal objetivo que impulsa a la generación y desarrollo de sus actividades es la consecución de un fin social en el impacto de todas sus acciones; siendo este objetivo plenamente compatible y armonizable con otros objetivos/valores, como la adquisición de beneficios o recursos económicos para la sostenibilidad del emprendimiento. El fin social se debe traducir en la generación de beneficios compartidos, capaces de transformar y tejer relaciones que construyen sociedades más justas y equitativas.

Podemos tomar entonces, una primera conclusión respecto de la caracterización de estos emprendedores, reafirmando que los emprendedores sociales comparten características y rasgos que les son propios y los diferencian de otros tipos de emprendedores. Lo cual justifica y hace meritorio un estudio particular de su comportamiento y forma de desarrollarse, teniendo especial consideración en su enfoque axiológico.

La forma en que articulan sus acciones y se desenvuelven tanto en el territorio, como en el ecosistema emprendedor en el que se hallan insertos, parte de la apropiación de valores y de un compromiso social particularmente diferenciado, el cual es producto o resultado de numerosos cambios y transformaciones socio-económicas acaecidas en los últimos años.

En este marco, es que toman sentido y se resaltan valores trascendentales para la gestión y el proceso de un emprendimiento de la ESyS; aquí la solidaridad, autogestión, cogestión, reciprocidad, cooperación e innovación social, son parte de la proyección colectiva de dichos emprendimientos, pero a la vez, esos mismos

valores son los que retroalimentan economía plural e integradora que busca el beneficio colectivo.

“Hoy el problema más acuciante para decenas de millones de latinoamericanos es comer y vestirse, pero también vuelve a ser necesidad insatisfecha refugiarse, transportarse, acceder a la salud, obtener tarifas sociales de servicios indispensables, acceder a la educación secundaria y continua, y recuperar espacios de sociabilidad y contención afectiva. Este conjunto de necesidades, el verdadero objetivo de la economía, reclama la organización solidaria de las unidades domésticas de los trabajadores y trabajadoras para que organicen sistemas de seguridad alimentaria, compren juntos para aumentar su poder en los mercados, intercambien trabajos fuera del mercado monetizado como en las redes de trueque (...) Reclama también que el sistema científico tecnológico, las universidades e institutos terciarios y el sistema educativo público en general, se conecten con las necesidades de aprendizaje de los agentes y organizaciones de este sector de la economía” (Coraggio; 2004)

En miras a realizar un recorrido por algunas definiciones acerca de qué es o qué podemos entender por *emprendedor social*, es que consideramos importante destacar y mostrar la elocuente visión de Bill Drayton , creador de la asociación de emprendedores sociales denominada *Ashoka*, que en los años 80, acuñó el término de “emprendedor social” para referirse a aquellos emprendedores cuyo objetivo principal es generar cambio social, abordando soluciones a problemas sociales mediante ideas que generan innovación o impacto social. (MELGAR, 2020).

Por su parte, Pérez Briceño, Jiménez Pereira, & Gómez Cabrera (2017) realizando un análisis descriptivo de los emprendedores sociales, sostienen que:

“Los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los problemas sociales más acuciantes. Estos emprendedores son ambiciosos y persistentes, abordando las principales cuestiones sociales y ofreciendo nuevas ideas para un cambio a gran escala. Son tanto visionarios como extremadamente realistas, preocupados por la puesta en práctica de su visión por encima de cualquier otra cuestión. El emprendedor social presenta ideas que son sencillas para el usuario, comprensibles, éticas y compromete un apoyo generalizado para maximizar la cantidad de personas que podrán ponerse en pie, aprovechar su idea y llevarla a la práctica”. (págs. 11-12).

En dicha definición se pone de manifiesto a los emprendedores sociales como actores claves y estratégicos del territorio para hallar soluciones de índole social como consecuencia de su experiencia por ser parte activa de grandes problemas sociales, económicos y ambientales, pero además por ser propietarios de un conocimiento real de las principales demandas sociales, arraigadas entre su comunidad por una fuerte empatía social hacia las principales carencias que viven las poblaciones contemporáneas, pero además por la entera convicción de creer en otra economía más justa, resiliente e inclusiva, es posible.

Otros autores, como Echoing Green definen a los emprendedores sociales como:

“aquellos individuos excepcionales que sueñan y aceptan la responsabilidad de una idea innovadora y aún no probada para el cambio positivo; y acompañan dicha idea desde el sueño hasta la realidad. Lo que permite a los emprendedores sociales conseguir impacto duradero en los más difíciles problemas es una combinación especial de creatividad rompedora y ejecución rotunda, que nosotros denominamos el coeficiente de inteligencia social emprendedora”. (Pérez Briceño, Juan C.; Jiménez Pereira, Silvana E.; Gómez Cabrera, Oscar A., 2017, págs. 3-18).

Para estos autores los emprendedores sociales tienen la capacidad de poder entrelazar e integrar distintos de actores y agentes socio-económicos en un determinado territorio, haciendo posible la generación y desarrollo de nuevas formas y expresiones de innovación social.

Aspirando fortalecer este trabajo y poder alcanzar una noción más amplia acerca de las principales problemáticas de los emprendedores sociales y su correlativa conceptualización, partiendo la idea de que la ESS es pasible de adoptar diferentes formas, de generar y transformar todo tipos fenómenos, cambiar la manera de comprender y el modo de exteriorizarse en la realidad, totalmente diferentes y que escapan a la categorización clásica, de cooperativas, mutuales y asociaciones (Coraggio, 2015, págs. 6-10).

Por tales motivos es que, el autor, se dispuso a realizar un análisis teórico-descriptivo, caracterizando los diversos niveles o ámbitos de acción y el grado de impacto de las múltiples y plurifacéticas *prácticas* de la ESS, llevadas adelante por este tipo de emprendedores, traen aparejado a nuestra contemporaneidad, distinguiendo cuatro segmentos preponderantes.

En este sentido, Coraggio (2015), construye los siguientes niveles:

1. Nivel microeconómico: se actúa sobre organizaciones económicas individuales, ya sean emprendimientos -mercantiles o no-, cuyos integrantes cooperan funcionalmente y pueden ser solidarios compartiendo su reproducción como objetivo común, o que, no siéndolo en el punto de partida, tienen el potencial para serlo. Dentro de este se distingue a su vez dos subniveles que comprenden a:

A- Micro-emprendimientos mercantiles organizados en base a:

- relaciones de parentesco,
- asociaciones libres entre individuos sin lazos de parentesco.

B- Encadenamientos funcionales de hecho entre organizaciones económicas.

C- Las unidades domésticas y el conjunto de sus actividades económicas de producción y reproducción.

D- Asociaciones voluntarias colectivas de segundo grado entre emprendimientos o unidades domésticas en lo referente a su economía, relativamente homogéneas y destinadas a potenciar sus acciones por efecto de su masa.

En este primer nivel el autor delimita formas de solidaridad interna entre este tipo de organizaciones, las cuales pueden ser individuales, teniendo la posibilidad de integrarse y asociarse para actuar colectivamente.

2- Meso-económico:

A- conjuntos heterogéneos con potencial de complementariedad y generación de sinergias (usualmente) territoriales de relaciones intersubjetivas solidarias cotidianas de reciprocidad, en que se dan asociaciones libres y prácticas complementarias en base a la cooperación -no necesariamente formal- para la resolución de necesidades compartidas, lazos derivados de diversas relaciones de afinidad.

b) Comunidades étnicas: Unidades complejas, que combinan Unidades Domésticas particulares, (usualmente familiares) que participan de una misma comunidad originariamente constituyente.

El segundo nivel, plantea una forma de solidaridad que poco a poco va tejiendo redes para generar lazos o vínculos, ya sea por compartir intereses o valores, que permiten generar interacciones entre particulares.

3- Macro-económico: se actúa con políticas sectoriales o macroeconómicas sobre el sector de la economía popular y sus relaciones como componente de una Economía Mixta formada por tres sectores, cada uno construido por agregación de organizaciones que comparten una lógica económica común (Empresa de capital: maximizar un capital particular; unidades domésticas y sus extensiones: reproducir la vida de grupos particulares; Estado en sentido amplio: en principio lograr el bien común).

Aquí aparecen los programas o las políticas públicas que intentan generar beneficios a través de subsidios, protección de precios en determinados insumos

y/o materias primas, programas de formación y capacitación para emprendedores, entre otros.

4. Sistémico: se actúa políticamente sobre el sistema complejo y plural de principios, valores, normas, instituciones y prácticas generalizadas. Ejemplos: las nuevas constituciones, leyes y reglamentos que establecen nuevas obligaciones del Estado garantizando derechos económicos o límites a los derechos de propiedad privada, o que imponen nuevas pautas de comportamiento como el fiscal, o luchas culturales para potenciar los valores de solidaridad por sobre los de competencia, etc. (págs. 7-10)

En este último nivel el autor ubica y determina una trascendencia de las prácticas de la economía social, de índole social y cultural más allá de lo meramente económico, con lo cual esto haría posible y traería como consecuencia, la generación de grandes cambios sociales a partir de la fuerte preeminencia de una solidaridad integral.

En resumen, podemos establecer que el emprendedor social, es un actor social que tiene la especial capacidad de trascender social y económicamente a partir de su interrelación con otros agentes sociales; esto le permite actuar y moverse libremente, en un ámbito de colaboración y solidaridad mutua, ya sea en el ámbito más particular como lo puede ser su familia y allegados de sus relaciones, como formando parte de núcleos más amplios que le permiten fortalecer la dinámica de su organización productiva y económica. Esta facultad de poder generar redes y lazos asociativos le permite alcanzar otros objetivos que van

a ser el eslabón más alto de su finalidad: transformar y transformarse demostrando, a través del esfuerzo compartido, un cambio social y económico positivo.

Emprendimiento social.

Tal como sucede con el fenómeno de emprendedor social, existe una innumerable cantidad de conceptos y caracterizaciones que intentan responder qué entendemos por emprendimiento social, cuáles son sus rasgos distintivos que lo singularizan y diferencian de otros tipo de emprendimientos.

Sin embargo, se destaca que aún no se ha podido arribar a una concepción unívoca respecto a una definición común, sino que a lo largo de diferentes estudios académicos se han creado diferentes enfoques por lo que, hoy en día se pueden reconocer diferentes conceptos, con sus respectivos, elementos y configuraciones; todas las cuales nos permiten reflexionar acerca de sus alcances desde lo netamente teórico y sobre las múltiples forma de entrelazar la *práctica social* como centro de interés.

Pese a lo mencionado en el párrafo anterior, la marcada heterogeneidad conceptual del fenómeno en estudio, no frena una realidad respecto al gran interés que en la actualidad reviste el concepto de emprendimiento y emprendedor social. Los emprendimientos sociales representan verdaderos vehículos para promover cambios y alternativas más humanas en una sociedad en la que pareciesen prevalecer siempre los móviles económicos.

Ambos fenómenos son considerados socialmente como una herramienta para atender y dar respuesta a problemas sociales, ambientales y económicos que en los últimos años se han ido agudizando, debido muchas veces a la inoperancia de los gobiernos que pese a sus esfuerzos e inversión de recursos, n

o han logrado satisfactoriamente alcanzar una solución que permita el pleno desarrollo y crecimiento de este tipo de emprendimientos.

La nueva cultura emprendedora de la ESyS, promueve y estimula el desarrollo y sostenimiento de emprendimientos productivos y sociales, que a partir de la organización y generación de nuevas fuentes productivas, logren poner en valor mecanismos y procesos dinámicos para alcanzar una remuneración adecuada y justa, la búsqueda de beneficios compartidos, a través del estímulo y promoción de figuras como: las cooperativas, mutuales, emprendedores de la ESS, asociaciones de artesanos, etc., de manera de fortalecer y poner en ejecución nuevos instrumentos de inserción socio-laboral y aprendizaje colectivos.

De Pablo (2005), y caracteriza el emprendimiento social, estableciendo que:

“Es el compromiso para crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios para satisfacer las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales, o también una aproximación desde la perspectiva de los valores de la iniciativa, el compromiso y la autonomía de actuación característicos de los proyectos empresariales, al ámbito social”.

Esto es, que a partir de emprendimientos sociales, se producen bienes y servicios a través de la implementación de prácticas solidarias, que traen aparejada la capacidad intrínseca de poder dar respuesta a necesidades esenciales que no se han podido satisfacer por los canales y/o instrumentos que deberían generar e implementar propuestas y soluciones.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), por su parte, también han reconocido la importancia del emprendedor social y los

emprendimientos sociales en los países, ya que a través de esta práctica se logra el crecimiento inclusivo, se comparte la prosperidad y se combate la exclusión social.

La economía social y solidaria y junto a ella los emprendimientos sociales, buscan reunir a todo un universo heterogéneo de emprendimientos económicos e instituciones que a lo largo del tiempo se transformaron y se han ido desarrollando de manera completamente distinta a la empresa capitalista y a las formas de organización estatal, muchas veces en búsqueda de soluciones colectivas y justas. Es aquí donde la ESS se conforma y toma vida, gracias al impulso y accionar de múltiples entidades, organizaciones y emprendimientos sociales que producen bienes y servicios desde lo solidario y cooperativo, que promueven diversas actividades económicas en miras a tender hacia un mercado justo, con oportunidades para todos; con la extraordinaria finalidad de buscar una mejorar la calidad de vida, alcanzar mayor bienestar, incluyendo todos aquellos elementos organizativos propios de la autogestión asociativa y democrática, así como vínculos solidarios dentro del territorio en el que se hallan inmersos.

Las experiencias transformadoras, se suman al cúmulo de prácticas y acciones que se orientan a crear y diseñar nuevas oportunidades, generales y participativas, que incluyen directa e indirectamente a todos los actores del entorno; impulsando mediante distintas estrategias de asociatividad y cooperación, la creación de valor para mejorar y hallar mejores ámbitos de trabajo, fomentar las relaciones basadas en la solidaridad, como así también, privilegiando siempre a la persona humana, sus capacidades y vinculaciones.

Pérez Briceño, Jiménez Pereira & Gómez Cabrera, (2017) distinguen al emprendimiento social del individual y para ello, parten como base, de que los

emprendimientos sociales desarrollan una actividad que se ocupa de buscar soluciones a problemas colectivos-sociales, es decir, problemas que afectan la ciudadanía por no estar atendidos debidamente por el Estado. Mientras que por su parte, el denominado emprendimiento individual, alude a personas creativas en las diversas facetas del desarrollo de la vida personal, con una fuerte capacidad transformadora del entorno, “es la habilidad que tiene un individuo de dejar mejor cada sitio o situación en el que interactúa”. (Pág. 3-18).

Otros autores, como Guzmán y Trujillo (2019), concluyen definiendo al emprendimiento social como:

“un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales” (Corres, Alonso, & Lopez, 2019).

En dicho concepto, se pueden destacar tres elementos esenciales: la búsqueda de soluciones reales a problemas sociales; la generación de valor social a partir de la detección de oportunidades colectivas, llevadas adelante mediante organizaciones sin ánimo de lucro; descartando de plano la finalidad de percepción de beneficios económicos.

Por su parte, Bonavita & Lowy (2002), detallan con claridad cómo el emprendimiento social tiene características comunes y notas distintivas que permiten un reconocimiento particular (pág. 3-4):

- *Participación voluntaria*, esto es, una manifestación libre y consentida de la/s persona/s para llevar adelante un emprendimiento autogestionado.

- *Promoción de la satisfacción de necesidades de actores sociales involucrados*. Es una clara nota distintiva para los emprendedores de ESS, poder satisfacer problemas y necesidades comunes a través de la puesta en marcha de iniciativas colectivas.

- *Estructura de toma de decisiones democrática, basadas en la gente y no en los recursos*. Existe un consenso democrático real en el poder de decisión, el cual da apertura a configuración de normas que buscan poner en valor la práctica de la solidaridad y el bien común.

Estos “*sujetos colectivos*”, en palabras de Coraggio tienen la capacidad y voluntad para pensar alternativas de acción, de institucionalización de comportamientos económicos bajo la primacía de la racionalidad productiva.

- *Promoción de la autogestión*. La promoción y el fomento del trabajo autogestionado y la auto-organización representan un valor y objetivo en sí mismo, es la forma de exteriorizar una práctica para la generación de ingresos y la satisfacción de necesidades.

- *Tendencia a trabajar en redes*. El capital social se construye mediante la articulación y vinculación con todos los agentes del territorio, gobierno local – asociaciones e instituciones de la sociedad civil - emprendimientos individuales, todos abocados a la cooperación y el trabajo en red para generar nuevas y mejores oportunidades, pero además como manifestación genuina acerca de una experiencia de trabajo diferente, la cual resalta la participación y la solidaridad entre todos los miembros del ecosistema.

- Existencia de beneficios; su distribución *se realiza con un criterio de equidad*, definido por consenso. La generación de ingresos es distribuida en los emprendimientos asociativos, según los autores, según tres criterios bien definidos: según el trabajo realizado, el cual es calculado por medido en horas; según lo producido; y finalmente según las necesidades especiales o particulares al momento de realizar la distribución. Existe, entonces una redistribución de estos ingresos, garantizando de esta manera la reciprocidad.

- la *autogestión*, aunque puedan recibir recursos del Estado, o de alguna persona vinculada a la actividad privada. Como forma vinculante de desenvolvimiento socio-productivo para llevar adelante su organización y gestión laboral.

- la *apertura hacia el sistema social* donde están insertos, tanto para recibir como para transferir bienes, servicios y conocimiento. Los emprendimientos sociales comienzan a tener injerencia en todo el entramado social, buscando nuevos lazos de cooperación y ayuda mutua entre sus agentes. Tal es así que se involucran con la realización y transformación social del territorio, creando un nuevo escenario social.

Existen autores, que se enrolan bajo la concepción de que los emprendimientos sociales son parte de la de la Economía social, tesis que es compartida asimismo por otros autores, tales como Defourny y Nyssens (Nyssens, 2012); Monzón (García, 2018); Priede, López-Cózar y Rodríguez (Chinarro, 2015). Los cuales entienden que el emprendimiento social genera innovación mediante los

sujetos de la economía social, que revierte sus beneficios en conseguir fines sociales.

En este sentido podemos definir al emprendimiento social como:

“La actividad realizada por sujetos de la Economía social con una actividad socialmente innovadora, que revierte sus beneficios en la consecución de sus fines sociales, que actúan en el mercado con un comportamiento empresarial y cuyo modelo de organización y régimen de propiedad está condicionado por los principios de democracia, responsabilidad, participación y justicia social, que definen los actores en derecho que consideramos empresas sociales”. (InnovaT Social Estudio, 2017, pág. 13).

Es dable destacar, a los fines de poder seguir profundizando en la génesis de la temática, que además de existir múltiples conceptualizaciones entorno a qué entendemos por emprendimiento social y cómo se van configurando para su desarrollo, transformación y permanencia; éste a su vez encuentra un estrecho lazo y relación con otros términos, que permiten ampliar la visión y evaluar el impacto generado. Tal es así que el estudio de los emprendimientos sociales está íntimamente ligado a la innovación social.

Por su parte, Pérez Briceño & Jiménez Pereira, *Emprendedor social: una aproximación teórica-práctica*, (2017) y Rivera (2014); incorporan en su trabajo la definición de innovación social de la Universidad de Stanford (Centre for Social Innovation, 2009) que la declara como:

“una solución a determinados problemas de forma más efectiva, eficiente y sostenible, mediante la creación de valor social, cambiando los roles y las

relaciones entre capital privado, soporte público y la filantropía, con miras sobre la sociedad en su conjunto y no en individuos privados”.

De lo que se desprende que la innovación no alude de manera monotemática a una innovación que desprende o desata el enfoque social, como así tampoco, como se refieren los autores “hacer más cosas sociales de forma innovadora”, sino que en esencia se busca la reconstitución de toda la sociedad que sea innovadora, creándose y recreándose a través de la participación de sus integrantes, para ellos mismos” (Navós, Noguera, & de la Fuente Lucila, 2015).

Todo lo antes mencionado conecta y desemboca a que los emprendimientos sociales tengan por el mismo efecto e impacto que desencadenan en términos sociales, una estrecha relación con la innovación social, generando entre ambas una retroalimentación.

El emprendimiento social como generador de Innovación social.

La innovación en cuanto fenómeno puede aparecer en diferentes ámbitos y ser de distintos tipos. Representa una actividad del hombre que se desprende y/o puede responder a diversas fuentes que le dan origen, tal como puede ser un desarrollo tecnológico o un hecho social; es susceptible de diversos tamaños o impactos disímiles en la sociedad, de allí que hay algunas más disruptivas que otras, más o menos incrementales, etc. Lo cierto es que durante muchos años, estuvo vinculada a desarrollos tecnológicos, invenciones, patentes y creación de nuevos productos y con ello su estrecho vínculo con el mundo empresarial y de los negocios.

La innovación es definida como “acción y efecto de innovar” o, analizada desde un ámbito más específico como lo es el comercial, ésta es entendida como “creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado” (Real Academia Española, 2019).

Existe, sin embargo, una concepción de la innovación que se desprende de la vieja concepción tradicionalista que la liga exclusivamente a las ciencias “duras”, sino que busca estudiar las múltiples dimensiones con la que esta se exterioriza y ejerce su influencia en diversos aspectos del mundo, permitiendo de este modo mostrar su verdadero efecto transformador y creativo.

Podemos ver como ya desde hace muchos años Schumpeter (1942), “entendió la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la

introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado” (Suárez Mella, 2018, pág. 3).

Lo antes expuesto nos invita a pensar y comprender la innovación más allá de corolarios tecnológicos, pensar dicho concepto desde una perspectiva amplia, no reduccionista, para poder comprender otras exteriorizaciones e impactos de la misma, como así también, poder abrirnos a comprender cómo la innovación se va relacionando con otros conceptos que vienen a ampliar su comprensión y su carácter transformador.

Poniendo especial interés en la innovación social, es importante destacar, que la misma deviene de las denominadas “buenas prácticas” y su extraordinaria capacidad generadora de cambios. Asimismo, estas prácticas sociales se sustentan en un amplio plexo axiológico el cual es aceptado socialmente.

La innovación social no se encuentra directamente vinculada al mercado y empresariado, sino a procesos que se relacionan con hechos sociales u ámbitos como el arte, la cultura, el cooperativismo, mejora en la calidad de vida, bienestar, etc. Las innovaciones sociales surgen muchas veces de la misma sociedad civil. Fue Murray (Jesus Cruz Alvarez & Abreu Quintero, 2011) quien por primera vez introduce el término de “innovación social”, aunque su construcción fue producto de un largo recorrido histórico.

Lo cierto que el autor Abreu Quintero, José Luis en su publicación: “Innovación Social: Concepto y Etapas”, citando a Murray, Mulgan y Caulier (2011) estable que *“algo de lo que está sucediendo en el mercado implica la adopción de las ideas del sector social - La colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, la participación del usuario en el diseño de*

servicios, por ejemplo, son todos conceptos habituales en el campo social y ahora se ven como en la vanguardia de los negocios". Pág. 135.

El Manual de Oslo de 2005, 3ra edición, clasifica a la innovación que deviene de las empresas¹, en 4 tipos: innovación de bienes, procesos, organizativa y de mercadotecnia. Pero, la realidad ha demostrado que existen procesos de innovación más amplios que no se encuentran ligados directamente al mercado, sino a la sociedad.

Dicho lo anterior es importante destacar, que tal cual lo establece el Manual de Oslo, *"además de empresas, hay instituciones, profesionales, movimientos y grupos sociales e incluso personas individuales que generan innovación desde diversos roles, aunque en primera instancia sólo incidan en microsistemas sociales"*.

Por otro lado, es menester plasmar algunas de las principales diferencias que presenta la innovación social respecto de la innovación tradicional, la cual se sustenta en valores fundamentalmente económicos o empresariales conjugados bajo el paradigma lineal que prioriza innovaciones tecnológicas que emergen de los avances científicos o las formas de aplicar esos avances. Aquí el epicentro refiere estrictamente a las empresas, ya que las mismas representan el factor decisivo para que la innovación tecnológica acontezca.

Manual de Oslo, 2005:

Una empresa innovadora (definida en el capítulo 3) es aquella que ha introducido una innovación durante un período de tiempo considerado. Las innovaciones no necesitan haber sido un éxito comercial; muchas innovaciones fracasan.

Las empresas innovadoras se dividen en las que principalmente han desarrollado innovaciones por sí mismas o en cooperación con otras empresas u organizaciones de investigación públicas, o las que han innovado adoptando principalmente las innovaciones (por ej. un nuevo equipo) desarrolladas por otras empresas. Las empresas innovadoras se pueden distinguir también por el tipo de innovación que han producido, por ejemplo, si han desarrollado un nuevo proceso o producto, o si han introducido un nuevo método de comercialización o un cambio en la organización.

Comparación de la Innovación tecnológica con la Innovación social.

Tabla 3 “Aspectos diferenciales entre la innovación tecnológica y la innovación social.”

<i>Figura 3</i> INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	INNOVACIÓN SOCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Valores empresariales y económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • Busca el impacto en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene impacto en la medida que se oriente a valores sociales y a la aceptación social
<ul style="list-style-type: none"> • Son disruptivas o incrementales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden ser de ruptura y/o acumulativas
<ul style="list-style-type: none"> • Dependen del avance científico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden ser pequeñas o grandes considerando la mejora acaecida o el nro. efectivo de personas a las que beneficia.
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa aparece como factor decisivo del sistema de innovación. 	<ul style="list-style-type: none"> • La sociedad es el eje y destinatario que mueve el sistema.
<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas innovan para mejorar la competitividad y desarrollar oportunidades que les permitan alcanzar nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las acciones humanas se encaminan a poner fortalecer valores sociales y no sólo a generar beneficios económicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Los valores económicos pueden ser cuantificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los valores sociales no son susceptibles de métricas, sí pueden ser analizados comparativamente.

<ul style="list-style-type: none"> • La innovación tecnológica siempre se encuentra vinculada a bienes o servicios susceptibles de tener un alto valor económico. 	<ul style="list-style-type: none"> • La innovación social, muchas veces se desprende de bienes que no tienen valor económico.
--	--

Fuente: elaboración propia.

En suma, podemos afirmar entonces que, tal como establece Echeverría (2008) “los diversos tipos de innovación pueden distinguirse en función de los diversos valores que tienden a satisfacer: económicos, empresariales, tecnológicos y científicos, pero también sociales, ecológicos, culturales, jurídicos, etc.” (pág. 611).

La distinción de diversos tipos de valores ofrece un marco conceptual para analizar los diversos procesos de innovación, estén orientados o no al mercado y las empresas.

Las innovaciones sociales, tienen la aptitud de poder fortalecer e incrementar valores sociales en la ciudadanía. De esta forma, es posible arribar a una conclusión: la generación y desarrollo de emprendimientos sociales en un ámbito geográfico determinado, generan cambios y transformaciones sustentados en valores de índole social, se encaminan a mejorar la calidad de vida de sus integrantes, lo cual se incrementa a medida que los vínculos y el asociativismo se expande, promoviendo prácticas generadoras de innovación social, las cuales son aceptadas y validadas socialmente.

Los emprendimientos sociales (su impacto) muchas veces representan las innovaciones que no son de gran magnitud, en comparación con la innovaciones tecnológicas, sin embargo, innovaciones como estas son las que dan empuje,

intensidad y energía a los sistemas locales o regionales de innovación. De allí que es de gran importancia, poner en valor e investigar los espacios civiles de innovación social y sus agentes, porque estas innovaciones no van a tener como resultado una propiedad intelectual, pero sí buenas prácticas, susceptibles de ser reproducidas y transferidas a otras organizaciones.

Tal es así que frente a este tipo de emprendimientos:

“Es preciso analizar los procesos de innovación según sus diversas fuentes, sectores y escalas. También es preciso investigar las cadenas de transferencia de conocimiento y generación de innovación según esas tres dimensiones. Se trata de una tarea amplia y difícil, porque requiere el establecimiento de nuevos modelos y su implementación mediante indicadores específicos, así como la realización de estudios de campo para contrastar las nuevas herramientas y modelos” (Echeverría, 2008, pág. 617).

CAPÍTULO III.

Emprendedores sociales y desarrollo local.

Los agentes sociales transforman y generan nuevas experiencias que caracterizan y ponen el valor diferentes cualidades sociales, culturales y económicas del ámbito geográfico en el que se hallan inmersos; generando nuevas relaciones, vinculaciones y articulaciones con diferentes agentes, entre las cuales podemos encontrar al gobierno local.

La organización y el desarrollo de los emprendedores sociales anclados fuertemente en lo territorial, permite dar muestra de una cómo las prácticas sociales logran remarcar la importancia de las acciones encaminadas a la búsqueda de satisfacción de necesidades comunes a un grupo social, que muchas veces no son contempladas por la teoría económica dominante y que sólo deja vislumbrar las marcadas falencias del mercado como regulador de las relaciones de producción, de intercambio y de distribución de productos y servicios.

Tal es así que tomando en consideración las diferentes formas de valoración de la economía dominante según los estudios realizados por el Centro de Estudio de Estado y Sociedad (Cedes), se calcula que en la Argentina el valor de los bienes y servicios producidos por el *Sector Social* de la economía representa el 5,5 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI), es decir unos 15 mil millones de pesos anuales. (Bonavita & Lowy, 2002).

Lo cual deja de manifiesto el gran aporte y participación en nuestra economía nacional el “*hacer*” de un sector, muchas veces invisibilizado, logrando

poner en evidencia, cómo sus prácticas e intercambios tienen injerencia que e impacto social, a través de promoción y defensa del trabajo colaborativo y solidario, mediante la búsqueda activa de soluciones sociales y económicas, como así también, en la revalorizando la integración social impulsando una cultura democrática y retributiva.

Los emprendedores de la ESS se convierten entonces en agentes claves para un fin concreto: el desarrollo local, el cual, entendido este como *“aquella actividad económica que motoriza el crecimiento económico del lugar y mejora las condiciones de vida”* (Bonavita & Lowy, 2002, pág. 3).

Lo antes expuesto, nos lleva a pensar correlativamente que existe una relación virtuosa entre economía social y solidaria y desarrollo local, ya que ambos fenómenos buscan resolver problemas y satisfacer necesidades propendiendo al cambio y la transformación desde quienes administras recursos escasos, esto es, emprendedores de la ESS que autogestionan pequeñas unidades productivas, interactuando en un territorio determinado, que a su vez es administrado por esfera estatal más pequeña, como lo son los municipios y comunas, en pos de lograr una ciudadanía más justa, participativa y equitativa.

La relación entre los gobiernos locales y los emprendimientos es en mucho de los casos, muy cercana. Entre ambos, además, pareciese existir muchos objetivos y finalidades compartidos, que se orientan a asegurar la permanencia y subsistencia de los lazos sociales que fortalecen el territorio en miras a poder encausar mancomunadamente nuevos desafíos que coadyuven al crecimiento de todos los actores involucrados.

De allí que es importante tener en cuenta que para asegurar y proteger la existencia y el desarrollo de este sector de la economía, se requiere de un actuar

sincrónico y conjunto para alcanzar los objetivos esperados y llevar adelante programas y diseñar nuevas políticas públicas, en el que todos y cada uno de los agentes que aportan conocimiento social, cultura y productividad: emprendedores, instituciones, organizaciones de la ESS y gobierno local, se sientan parte para traccionar y hacerlas posible.

También es importante resaltar que muchas veces ambos apelan, en miras a superar algunas limitaciones, propias de la escasa dimensión y manejo de recursos, a la generación y el fortalecimiento de redes locales para entablar canales de comunicación más democráticos a los fines de encontrar consensos, discutir nuevas formas de potenciar las políticas actuales, proponer mejoras, abrir nuevos espacios de trabajo colaborativo, etc.

Tal es así que actualmente existen programas y políticas públicas íntimamente vinculadas al fortalecimiento y empoderamiento de los emprendedores de la ESS, a la par de múltiples organizaciones de la sociedad civil que también buscan nuevas oportunidades de mejora y optimización de su gestión para potenciar su desempeño en el desarrollo local.

Santa Fe y su política de ESS.

En la ciudad de Santa Fe, ha existido desde hace ya varios años, un intenso trabajo realizado en el marco de la ESyS por parte del Municipio, Provincia, Universidad, el cual, ha logrado gestar y poner en ejecución normas, proyectos, programas con el firme objetivo de hallar soluciones a múltiples demandas presentes de este especial sector de la economía, que como podemos apreciar, año a año es cada vez más grande y convocante.

Dentro de todos los trabajos y proyectos que se concretaron en la ciudad, se destaca muy especialmente dentro de la categoría políticas públicas, la creación del Centro de Emprendedores de la Economía Social y Solidaria (CEES), creado el 14 de mayo de 2013 por un convenio celebrado entre la Universidad Nacional del Litoral, el Gobierno de la ciudad de Santa Fe y la Municipalidad de Santa Fe, el cual representó una de las experiencias de la ESS más relevantes que se ha llevado adelante en la ciudad (Tealdo, 2021).

El CEES tuvo gran importancia para canalizar muchas acciones y políticas constructivas para el sector (capacitación, formación, registro, comercialización, etc.), pero además logró converger en un solo lugar, propósitos y metas tanto del gobierno local (por medio de la Dirección de Economía Social), como del gobierno provincial (a través de Secretaría de Desarrollo Territorial y Economía Social) y además, el sector científico académico, representado por la Universidad Nacional del Litoral. Tal es así, que el CEES fue el resultado tangible de una verdadera articulación y trabajo conjunto de los tres niveles diferentes del sector público para el despliegue y la apertura de nuevas posibilidades de apoyo y contención a los emprendedores sociales de Santa Fe.

Los principales objetivos del CEES, estuvieron canalizados en los siguientes ejes de trabajo:

- Brindar formación, capacitación y asistencia técnica en temas vinculados a la buena gestión de los emprendimientos y a la adquisición de capacidades para la mejora de emprendimientos existentes.
- Ser un espacio de encuentro y referencia de la ESS, a nivel local para todos los actores partícipes del sector de la ESS, con la finalidad de poder promover nuevas formas de trabajo colaborativo y propiciar el intercambio de experiencias entre emprendedores, como así también entre estos últimos y las instituciones del sector público vinculadas a la ESS.
- Fortalecer la comercialización de bienes y servicios emergentes de los emprendedores sociales, generar nuevos espacios que favorezcan el intercambio y pongan en valor su trabajo.
- Articular líneas de financiamiento (municipal, provincial y nacional) para emprendedores y cooperativas.
- Poner en práctica diferentes acciones que permitan mostrar el trabajo realizado, la apropiación del conocimiento transferido y generado hacia y por los emprendedores, las innovaciones y mejoras en los procesos productivos, los nuevos vínculos y el fortalecimiento de la asociatividad para el logro de acciones en común.
- Generar el empoderamiento de los emprendedores de la ESS como grupo de acción colectiva.
- Poder centralizar un registro local de las instituciones y los emprendedores de la ESS a los fines de poder contribuir a su formalización y contar con datos reales del ecosistema.

- Dar un acompañamiento acorde a las principales necesidades y demandas de los emprendedores de la ESS llevando adelante iniciativas conjuntas, promoviendo el conocimiento y la investigación académica.

El CEES fue concebido según Orlando Sotto como:

Un espacio una mirada plural de la economía social, donde la política pública debe superar la simple asistencia en la promoción de microemprendimientos de los sectores más vulnerables. Se piensa a la economía social, como un horizonte al cual arribar a través del fortalecimiento de distintas prácticas productivas, que les permita adquirir la sostenibilidad suficiente para desarrollarse en otros valores, entre ellos el asociativismo” (Sotto, 2017).

Tal es así que el CEES, en tanto espacio cogestionado por las tres grandes instituciones, supo albergar a cientos de emprendimientos y cooperativas de Santa Fe y su ámbito de influencia, promoviendo siempre la escucha activa, la articulación de políticas públicas, la formación constante de todos los actores, en miras a poder promover el crecimiento y desarrollo de la ESS.

El CEES se disolvió en el año 2018 por razones de índole políticas, especialmente la disolución del Frente Progresista Cívico y Social, en el cual participaban la Unión Cívica Radical y el partido Socialista, impidieron la continuidad del este espacio de referencia para los emprendedores sociales de la localidad, como así tampoco se logró arribar a un consenso acerca de los objetivos y acciones para un futuro. Tal es así, que hoy en día cada una de las entidades (Universidad, Provincia y Municipio), nuclean de manera independiente programas

y actividades vinculadas al apoyo, estudio y expansión de los emprendimientos de la ESyS.

Algunas de las principales actividades del sector y la continuidad el trabajo en el ambiente de la ESS y los emprendedores sociales, las llevó adelante la Municipalidad de Santa Fe a través de la Secretaría de Desarrollo Estratégico y Resiliencia a través de la Dirección de Economía Social dependiente de la Subsecretaría de Innovación y Emprendedores (2017-2019), quien creó una Dirección de Economía Social, la cual estuvo a cargo diferentes actividades vinculadas a la formación y capacitación de emprendedores, registro de emprendimientos de la ESyS de la ciudad, planificación y organización de espacios de comercialización (ferias de emprendedores, ferias francas, trueques, etc.) y otorgamiento de microcréditos a través del Banco Solidario y el Programa Municipal de Microcrédito.

El año 2019, fue un año electoral, que trajo aparejado el cambio de gobierno, y con ello se crea la Subsecretaría de Integración y Economía Social quien en la actualidad realiza las gestiones locales propias de la ESS.

Normativa.

La Municipalidad de Santa Fe reúne todo un cúmulo de normativas que intentan dar un marco legal para regular la actividad emprendedora que se desarrolla en la ciudad. Concretamente, se han elaborado diversas normas que intentan brindar un respaldo jurídico, reconociendo la importancia de la ESS en sus diversas expresiones.

A modo de resumen, podemos mencionar algunas de las principales Ordenanzas, Decretos y Resoluciones que acompañan diferentes aspectos de la ESS:

- Ordenanza N° 11.828 Régimen “Compre Local”, el cual establece en su art. 3 *“El régimen creado en la presente consistirá en la oportunidad a favor de las empresas de origen local, ..., a igualar o mejorar la oferta en los procedimientos de adquisición de insumos, bienes, ejecución de obras o prestación de servicios que sean necesarios para el funcionamiento de la administración municipal.”* Dicho régimen se aplica para todas contrataciones de insumos, bienes, locaciones de obras o prestación de servicios que realice la Municipalidad, *siempre y cuando la diferencia de precios cotizada no supere en un cinco por ciento (5%) a la más baja del resto de los oferentes, y los insumos, bienes y servicios mantengan la misma o similar calidad*0 (art 4).
- D.M.M 01620/13 Programa Banco Solidario, el cual posibilitó un sistema de microcréditos reintegrables destinados a fomentar microemprendimientos, actividades productivas o de servicios, individuales o grupales, capitalizando

el conocimiento, las capacidades y las habilidades de los emprendedores beneficiarios.

Este Fondo Especial Banco Solidario exige que los solicitantes estén debidamente inscriptos en el Registro de Emprendedores Productores Locales (REPLO) cuya intención sea mejorar su emprendimiento a través de la adquisición o arreglo de equipamiento, insumos o herramientas, no pudiendo el monto solicitado superar la suma de dos salarios mínimo, vital y móvil.

- Ordenanza N° 12.613 Programa Municipal de Microcréditos, con su respectiva Decreto N° 0095 y la Res. Interna N° 73 del 2019 la cual establece el Reglamento Interno de funcionamiento del Programa.

Tal como lo establece el art 1 de la Ordenanza municipal, está destinado a apoyar pequeños emprendimientos industriales, comerciales y/o de servicios, en marcha o en su fase de idea-proyecto y que demuestren viabilidad técnica, económica y ambiental. En su art 4 establece que *“los fondos indicados se destinarán al otorgamiento de préstamos a personas debidamente seleccionadas que cumplan requisitos de selección para el fomento del emprendedurismo. Los que se otorguen serán destinados exclusivamente a la compra de herramientas, equipamiento, insumas, mejoras mínimas de infraestructura y aquellos items que apruebe la comisión de seguimiento, para el desempeño laboral de oficios independientes y cuentapropistas”*.

- Ordenanza N° 11.641 Registro de Emprendedores Productores Locales (REPLO).

A los fines del presente trabajo, se expondrán las principales características y aspectos regulados por dicha norma, ya que el mayor porcentaje de emprendedores con los que se propone realizar el estudio y se realizaron las encuestas se encuentran registrados en el REPLO.

La Ordenanza Municipal N° 11641 del año 2009 de la Municipalidad de Santa Fe, crea dos registros vinculados al crecimiento, desarrollo y formalización de emprendimientos autogestivos y/o asociativos en la ciudad de Santa Fe. Por un lado el Registro de Emprendimientos Productores Locales (REPLO) y por el otro, el Registro Único de gestión de Inocuidad de Productos (RUGIP); ambos con la finalidad de poder operar como instancias previas a la habilitación municipal definitiva.

La normativa que se aplica para ambos registros, en resumen es:

- ORDENANZA N° 11641.
- Decreto D.M.M. N° 00432 (reglamenta la Ord. 11641)
- Decreto D.M.M N° 02204 año 2010

En la Ordenanza se estipula como autoridad de aplicación a la Secretaría de Desarrollo Social, en miras a pensar que es el área del gobierno local que podía tener mayor injerencia en el público objetivo que pretende alcanzar la norma y quien tenía a su cargo la Dirección de Economía Social.

No obstante el espíritu de la legislación local, a partir de la reglamentación de dicha ordenanza por parte del ejecutivo, los registros quedaron a cargo del Programa Trabajo y Empleo, creado por decreto municipal; luego en el año 2010, el

D.M.M 02204 ordena que el Registro Único de Inocuidad Alimentaria bajo la órbita de la Subsecretaría de Industria, dependiente de la Secretaría de Producción.

Durante el momento del relevamiento (2020/2021) ambos registros, tienen como autoridad de aplicación, a la Secretaría de Producción y Desarrollo Económico, distribuyendo de forma operativa la realización del trámite por parte de los interesados en dos dependencias: el REPLO en la Dirección de Innovación y Emprendedorismo y el RUGIP en la Dirección de Seguridad Alimentaria.

Los emprendedores que pueden ser beneficiarios REPLO, según consta en el art 2 de la ordenanza 11.641 son todas aquellas personas físicas que manifiesten ser titulares de emprendimientos susceptibles de generar empleo d y/o autoempleo para sustento del núcleo familiar, de carácter individual o asociativo. Tal como describe el artículo, se pueden registrar emprendimientos productivos de dos o más personas, aunque éstas no tenga formalizado el emprendimiento ante los organismos habilitantes.

Mientras que para el RUGIP, solamente pueden solicitar su adhesión al registro, los titulares de emprendimientos que se hayan incorporado en el Registro de Emprendimientos Productores Locales, y que además se dediquen exclusivamente a la fabricación de productos comprendidos en alguno de los siguientes rubros:

- a) Confituras de frutas y hortalizas.
- b) Elaboración de turrone, peladillas y similares.
- c) Encurtidos, aderezos y similares conservados en medios ácidos.
- d) Panificación y similares.
- e) Hortalizas y frutas secas.

Unos años después el decreto municipal nro. 02204, incorpora otros rubros complementarios, los cuales fueron asimismo validados por la Agencia Santafesina de Seguridad Alimentaria, a saber:

Frutas, hortalizas y tubérculos en almíbar:

- a. Mermeladas.
- b. Dulces.
- c. Jaleas.
- d. Dulces mixtos.
- e. Frutas y hortalizas confitadas.
- f. Frutas escurridas, glaseadas y abrillantadas.

Elaboración de turrone, peladillas y similares:

- a. Bombones de frutas.
- b. Caramelos de diferentes tipos.
- c. Garrapiñadas.
- d. Maní con chocolate.
- e. Figuras de chocolate, huevos de pascua.
- f. Confites.
- g. Turrone.
- h. Pororó.
- i. Palitos salados.

Encurtidos, aderezos y similares conservados en medios ácidos:

- a. Pickles.
- b. Hortalizas en vinagre.

- c. Aderezos y aliños de origen vegetal.
- d. Aceitunas en salmuera.

Panificación y similares:

- a. Pan casero.
- b. Pan dulce.
- c. Masitas secas.
- d. Panificados con actividad de agua reducida (tortas, budines y alfajores).

Hortalizas y frutas secas:

- a. Bandejas de verduras.
- b. Ensaladas de verduras.
- c. Ensaladas de frutas.

En este punto es importante destacar que la autoridad de aplicación tiene la potestad de incluir otros rubros y/o productos, fundamentando la necesidad de su regulación. Para ello, deberá obtener un dictamen favorable de los organismos competentes, respetando los requerimientos de la ordenanza.

Para la inscripción en el REPLO, los emprendedores “productivos” pueden en cualquier momento solicitar la incorporación al registro, mediante una inscripción cuya modalidad es de convocatoria abierta. Lo antes mencionado deja afuera la posibilidad de incorporación de emprendedores cuyo objeto del emprendimiento sea la prestación de un servicio.

Los interesados deben completar un formulario, en donde se solicitan los datos personales del emprendedor incluyendo su grado de formación, como así también se solicita una descripción del emprendimiento, antigüedad, rubro al que

pertenece (herrería, carpintería, artesanías, textil, etc.), inscripción en AFIP, principales necesidades en relación emprendimiento, incluyendo un listado de cursos y capacitaciones en los que les gustaría formarse en relación a las necesidades o problemas identificados.

Por su parte, el RUGIP asignará un número de compuesto de dos cuerpos, el primer cuerpo de cuatro dígitos indicará el año de otorgamiento y el segundo, de 5 dígitos, identificará cada establecimiento inscripto y habilitado. Tal es así que el D.M.M n° 02204 en el art 5 enumera los requisitos y condiciones para garantizar la inocuidad de los productos, seguridad laboral y no afectación de terceros.

Implementación:

Los registros se llevan adelante mediante la numeración ordenada y correlativa, indicando la fecha de inscripción, una vez que el solicitante cumplimente con la entrega de la documentación.

Ambos números de registros deben figurar impresos en forma obligatoria en los envases en los que se comercialicen los productos, con indicación expresa del nombre y apellido del titular del establecimiento, domicilio de elaboración, la fecha de elaboración y de vencimiento del período de aptitudes para el consumo humano y la leyenda: "Venta exclusiva en Santa Fe de la Vera Cruz".

Los requerimientos que deben cumplimentar los emprendedores a los fines de poder tramitar la solicitud de registro son:

1. Poseer domicilio en la ciudad de Santa Fe, dicha exigencia será comprobada a través del Documento Nacional de Identidad. El peticionante deberá contar con fotocopia legalizada del D.N.I; mismo requerimiento para otros integrantes, en caso de que el emprendimiento fuese asociativo. Esto descarta de plano la posibilidad de que se incorporen al registro, emprendedores de otras localidades.
2. Suscripción del formulario de inscripción. Cada emprendedor debe completar un formulario de inscripción, el cual está contemplado en la ordenanza, pero que sucesivamente ha sido modificado en las diversas gestiones políticas.

3. Si el emprendimiento versare en la elaboración y/o depósitos de alimentos el solicitante deberá presentar además: carnet de Manipulación de Alimentos y Libreta Sanitaria.
4. Tener la aprobación del lugar de producción, el cual será auditado por personal idóneo en “seguridad alimentaria”. Una vez iniciado el trámite, si el emprendimiento es alimenticio, el lugar de producción es inspeccionado por un funcionario municipal con conocimientos en seguridad e higiene, quien constata que el lugar cumplimente con los requisitos mínimos exigidos por la normativa para poder manipular y elaborar alimentos allí.

Por otro lado, cuando el emprendimiento no tiene como objeto principal la comercialización de alimentos, a los fines de corroborar que es elaboración propia del emprendedor y no hay reventa de mercaderías, éstos deben enviar a la municipalidad fotos que contemples todas y cada una de las etapas de proceso productivo.

5. Los elaboradores de alimentos, además del REPLO, deberán llevar otros dos registros complementarios que hacen al producto propiamente dicho:
 - Registro de Insumos: En este registro se asentará el origen y los datos identificatorios de toda la materia prima utilizada en la elaboración de alimentos o en su envasado, debiendo contar con el respaldo de las respectivas facturas de compra, las que deberán ser conservadas por un período mínimo de un año.
 - Registro de Producción Terminada: En el que se registrarán, las cantidades y características de la producción final que con las materias primas registradas como “Insumos” se obtengan.

Las solicitudes de inscripción al REPLO deben ser evaluados por un Equipo de Asistencia Técnica del Programa de Empleo y Trabajo, pero que actualmente esta acción está a cargo de la Dirección de Innovación y emprendedorismo, quien dictamina la pertinencia o no de la incorporación de un emprendimiento al Registro. Por cada emprendedor registrado se realiza un legajo en el que debe asentarse: capacitaciones, subsidios y/o cualquier otro beneficio o acción de importancia para el desarrollo del emprendimiento.

El período de vigencia del registro, es de 24 meses, los cuales pueden ser prorrogados por 12 meses más, previa aprobación de la autoridad de aplicación. La realidad muestra que si bien este es el plazo que dictamina la norma, muchos emprendedores de la ciudad aún conservan la vigencia de su carnet, mediante procesos de “reinscripción” llevados adelante por el municipio en numerosas oportunidades. Ello permitió que estos emprendedores puedan no sólo puedan continuar participando de ferias y eventos locales, para los cuales se les exige tal trámite, sino que podríamos afirmar, esto ha sido una de las principales razones por las cuales muchos de ellos permanecen vinculados al gobierno local.....

Ámbito de comercialización: ejido urbano municipal.

En caso de operaciones para reventa deberá dejarse constancia por escrito de cantidades de unidades, tipo de productos, Nº de Registro Único de Gestión de Inocuidad de Productos, fecha de elaboración y vencimiento de cada lote entregado.

Poder de policía: la autoridad de aplicación podrá llevar adelante todas las auditorías y controles que estime necesario en los establecimientos inscriptos tanto para el caso del REPLO como del RUGIP.

Si el producto de los resultados de estas actividades, se verificare que el emprendimiento no cumple con las condiciones establecidas en la presente Ordenanza o su Decreto Reglamentario, el Municipio podrá:

- a) Dar de baja al emprendedor del Registro de Emprendimientos Productores Locales y Registro Único de Gestión de Inocuidad de Productos.
- b) Disponer el decomiso de mercadería.
- c) Proceder a la clausura preventiva del establecimiento.

Beneficios del registro:

- contar con actividades de promoción y fomento por parte de la Municipalidad de Santa Fe;
- recibir asistencia técnica en temas vinculados a la producción y comercialización de productos;
- excepción de inscripción y pago del Derecho de Inspección y Registro, por un plazo que no exceda los 36 meses;
- facilidades de acceso a líneas de financiamiento propias de la Municipalidad de Santa Fe.

Los productos inscriptos en el RUGIP podrán ser comercializados en comercios de la ciudad, durante períodos expresamente autorizados por la autoridad de control.

La autoridad de aplicación, emitirá las credenciales de inscripción al REPLO, las cuales deberán contener:

- N° de registro:
- Titular
- D.N.I.
- Nombre de fantasía
- Rubro
- Domicilio de elaboración
- Lugares de comercialización
- El emprendimiento tiene otro/s titular/es
- Firma del Director Ejecutivo del Programa de Empleo y Trabajo

CAPÍTULO IV.

Instituciones de la Economía Social en Santa Fe.

Según los datos obtenidos del último Censo Nacional de Santa Fe, Departamento La Capital, del año 2022, cuenta con 572.265 habitantes (INDEC, 2022), conformándose en uno de los departamentos más poblado de la provincia. En dicho municipio aún no existe un registro actualizado y unificado de la ESyS. Si bien se llevaron a cabo diferentes relevamientos, la actualización del mismo que contemple las diferentes tradiciones de ESyS aún no se encuentra disponible, lo cual es de suma importancia para el diseño e implementación de políticas públicas. Sí se han realizados algunos estudios que incluyen mapeos socio-territoriales que intentan destacar las diferentes expresiones de la ESyS localizadas en el Municipio de Santa Fe.

En el trabajo se puede visibilizar cómo el entramado de instituciones que albergan a emprendedores sociales se han convertido en actores centrales para comprender la situación actual de los emprendedores sociales en Santa Fe. Sin embargo la situación y el contexto para penetrar en su accionar y lazos con los emprendedores que cada una de las instituciones nuclea, no resultó de la manera esperada.

Muchas de las organizaciones de la ESyS presentes en el territorio de la ciudad de Santa Fe se resisten a mostrar sus escenarios actuales, ello se puede suponer por el hecho de que por mucho tiempo han sido víctimas de corretajes políticos, promesas no cumplidas, falta de ayuda y acompañamiento para concretar

sus proyectos, lo cual ha desencadenado que en la actualidad se muestren celosos a cooperar con agentes externos. A la vez, es importante destacar que se ha omitido la construcción de espacios de diálogos y construcción colectiva para fomentar las relaciones, como así también para co-crear juntos herramientas, medidas y políticas sociales que provean el beneficio mutuo.

Como resultado y con el firme objetivo de poder arribar a un relevamiento y caracterización de las instituciones de la ESyS de Santa Fe se confeccionó una encuesta y entrevista para interpelar a los referentes y directivos de dichas instituciones, que pese a los múltiples intentos y esfuerzos por arribar a una buena recolección de datos; solamente se consiguieron durante el año 2020 la respuesta de 4 instituciones, tres de ellas asociaciones (Asociación Civil Dignidad Artesanal, Cámara de Mujeres Emprendedores y Asociación Civil Generar) y la Coordinación de Economía Social perteneciente gobierno local.

A continuación se detallan algunos hallazgos que, como entrevistadora, puedo mencionar respecto de la experiencia alcanzada, como así también la descripción de algunas particularidades observadas del trabajo en el territorio.

Hallazgos:

- La gran mayoría de las organizaciones ha obtenido personería jurídica, lo cual les ha permitido a través de la investidura de asociaciones, cámaras y fundaciones llevar adelante su objeto social.
- Falta de confianza para recibir ayuda externa.
- Desconocimiento de la normativa local.

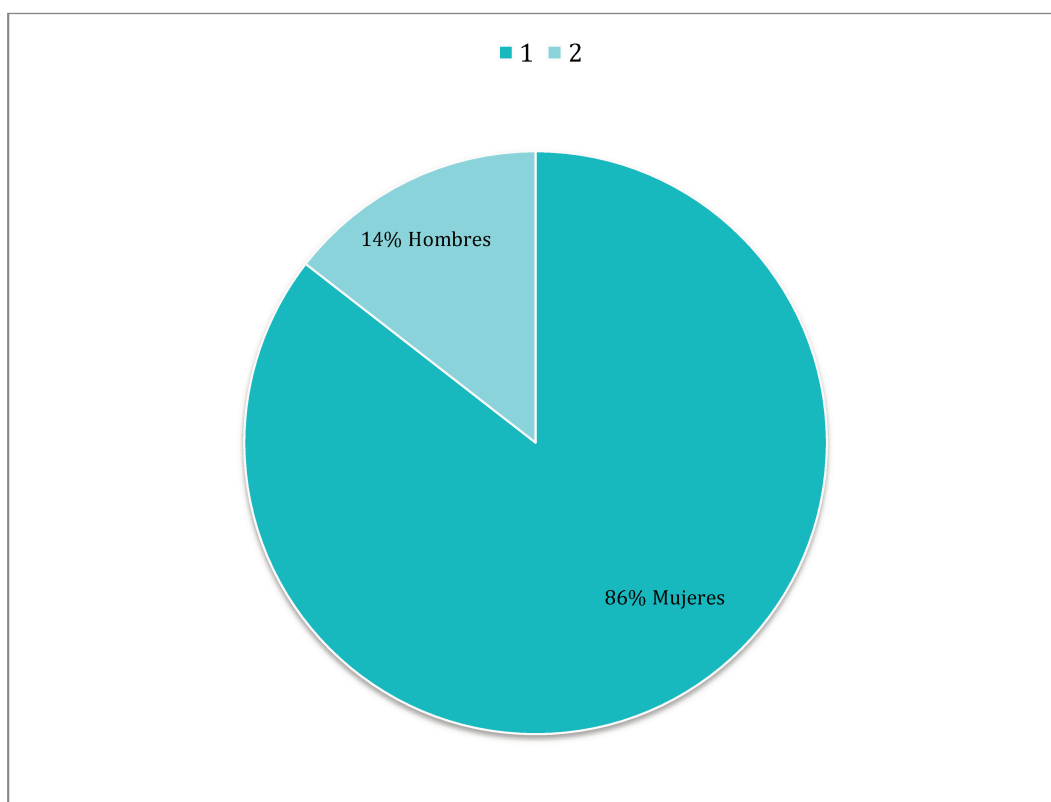
- Poca o escasa articulación con el Municipio Local para la construcción de proyectos en común, debatir ejes de trabajo y/o mejoras o innovaciones que coadyuven a fortalecer su trabajo interno.
- Escasa o nula participación de sus integrantes en las políticas de la ESyS que planifica el gobierno.
- En la mayoría de las organizaciones hay una especie de “cláusula de adhesión” respecto de sus emprendedores: si pertenecen a una x organización se les prohíbe formar parte de otra, bajo la penalidad de la exclusión o prohibición de comercialización en ferias.
- Poco trabajo en red para el logro de objetivos comunes.
- Fuerte injerencia de los responsables de la organización respecto de los emprendedores que nuclea.
- Fuerte énfasis en la conquista de espacios para la promoción de espacios de comercialización.
- Poca cooperación para la recolección de datos y análisis académico de su impacto en el territorio.

Emprendedores sociales de Santa Fe.

Partiendo de la consideración de que los emprendedores sociales más allá de compartir valores, formas y saberes que les son propios y les pertenecen; en sus particularidades son diversos y, consecuentemente, también lo son sus demandas, necesidades y problemáticas. Pero, más allá de esta primera premisa, se intenta homogeneizar y crear grandes esferas de trabajo para poder diagnosticar, caracterizar e indagar sobre las necesidades insatisfechas y problemas aún latentes en este conjunto de personas con el objetivo de realizar propuestas de mejora para este sector, atendiendo especialmente al grado de avance o desarrollo de cada emprendimiento.

Con la finalidad de recabar información contundente para el presente trabajo, se implementó una encuesta a emprendedores sociales (ver modelo en el anexo), obteniendo un total de 216 respuestas emprendedores santafesinos; muchos de los cuales se encuentran registrados en el Registro de Emprendedores Productores Locales que lleva la Municipalidad de Santa Fe, pero también se llegó a otros emprendedores, que aun no estando registrados, pertenecen a alguna de las instituciones de la ESyS de la ciudad. Lo antes expuesto, nos abre un camino para indagar la realidad y situación real en la que se encuentran los emprendedores sociales en la localidad, pero además nos permite comenzar a realizar categorías y clasificaciones que logren de alguna manera estructurar y delinear estadios, características, estado de desarrollo, expectativas que nos ayuden a pensar y diagramar diferentes alternativas que pongan en valor todo el potencial que subyace en ellos.

Para comenzar con la exposición y descripción de los datos obtenidos a través de la encuesta realizada, es imprescindible poder resaltar que del total de emprendedores encuestados, se obtuvieron 183 respuestas de emprendimientos encabezados por mujeres y solamente 31 emprendimientos cuyo responsable a cargo es un hombre.



1- Mujeres emprendedoras	185
2- Hombres emprendedores	31
Total de emprendedores encuestados	216

Figura 2 *Porcentaje de mujeres y hombres que lideran un emprendimiento de la ESyS*

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

De los datos arrojados podemos dilucidar, que en los emprendimientos de la ESyS de Santa Fe se vislumbra, si tomamos en consideración un análisis con perspectiva de género, un gran empoderamiento de las mujeres en relación a su capacidad para llevar adelante actividades productivas de todo tipo a través de sus emprendimientos, investirse como fundadoras de instituciones de la ESyS (como es el caso de la CAME Cámara de Mujeres Emprendedoras de Santa Fe y la Asociación Civil Generar), todo ello enmarcado en importantes valores arraigados fuertemente en la búsqueda de independencia y soberanía económica.

La mujer emprendedora aparece aquí como el agente principal que lidera los procesos productivos desde el inicio al fin, encargándose de la provisión de materias primas e insumos, producción propiamente dicha, administración y posterior venta de los bienes o servicios objetos del emprendimiento. Asimismo, como responsable de dichas unidades productivas, la mujer emprendedora logra a través generación de redes, logra materializar oportunidades de negocios mediante asociaciones que facilitan la consecución de metas y objetivos a la hora de llevar sus productos al mercado.

Es importante destacar que si bien la mayoría de las emprendedoras encuestadas manifestaron que impulsan la totalidad de las acciones necesarias para llevar adelante un emprendimiento, específicamente dentro las principales actividades que desempeñan las emprendedoras se mencionaron: creación y diseño, armado, despacho, envíos, acompañamiento, actividades de promoción y visibilización de los productos y/o servicios a través del manejo de redes, elaboración, venta, packaging, comunicación directa con los clientes, atención al público, cobranza, entre otras actividades.

Ahora bien, tampoco es casual que el número de emprendedoras que llevan adelante sus proyectos supere al número masculino; vale aclarar que aún en nuestra contemporaneidad las mujeres, principalmente de sectores más vulnerables siguen teniendo importantes problemas para acceder empleos formales, sobretodo en el sector privado. Existen importantes falencias del sistema económico y jurídico en el plano laboral que obliga a muchas mujeres a “convertirse” en emprendedoras por necesidad.

Por otro lado, también puede analizar la diferencia en la franja etaria que prepondera en comparación entre los hombre y mujeres de la ESyS. Por un lado encontramos casi una asimetría en las franjas etarias femeninas que van **desde los 21 a los 50 años, esto es, casi la gran parte de la etapa** económicamente activa. Mientras que en los hombres, se observa una marcada tendencia que va de los 31 a los 40 años.

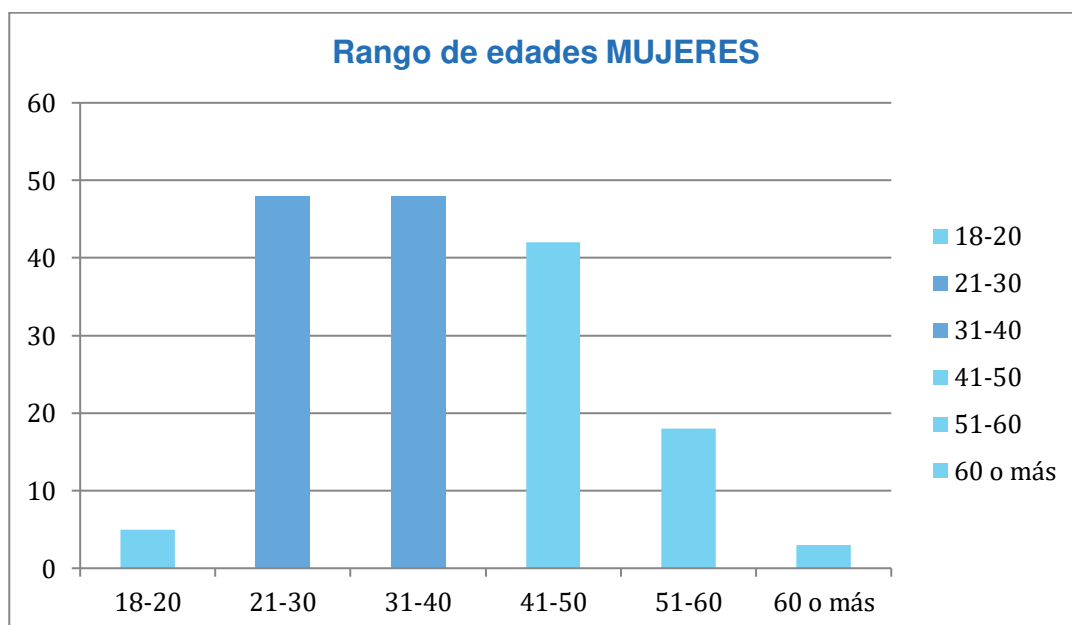


Figura 3 Descripción de franja etaria femenina.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

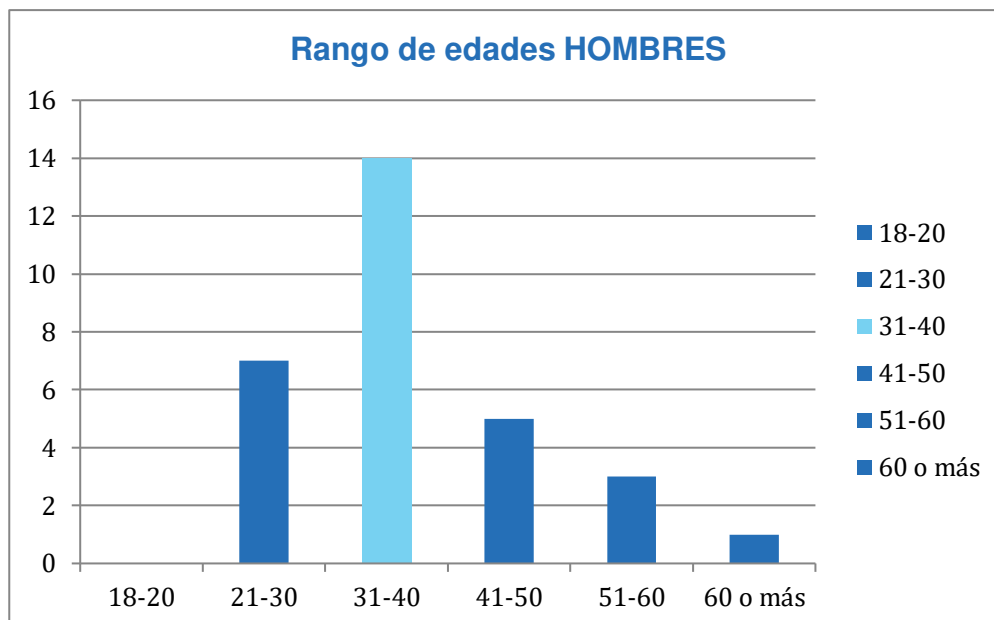


Figura 4 Descripción de franja etaria masculina.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

En cuanto a la formación de los emprendedores sociales, las encuestas realizadas, arrojan que la gran mayoría de los emprendedores presenta formación educativa en diferentes niveles.

El grado de formación predominante es el de quienes cuentan con la secundaria finalizada, reportando un total de 27,7%.

Si observamos el gráfico Nro. 4, podemos visualizar que un importante conjunto de emprendedores ha estado vinculado con la universidad, si tomamos en consideración ambos resultados (nivel universitario completo e incompleto), los números nos arrojan un 33,8%, superando cuantitativamente al nivel terciario completo e incompleto, el cual arroja en su totalidad un 30,1%.

De ello podemos considerar que existe un importante número de emprendedores que ha atravesado u atravesó por el ámbito universitario, lo cual denota conocimientos recolectados a través de su paso por la universidad y que de

una u otra forma se han incorporado en alguno de los aspectos del emprendimiento (costos, aspectos técnicos del producto o servicio, diseño, imagen, modelo de negocios, comunicación, marketing, finanzas, administración, etc.).

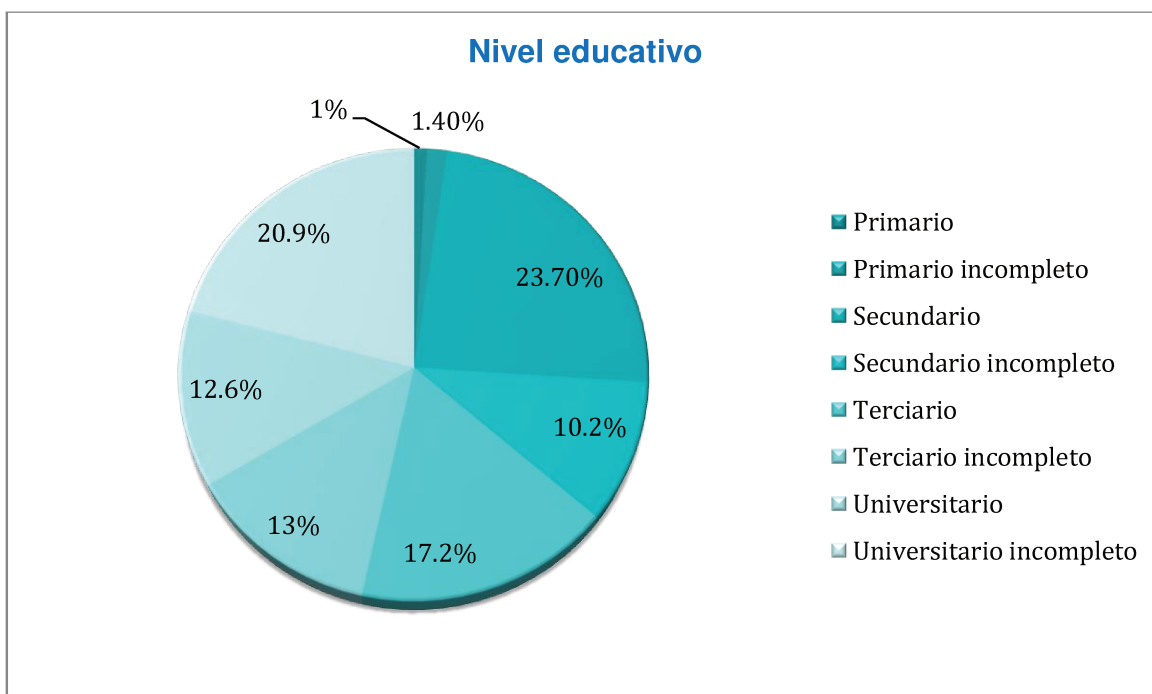


Figura 5 Exposición de los niveles educativos de los emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Localización.

La localización e identificación de la ubicación geográfica de los emprendimientos de la ESyS en la ciudad de Santa Fe se torna indispensable y necesario para la construcción de un sistema de información a nivel socio-territorial y para la definición de las políticas públicas vinculadas a la ESyS y al desarrollo de los mismos.

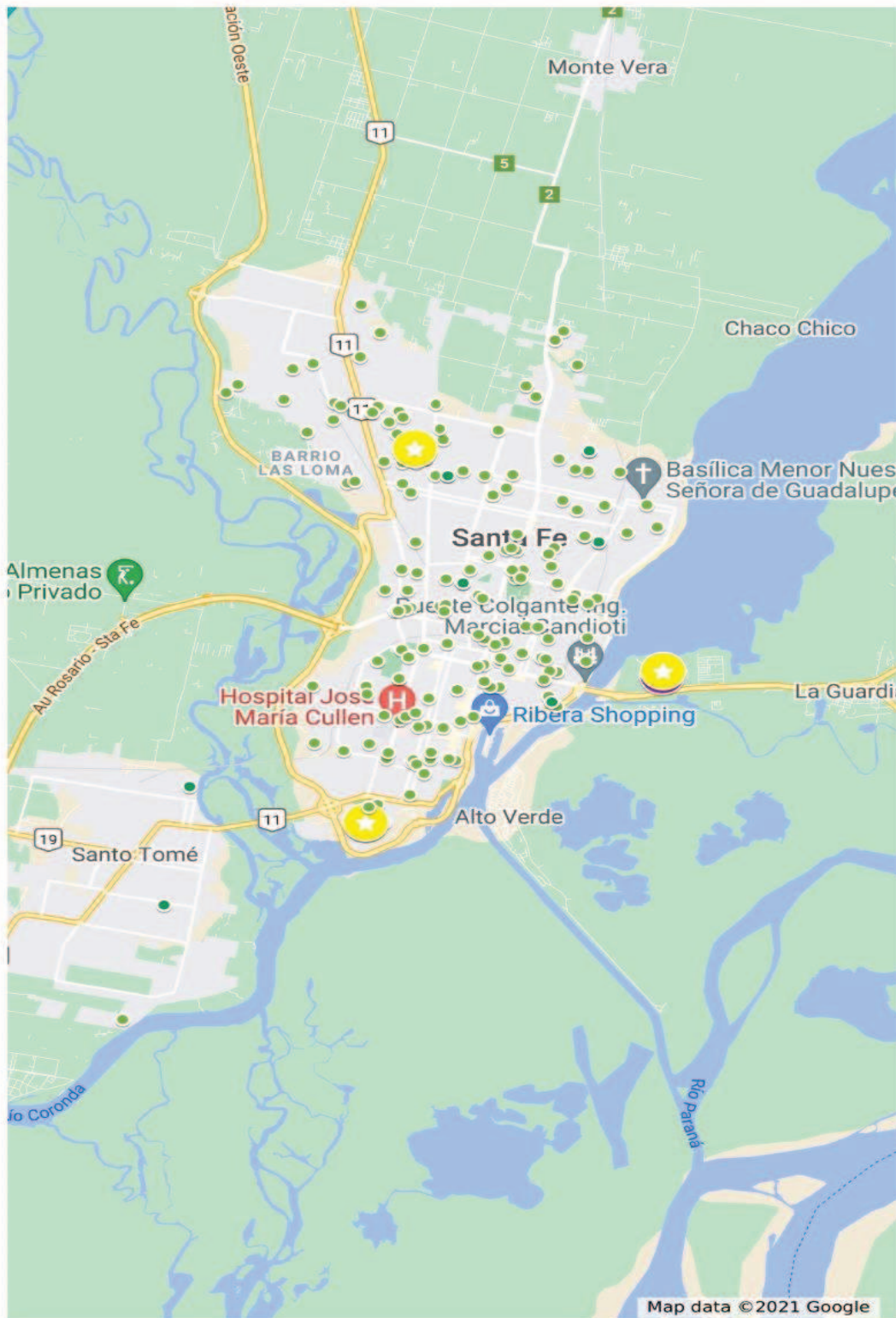


Figura 6 Localización de los emprendedores sociales en Santa Fe.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

En el mapa se muestra la ubicación real de los lugares de producción de los emprendedores sociales encuestados.

Como se puede apreciar, no existe un lugar u zona geográfica que prevalezca cuantitativamente en cuanto a la configuración de emprendimientos sociales; sin embargo, es dable destacar que la ciudad de Santa Fe, según el mapa elaborado, se caracteriza por el despliegue de emprendedores sociales a lo largo y ancho de toda la ciudad.

Es decir, que la configuración de emprendimientos sociales en Santa Fe se perfila en todo su territorio, los emprendedores existen y se vinculan sin importar el lugar en donde se radiquen sus proyectos, lo cual nos deja por afirmar: los emprendedores sociales se expanden en todo el ejido municipal, incluyendo la costa santafesina y el gran norte de la ciudad.

Más allá de lo antes mencionado, existen según los datos relevados, una nota distintiva en los barrios: El Pozo, Centenario y Las Flores II (señalizados en el mapa con una estrella), en donde, se detectaron varios emprendimientos sociales en dichas zonas de la ciudad. Lo cual demuestra una fuerte presencia de la cultura emprendedora en el territorio, como así también, una salida, a través del autoempleo a la carencia de empleo.

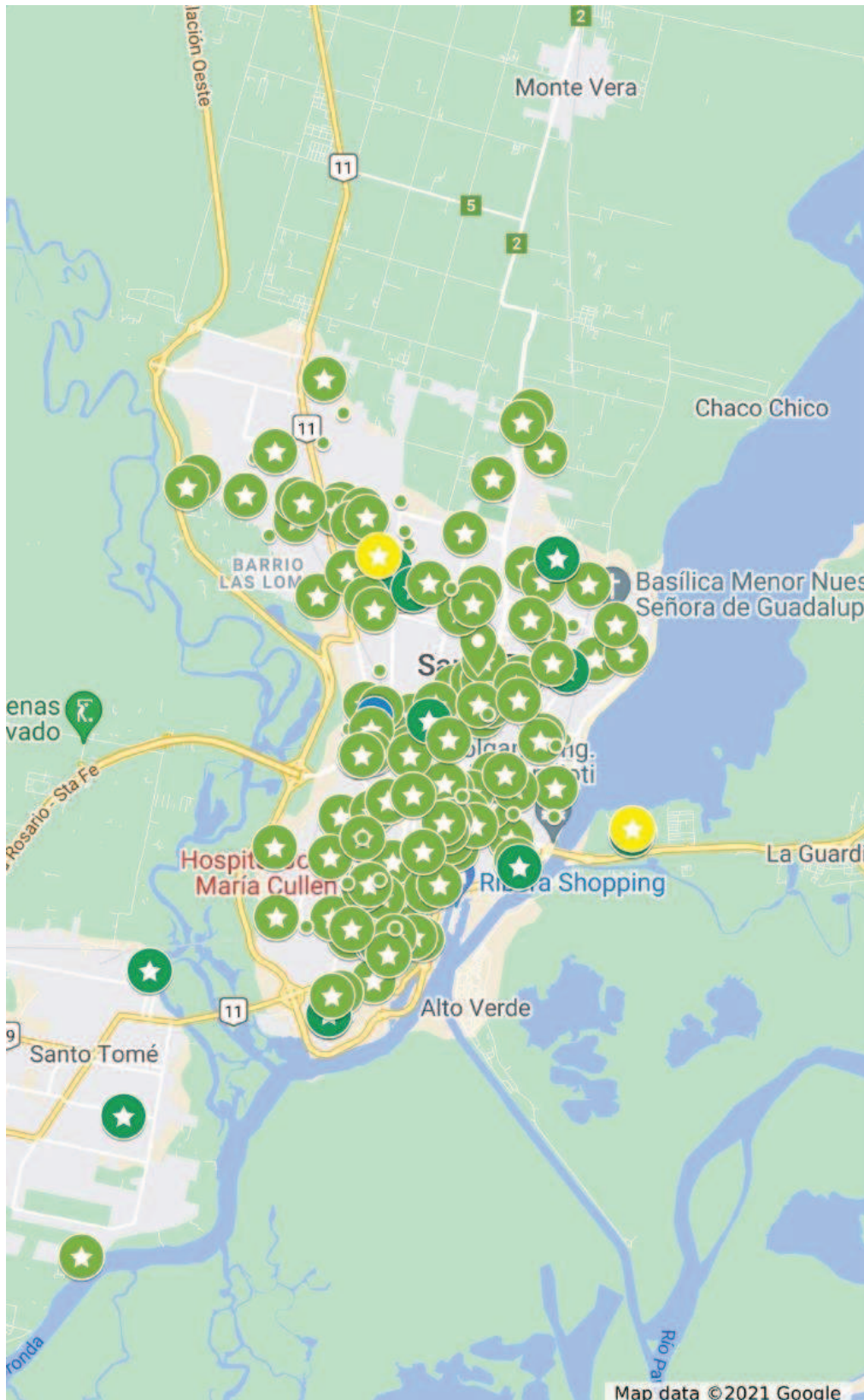


Figura 7 Localización de los emprendedores sociales en Santa Fe en consideración a la zona.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Asociativismo.

Es correcto destacar que una de las principales notas distintivas y esencia de las organizaciones solidarias y de los agentes que se movilizan e interactúan dentro del sistema de la ESyS, está configurado la ayuda mutua y la asociatividad.

El espíritu asociativo entre emprendedores contribuye al bienestar común, transformando socialmente el territorio por un *hacer* compartido, colaborativo que enriquece a las comunidades.

Lo asociativo articula, construye y genera desarrollo, es por ello, que en el presente trabajo se propuso indagar a los emprendedores sociales acerca de *¿qué consideran o entienden por "asociativo" en relación a su emprendimiento?*

Cómo se puede observar en la nube (gráfico N° 5), el término hizo impacto en varios aspectos que se relacionan o vinculan con de hecho de llevar adelante un emprendimiento: lo cual va desde la familia, socios y el trabajo en equipo con otros emprendedores; pero además resaltó adjetivos de gran valor como: responsabilidad, ayuda, aprendizaje, cooperación, unión, organización, entre otros; todo lo cual destaca cómo los valores son parte inherente a su forma de trabajo y perspectiva de vida.



Figura 84 Valores del asociativismo remarcados por emprendedores sociales.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Sin embargo, en la configuración de los emprendimientos se destaca que la mayoría de los mismos están conformados y/o llevado adelante por una sola persona (más de la mitad de los emprendedores encuestados manifestaron tener emprendimientos individuales).

Lo antes mencionado, puede constituir el resultado o reflejo de que los emprendedores sociales aún no pueden encontrar objetivamente la verdadera naturaleza de que *hacer*, ya que la realidad nos muestra que aún hoy, los emprendedores que constituyen nuestro objeto de estudio, no identifican a su unidad productiva como parte integrante o componente esencial de una

organización más cercana y afectiva, como lo puede ser la familia, la institución de la que forma parte, con quien comparte y realiza numerosas tareas y actividades, o bien a que, las estructuras y la forma de organizar su actividad aún no contempla a los vínculos e interacciones con otros individuos. (Grafico nº 6).

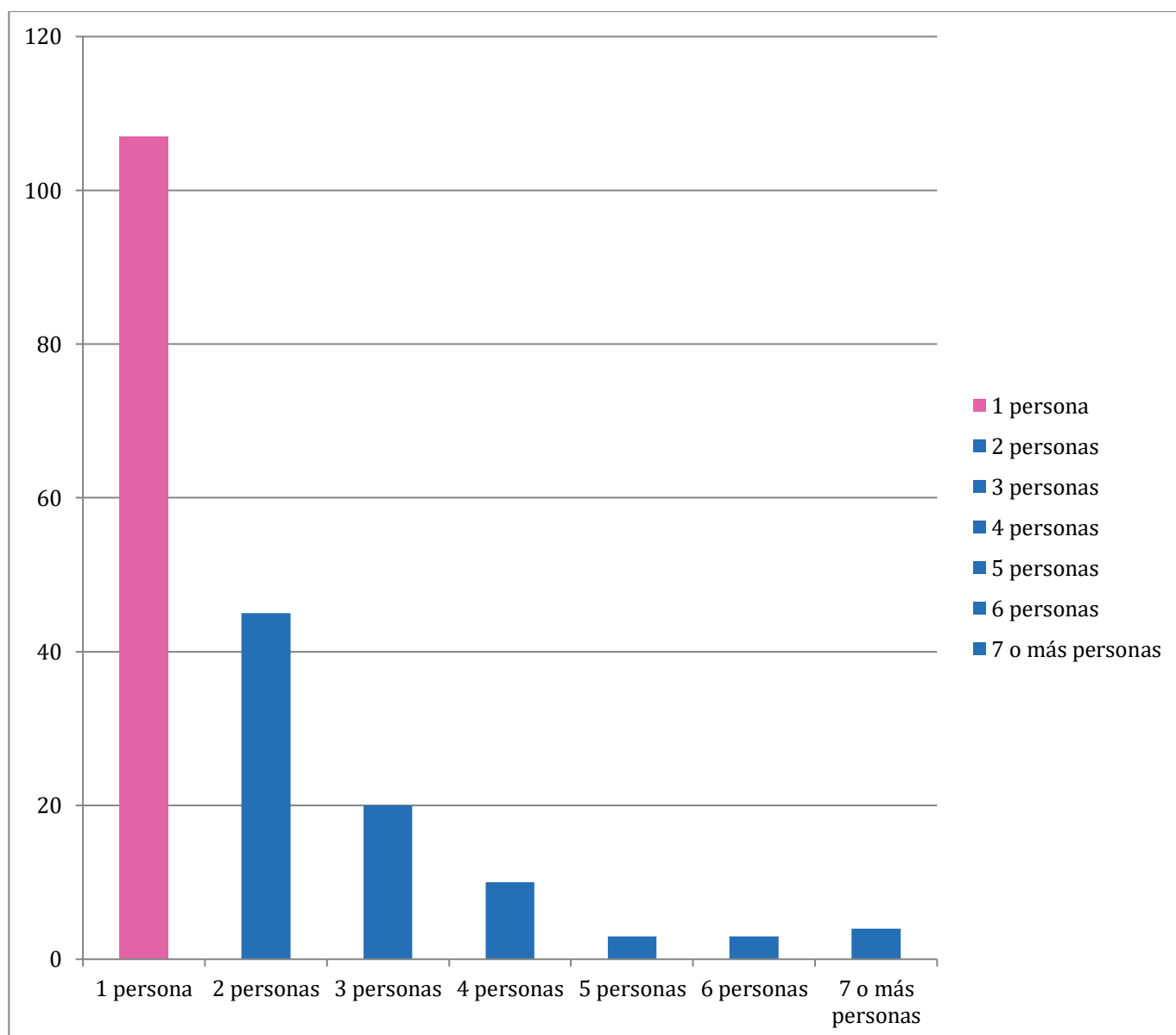


Figura 9 Cantidad de integrantes que componen el emprendimiento.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Entre las principales funciones llevadas adelante por parte de quienes participan en emprendimientos de naturaleza asociativa, los emprendedores encuestados destacaron las siguientes acciones y actividades:

- Adquisición de insumos y materias primas
- Diseño y creación de nuevos productos
- Ventas y ayudante de ventas
- Producción y elaboración
- Ensamblaje
- Manejo de redes sociales
- Empaquetado, preparación del producto para la entrega
- Distribución y entrega de productos a domicilio
- Atención al público
- Actividades de marketing, difusión y comunicación
- Tareas de gestión y administración
- Encargados técnicos
- Planificación
- Reciclado de material
- Atención al público
- Acondicionamiento de la materia prima e insumos
- Acompañamiento en ferias u otros espacios de comercialización

Emprendimientos y estado de desarrollo.

Los emprendimientos de la economía social y solidaria, al igual que los emprendimientos de corte social, atraviesan por diferentes etapas o estadios (gráfico nº 7) necesarios para alcanzar un determinado grado de madurez que permita que sobrevivir.

A continuación se desarrollarán los diversos momentos por lo que atraviesa un emprendimiento en clave a la innovación social:

- 1- **Idea-proyecto:** durante esta primera etapa el emprendedor o equipo emprendedor posee una idea de proyecto, direccionando toda su energía para la consecución de los recursos necesarios que le permitirán poder llevar adelante.

En el campo de la ESyS e innovación social social, podemos enmarcar y caracterizar a esta primera etapa embrionaria de la siguiente manera: *“Son nuevas ideas (productos, servicios, modelos) que satisfacen necesidades sociales (con más efectividad que otras alternativas) y a la vez crean nuevas relaciones o colaboraciones.”* (Murray, Caulier-Grice & Mulgan, 2010).

Es importante tener en consideración que el sector público, el privado, así como también las organizaciones de la sociedad civil, cumplen un importante papel durante esta etapa, no sólo para generar y brindar la ayuda y cooperación necesaria para encausar los proyectos; sino que además cumplen un rol fundamental en la captación de nuevos

emprendedores, su empoderamiento y motivación inicial; pudiendo de esta forma aumentar el alcance y el impacto de las ideas propuestas.

- 2- **Emprendimiento en desarrollo:** durante este período, existe ya una conciencia más objetiva acerca de los recursos y las actividades claves que el/los emprendedores deben planificar y llevar adelante para que el emprendimiento pueda pasar de la idea a algo real y/o más concreto. Tal es así que en esta etapa toma protagonismo el vínculo y la cercanía de los emprendedores con instituciones como la Universidad. Áreas de los gobiernos que busquen el desarrollo de estos sectores económicos, incubadoras, etc. que cooperen y generen herramientas que les permitan encontrar nuevas formas de asociatividad y de resolución de problemas colectivos que coadyuven a la resolución de problemas sociales, búsqueda de oportunidades, como así también contribuyan a la generación de consumidores conscientes e informados.

Los emprendedores comienzan a plantar las bases de los procesos productivos, prototipos, sistemas de costos, redes y potenciales canales de comercialización, como así también se suele intensificar el interés por la formación y capacitación.

- 3- **Emprendimiento en marcha con primeras ventas:** en esta etapa los emprendedores pasan de la ideación/construcción y planificación a actuar e implementar su emprendimiento. Se comienza la consolidación del modelo de negocios, se efectivizan las primeras

redes para llevar adelante el proceso de comercialización y se comienza a construir y delimitar en un contexto real el perfil de los clientes que anteriormente se proyectó, atravesando por un fuerte proceso de validación del producto/servicio por parte de los consumidores.

El emprendimiento determina e identifican las principales fuentes de ingreso, canales de comunicación con el cliente, se fortalecen algunas alianzas estratégicas y es aquí donde el proyecto vuelve a replantearse nuevamente para pegar un salto de calidad.

El proyecto alcanza entonces una etapa de la sostenibilidad, lo cual implica el perfeccionamiento y la racionalización de todas las ideas y planificaciones previas, garantizando la supervivencia.

- 4- **Emprendimiento consolidado:** encontramos emprendimientos en etapa de madurez, que apuestan a la incorporación de nuevos actores (incubadoras, universidad, clústers, cámaras, etc.) para seguir visibilizando y promocionando los productos y/o el servicio.

- 5- **Emprendimiento en expansión:** durante este estadio se ponen en práctica toda una serie de estrategias para el escalado y la difusión del emprendimiento. Se experimenta un crecimiento de la organización, el cual puede estar aparejado a la formalización del emprendimiento o de la consolidación de alianzas entre emprendedores, dando lugar a innovadoras y creativas formas de asociatividad como los colectivos de diseñadores por ejemplo.

Es en este peldaño del proceso, en donde se puede ver con mayor claridad al denominado “*cambio sistemático*”, el cual constituye es el fin último de la innovación social.

Por lo general involucra la interacción de diversos elementos: movimientos sociales, modelos de negocio, leyes y reglamentos, datos e infraestructuras, y una forma completamente nueva de hacer y de pensar. El cambio sistémico implica nuevos marcos o arquitecturas formadas por muchas de las innovaciones más pequeñas. (Abreu Quintero, 2011)

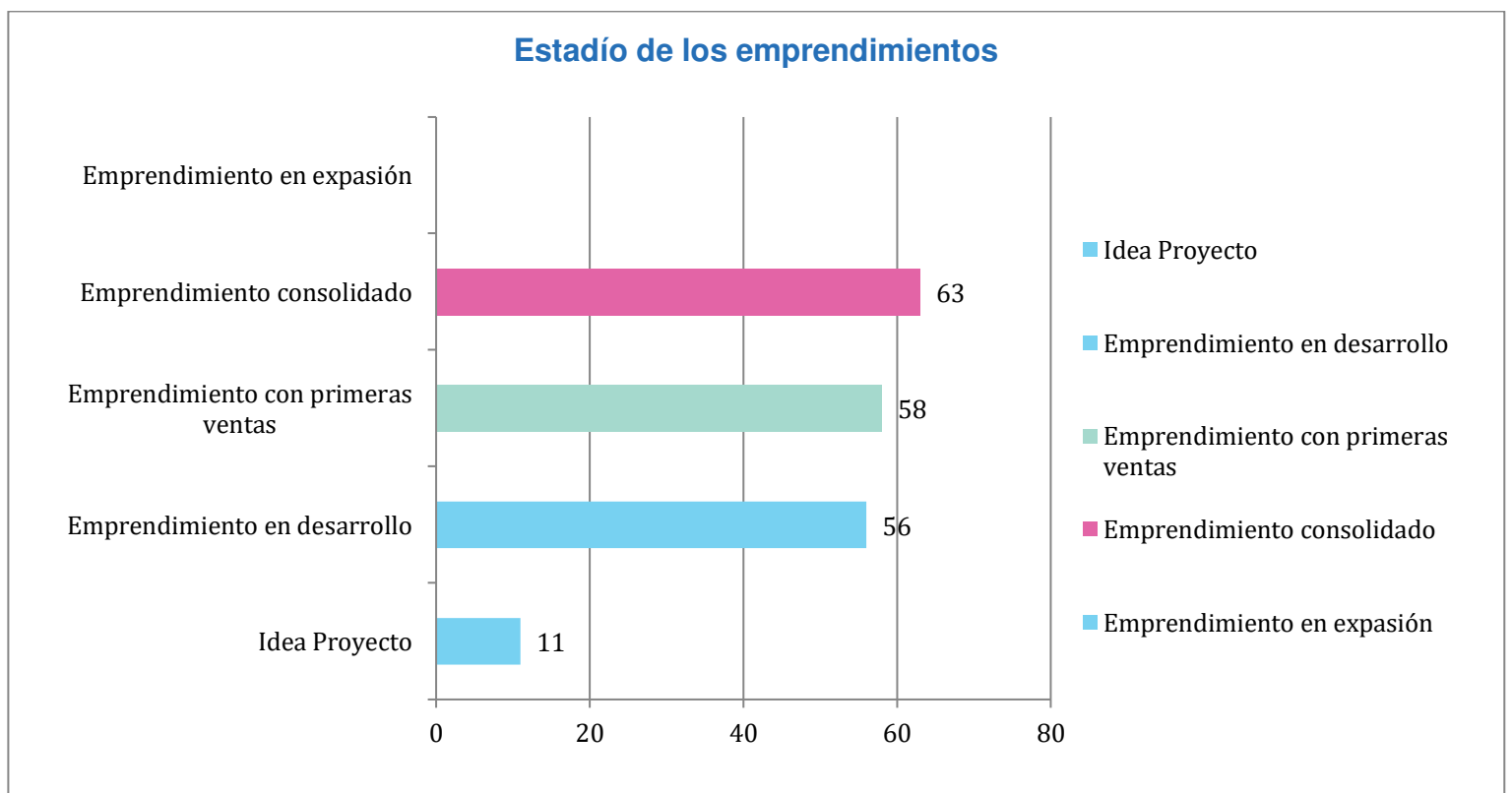


Figura 5 Etapas y detalle de los estadios de los emprendimientos de la ESyS en Santa Fe.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Actividades principales.

Los emprendimientos se desarrollan y ejecutan en la medida en que son capaces de llevar sus productos y servicios al mercado. En relación a estos últimos, se puede resaltar estableciendo la principal diferencia entre unos y otros: mientras que los productos consisten en un bien tangible que viene a satisfacer determinadas necesidades de los clientes/usuarios; los servicios consisten en prestaciones de hacer poniendo a disposición del cliente un determinado conocimiento para la satisfacción del mismo.

Tal es así, que en el universo de la ESyS, encontramos emprendedores que llevan al mercado productos y servicios para ser comercializados, ahora bien, en cuanto a la actividad u objeto principal de los emprendimientos en la ciudad, podemos destacar que existe una marcada tendencia u orientación de los emprendedores a la elaboración y producción de productos (textiles, alimenticios, objetos de diseño, artesanías, etc.), en relación a la prestación de servicios.

En el siguiente gráfico (número 8) se representa el porcentaje de emprendimientos encuestados que comercializan bienes materiales y/o prestan servicios, notándose un marcado predominio de los emprendimiento conformados en base a la fabricación de productos.

Dicho resultado puede darse por un sinnúmero de causas, entre ellas podemos destacar que las organizaciones de la ESyS de Santa Fe, así como el mismo Municipio, trabajan y ejecutan programas para emprendedores productivos

(el mismo Registro de Emprendedores Productores Locales no está habilitado para la inscripción de emprendimientos de servicios).

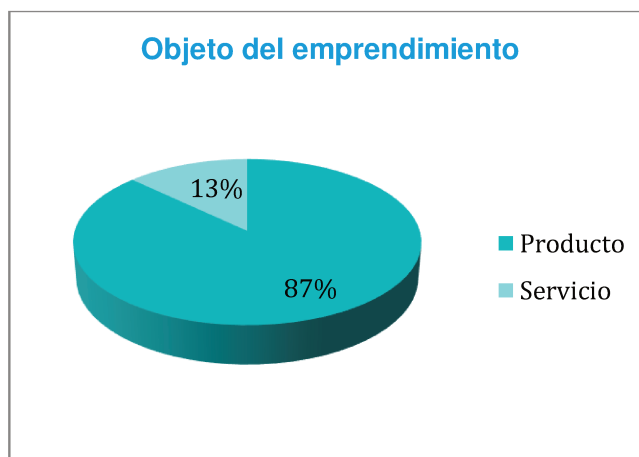


Figura 11 *Porcentaje de emprendimientos productivos y/o de servicio.*

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

En consonancia con lo antes mencionado, se pueden visualizar, cuáles son los principales rubros (productivos) que se llevan adelante por los emprendedores de la ESyS en la ciudad (Gráfico nº 9).

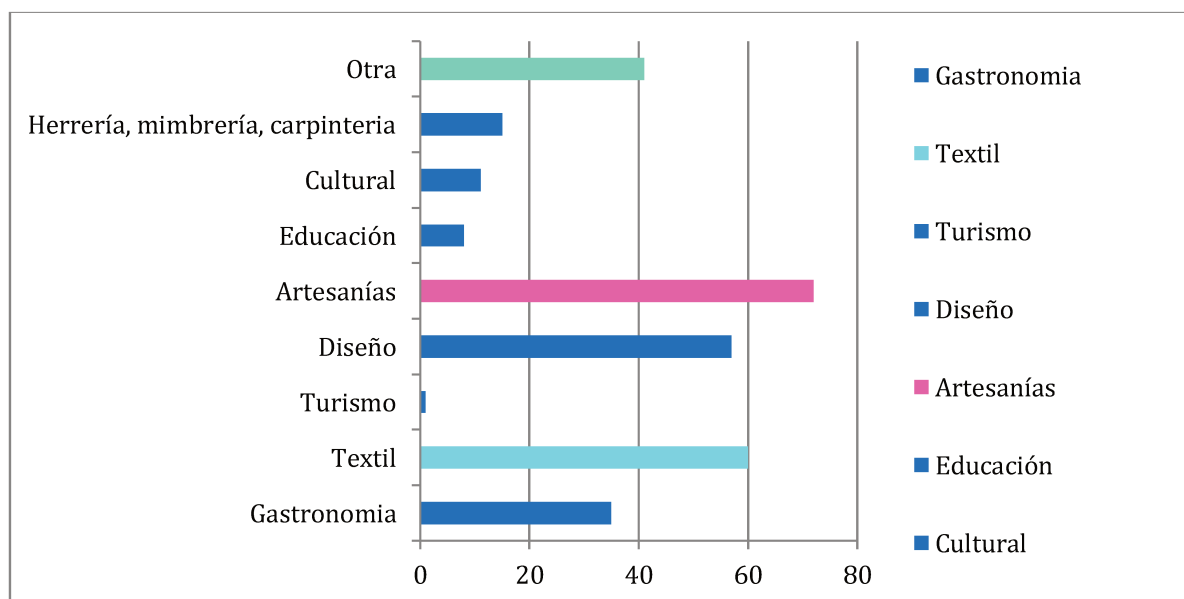


Figura 62 *Principales rubros de los emprendimientos sociales en la ciudad de Santa Fe.*

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Canales de comercialización.

Los canales de comercialización, operan desde que el emprendedor pone en marcha su proceso productivo, transformando los insumos y materias primas, hasta que el producto o servicio llega a manos del cliente. Los canales pueden ser de comunicación (¿qué medios voy a utilizar para comunicar/informar a los clientes acerca del producto o servicio?), o canales de comercialización y distribución (entrega), que es donde se da la unidad entre la oferta y demanda de lo que el cliente necesita, (cómo y dónde se planea la venta de los productos).

En la ESyS, los canales de comercialización toman una impronta diferente relación a otro tipo de emprendimientos, esto es así, porque tanto el proceso de comercialización como la venta misma, en esta economía, buscan contribuir a la justicia, reciprocidad y ayuda mutua a partir de resguardar el denominado “comercio justo”, de manera tal que se pueda contribuir a mejorar la calidad de vida de los emprendedores productores, el cual se traduce como un tipo especial de comercio, una alternativa, que combina y fusiona criterios económicos y sociales.

Según Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO): *“Es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales.”*

Dicho esto, debemos desentrañar, cuáles son los canales que hoy día, los emprendedores sociales de Santa Fe eligen y están utilizando para llevar sus productos al mercado y acercarlos al consumidor final.

En el siguiente gráfico número 10 podemos observar los canales de comercialización más preponderantes:

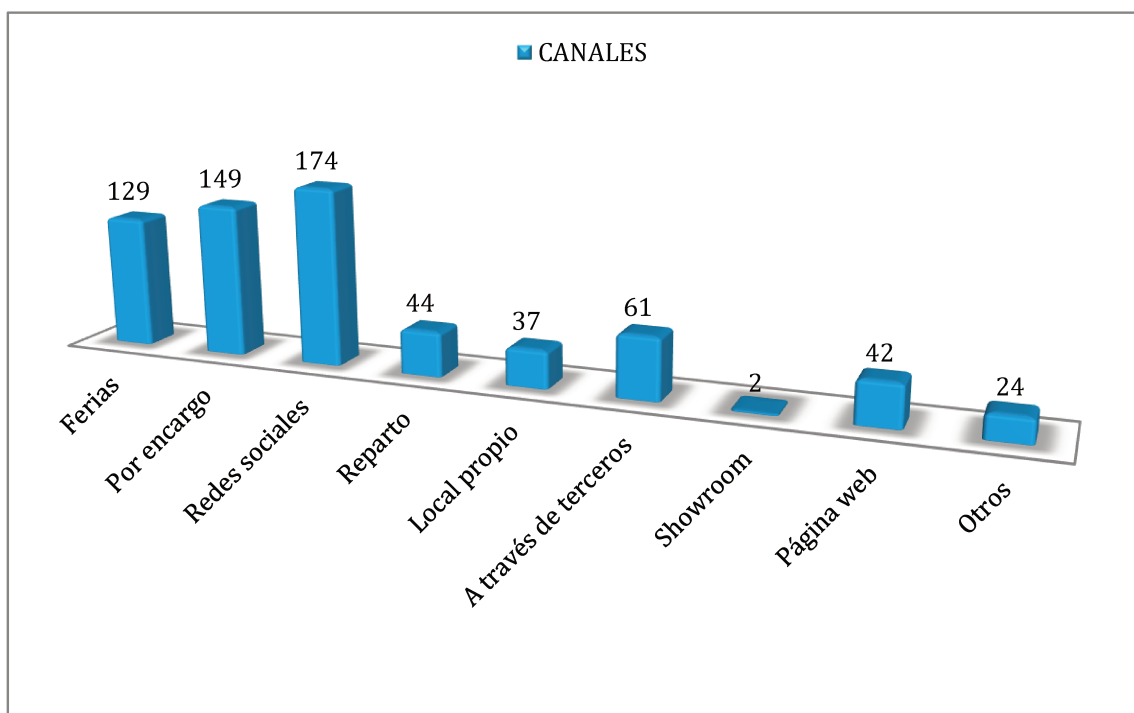


Figura 13 Principales canales de comercialización.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Emprendimientos sociales y formalización.

La precarización tributaria y la falta de conocimiento acerca de la importancia de la formalización de los emprendimientos aparecen como común denominador en los emprendedores sociales. Si bien es cierto y no menor, que el gobierno, en los últimos años se ha esforzado por acercar medidas y alternativas para que el número de personas pertenecientes a la economía informal se reduzca, la realidad demuestra que falta educación tributaria, vías de información más

accesible y mecanismos simples que permitan la democratización real sobre este tipo de información en la ciudadanía.

El monotributo social es el régimen tributario optativo, que fue creado con el objeto de facilitar y promover la incorporación a la economía formal aquellas personas con vulnerabilidad social que históricamente ha estado excluidas. Entre sus principales características, el monotributo social, es una variante del régimen simplificado del Monotributo, ya que a diferencia de aquel, éste se encuentra subsidiado por el Estado, está gestionado conjuntamente con ANSES y AFIP y se encuentra alcanzado solamente por las actividades comprendidas dentro de su normativa, excluyendo de plano: venta de productos por catálogo, venta de quiniela, venta de autopartes, servicio de taxi o remises, cuidado de vehículos en la vía pública y/o cualquier otra actividad que sea diferente al trabajo autogestionado.

Beneficios que los emprendedores alcanzan con la inscripción en el monotributo social: emitir factura, ser proveedor del estado por contratación directa, acceder a las prestaciones sociales del Sistema Nacional de Salud y al ingresar al sistema previsional.

Las instituciones de la ESyS trabajan en la concientización e importancia de que los emprendedores y grupos asociativos, puedan formalizar sus proyectos como una estrategia para expandirse, ganar nuevos clientes y ganar confianza en los consumidores. Pese a ello, según lo demuestra la encuesta realizada, la gran mayoría de los emprendedores de la ESyS no se han podido inscribir en ningún régimen tributario, ni han podido consolidar, en términos legales, una sociedad formalmente inscripta.

Las causas o motivos que denotan esta realidad, vienen con diferentes intensidades y sentidos por parte de los emprendedores, ya que entre las principales causas encontramos: falta/nula información, ausencia de educación financiera básica, miedo a generar una deuda con el fisco y/o a no poder hacer frente a los tributos con los ingresos percibidos y/o a percibir, reticencia a abonar impuestos, en fin, toda una lista de motivos que deben interpelar a funcionarios y a las instituciones a trabajar, generando conocimiento fehaciente que permita a los emprendedores tomar decisiones que sirvan al pleno desarrollo de sus proyectos, pero que a la vez, esa misma información los ayude a pensar modelos de negocios capaces de hacer frente a las costes que conlleva emprender.

En resumen, los datos obtenidos (falta de formalización, ver gráfico nº 10), nos marca o delimita una clara misión a trabajar: la educación financiera y tributario es necesaria para empoderamiento de nuestros emprendedores sociales, pero no sólo en términos económicos, sino además como una forma de llegar a tener acceso a beneficios sociales y previsionales tan importantes para mejorar su calidad de vida.

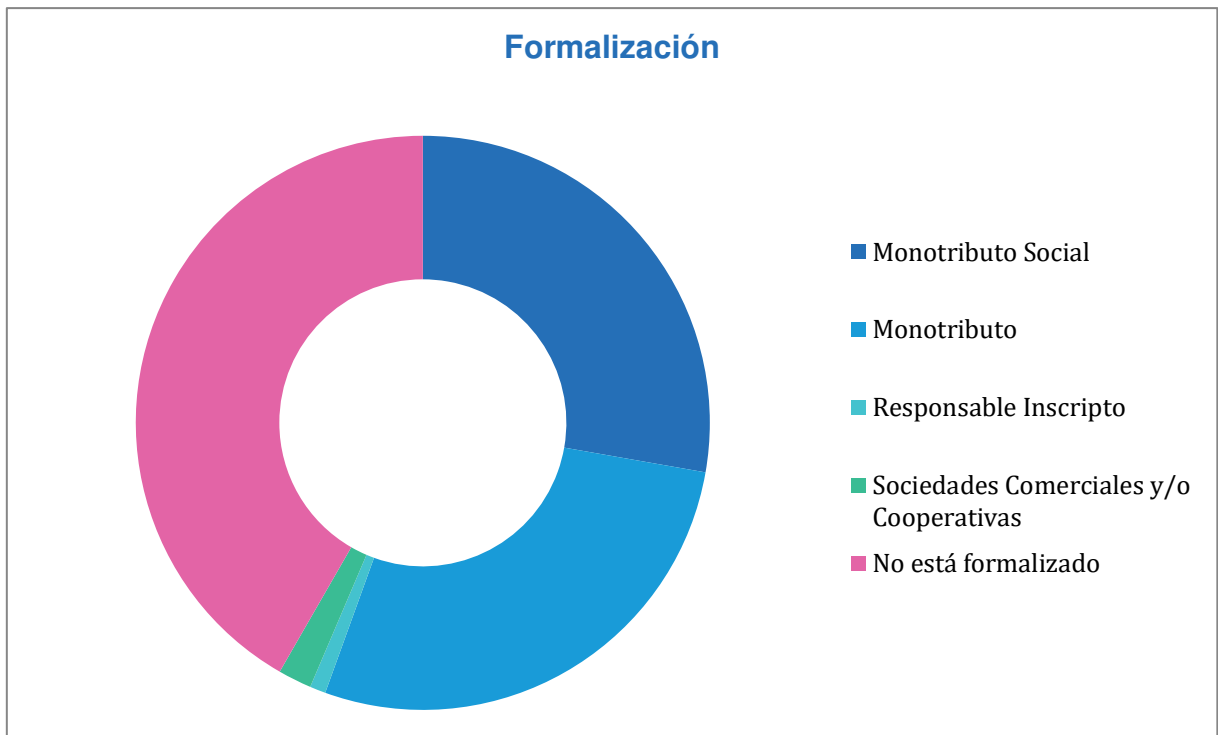


Figura 14 *Emprendimientos sociales y su formalización.*

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Emprendedores sociales y sus vínculos con las organizaciones de la ESyS.

Los lazos y la creación de sentido de pertenencia entre emprendedores sociales e instituciones, deben ser los motores que empujen e incentiven un trabajo mancomunado, bien direccionado y eficiente.

Morales Gutiérrez (Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales, 2009), explica que uno de los principales rasgos principales rasgos que derivan del carácter “social” de la innovación social, es la plena orientación a la resolución de problema sociales, considerando que las necesidades humanas son la fuente de la cual surge esta innovación, la cual ejerce fuerza en tres dimensiones

bien diferenciadas: el mercado, sociedad civil y las estructuras que regulan las relaciones entre los agentes implicados.

Lo antes expresado, nos lleva a interpelarnos sobre la existencia o no de estas estructuras que sostienen y forjan las relaciones entre los agentes, cuán sólidas son y qué capacidad de adaptación a los cambios y nuevas circunstancias de la realidad de los emprendedores sociales tienen.

Si observamos lo que pasa en Santa Fe, podemos ver que no existe, por el momento una mesa de dialogo, tampoco un espacio de encuentro (desde el cierre del CEES) en donde se puedan programar actividades, se logren traducir compromisos reales que enriquezcan esas estructuras, en donde lo político se vuelque al servicio de la economía social y las organizaciones de la sociedad civil, de manera de lograr que éstas se vuelvan permeables y porosas para receptar y recibir más y mejor cooperación de quienes forman parte de su estructura, pero del resto de la sociedad también, sin caer en desconfianza o miedo de perder el lugar del territorio.

¿Cómo pueden las instituciones dar respuesta a los problemas y principales demandas de los emprendedores? ¿Cómo diseñar políticas públicas/programa/acciones que tengan impacto positivo en el ecosistema de la ESyS si los vínculos no son cercanos y de confianza? ¿Cuáles son las formas más eficaces de intervenir en el territorio?, preguntas que apuntalan gran parte de la investigación de este trabajo, interrogantes que nos mueven a poner la lupa sobre el contexto de la ESyS no sólo para poner en agenda de las instituciones involucradas cuáles son las prioridades con la que hay que trabajar, sino que para poner en marcha la creatividad y el diseño al servicio de esta gran comunidad para generar soluciones efectivas.

Indagar e investigar cómo o de qué manera se relacionan o se han relacionado nuestras instituciones y organismos con los emprendedores y cómo podemos mejorarlas.

Afortunadamente, en Santa Fe, pese a la no existencia de estructuras formales que nucleen a todos los actores del ecosistema de la ESyS, hay conexión y vínculos entre emprendedores y organizaciones que trabajan en el ámbito de la ESyS. La realidad nos demuestra que aproximadamente un 80% de emprendedores ha experimentado algún tipo de relación/vínculo con el Municipio, la Universidad Nacional del Litoral y/o con Asociaciones Civiles de emprendedores o artesano de la ciudad, lo cual refuerza y enfatiza acerca de la presencia activa de estas instituciones en la localidad, remarcando su importancia y necesidad de injerencia en temas de emprendimientos sociales.

En la Figura nº 15, se muestra la cantidad de emprendedores encuestados, que se han relacionado al menos una vez con las organizaciones, en busca de ayuda, asesoramiento, participar de algún proyecto, feria, actividad, etc. Claro está, que el grado de participación y de cooperación entre emprendedores e instituciones es altamente positiva, ya que más de la mitad de los emprendedores, tiene o tuvo participación en la vida de estas organizaciones.

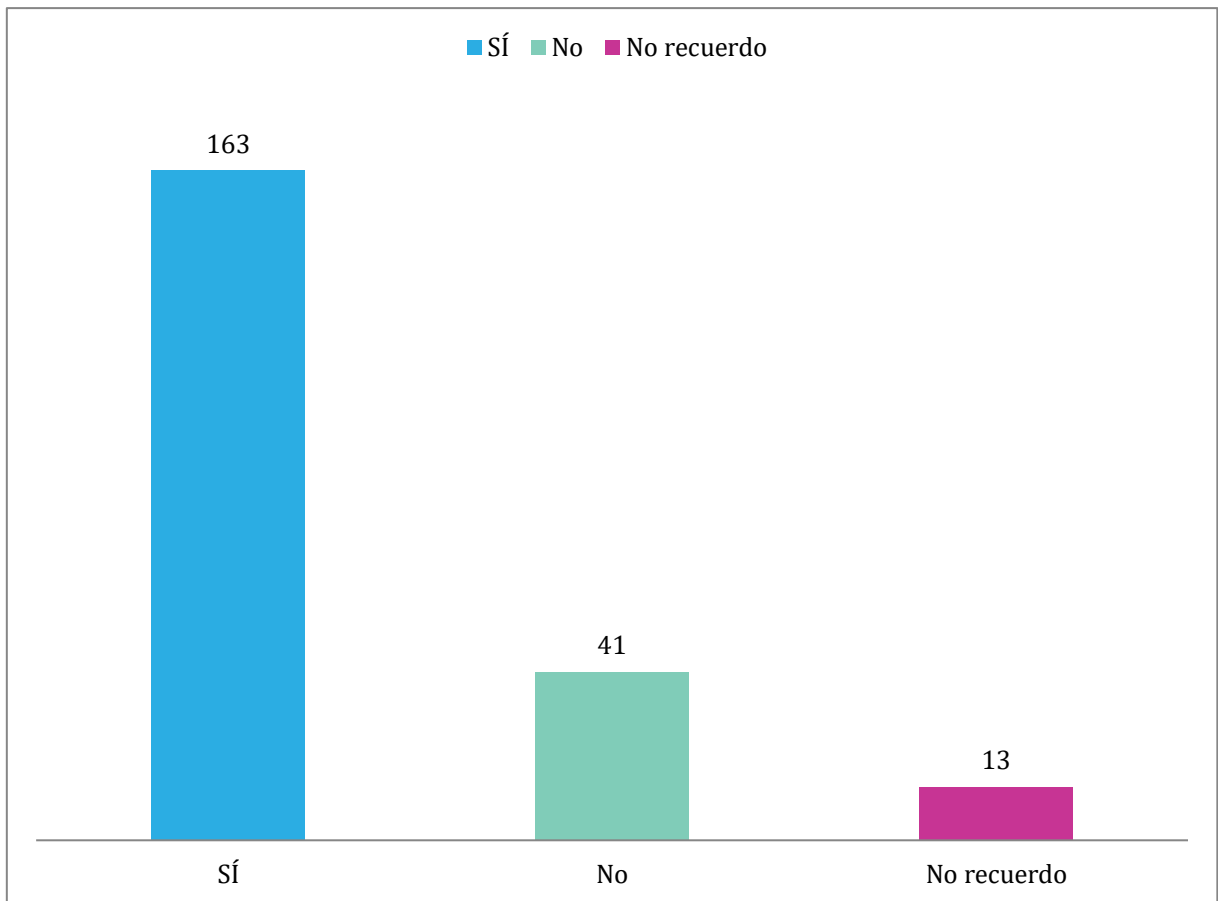


Figura 15 7 Emprendedores y su vinculación con organizaciones de la ESyS.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

De los emprendedores que respondieron afirmativamente, las principales instituciones elegidas, dentro del ejido de la ciudad fueron:

INSTITUCIONES

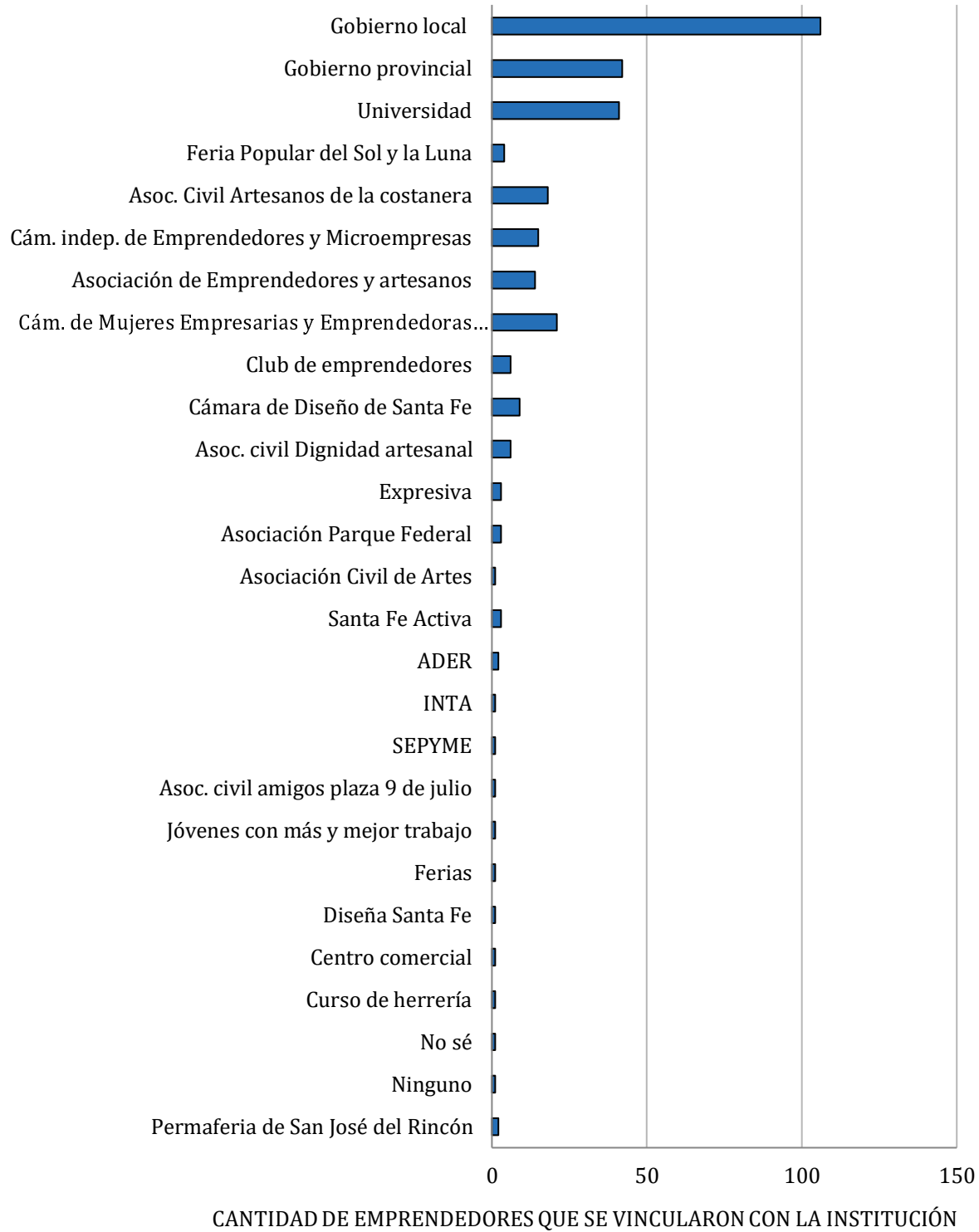


Figura 86 Instituciones y organizaciones.

Por otra parte, entre las respuestas de quienes manifestaron no haber tenido contacto con ninguna de las organizaciones, la principal causa (casi el 75% de los emprendedores que respondieron negativamente), fue el desconocimiento (*grafico n° 12*), al cual lo podemos dividir en dos interpretaciones posibles: el desconocimiento per se de la existencia de la institución en la ciudad y/o el desconocimiento del trabajo de dichas instituciones con emprendedores en la ciudad. Este hallazgo, representa y exterioriza una clara falencia de las instituciones a la hora de difundir, visibilizar y comunicar su trabajo para llegar a los emprendedores ¿qué aspectos del marketing institucional aún no están bien ejecutados? ¿Cómo comunicar y generar impacto en los emprendedores? ¿Cuáles son las causas/motivos de dicho desconocimiento? Las instituciones deben tomar cartas en el asunto, poner en marcha nuevas maneras de crear sus vínculos con los emprendedores, de manera tal que se puedan conocer sus áreas de trabajo, prestaciones y demás información de suma importancia para el emprendedor local.



Figura 17 Resultados obtenidos ante la respuesta de la no vinculación de los emprendedores de la ESyS.

Fuente: Google Form "Encuesta Emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe" de elaboración propia.

Ahora bien, no todas las instituciones que ejercen influencia en el ámbito de la ESyS, tienen el mismo grado de importancia para los emprendedores, en el siguiente esquema se puede observar las elecciones realizadas, indicando la importancia con un puntaje del 1 al 5 (siendo el 5 el mayor puntaje):

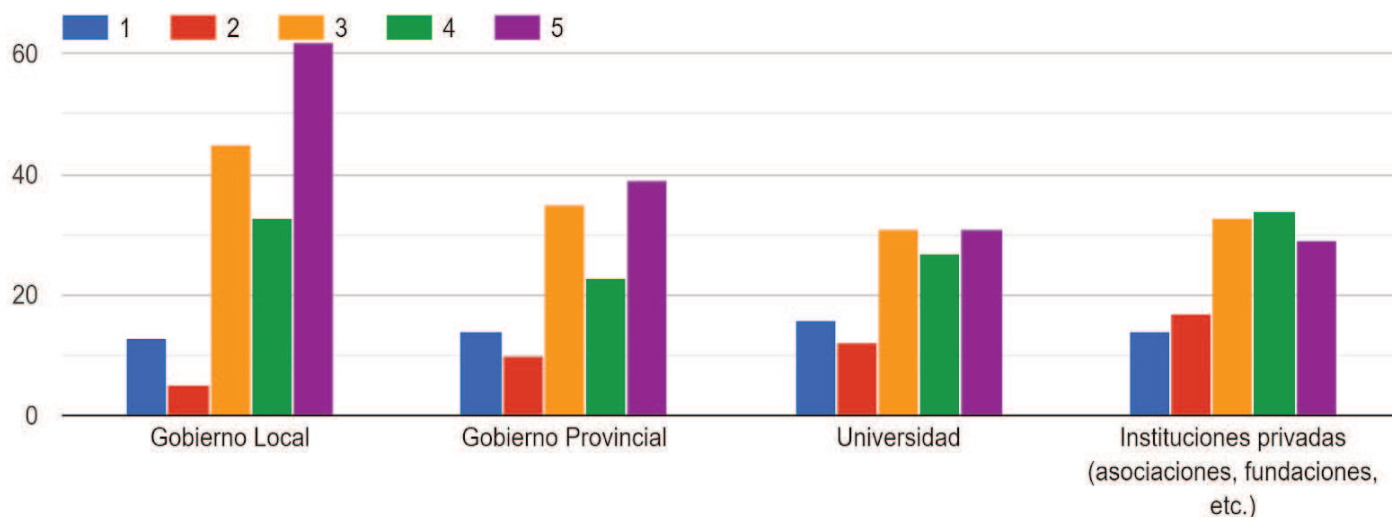


Figura 18 9 Influencia de las instituciones con los emprendedores de la ESyS.

Fuente: Google Form "Encuesta Emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe" de elaboración propia.

Evaluación de la experiencia de los emprendedores sociales en su interacción con las instituciones de la ESyS de Santa Fe.

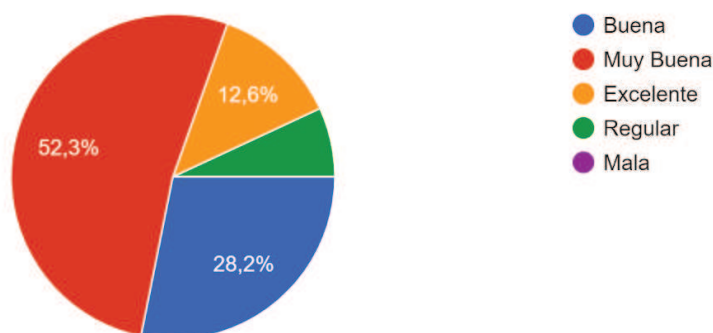


Figura 10 Definición del vínculo entre emprendedores sociales y las instituciones.

Fuente: Google Form "Encuesta Emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe" de elaboración propia.

Principales prestaciones ofrecidas por las instituciones de la ESyS a los emprendedores (Gráfico nº 13).

Cada organización proyecta y despliega en el territorio diversas estrategias y programas para alentar y apoyar a los emprendedores; con ese afán organizan, diseñan y ponen a disposición de este público objetivo, diferentes prestaciones, cada una de las cuales está pensada para que los emprendedores sociales experimenten crecimiento y expansión con sus proyectos en la ciudad, abrir nuevas y mejores oportunidades, pero además para subsanar aspectos que requieren, por su naturaleza, de prestaciones o servicios en los que interviene el Estado en alguna de sus formas, como es el caso de la Municipalidad y el gobierno de la provincia de Santa Fe.

Entre la cartilla de prestaciones que se ofrecen a los emprendedores, encontramos algunas diferencias, principalmente si clasificamos a las organizaciones en públicas y privadas. Las primeras, entre las que se encuentra la Universidad Nacional del Litoral, el gobierno local y provincial, se orientan a: regular la actividad emprendedora y comercial en la ciudad dictando la normativa necesaria para que los emprendedores puedan formalizar diversos aspectos de los emprendimientos (habilitación de nuevos espacios para la comercialización, regular la venta ambulante, cuestiones de salubridad e higiene, registros e inscripciones, etc.), crear y generar fuentes de financiamiento (microcréditos y bancos solidarios), planificar su otorgamiento y ulterior rendición, pero además se enfocan en la formación y capacitación continua de los emprendedores en temáticas esenciales del mundo de la gestión comercial y empresarial de proyectos sociales; en este último punto se suma especialmente la Universidad, que a sus actividades propias

de investigación en esta área del saber, realiza talleres, seminarios, congresos y charlas para emprendedores específicos de la economía social y solidaria, centrándose en sus valores y resaltando las bondades de este sector económico para la economía local y regional.

Por su parte, en las asociaciones de emprendedores y artesanos, como organizaciones privadas, en relación a las prestaciones que desarrollan para los emprendedores que forman parte en calidad de asociados, la mayoría hace foco en la creación o la apertura de espacios comercialización en la ciudad, dando apoyo con la infraestructura necesaria para poder desplegar un lugar de venta en lugares públicos.

Además estas entidades, si bien la mayoría de las veces cobran un canon o el derecho a participar en un fría otras veces subsidian puestos o stand para democratizar la participación de estos emprendedores en ferias locales, profundizar vínculos entre los asociados, ser de portavoz de los emprendedores ante las autoridades y funcionarios públicos para petitionar o negociar determinadas cuestiones que hacen al desarrollo emprendedor en la ciudad y también, entregando microcréditos o algún financiamiento tipo capital semilla a emprendedores recientes, como es el caso de la Asociación Civil Generar.

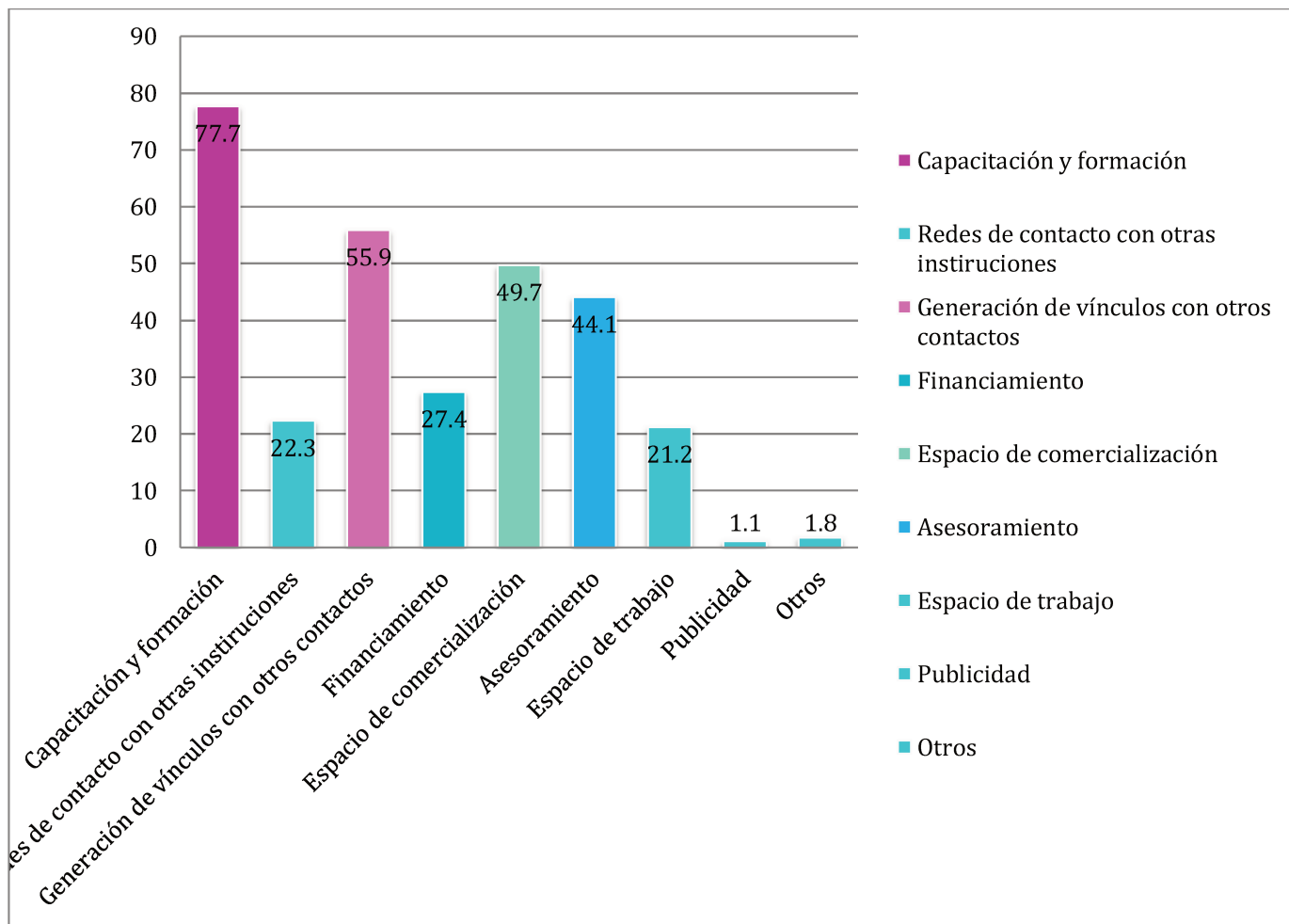


Figura 11 Principales prestaciones de las instituciones a los emprendedores sociales.

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

Principales demandas de los Emprendedores Sociales de Santa Fe.

Existen numerosos estudios y trabajos realizados por distintas instituciones, organismos (públicos y privados) y centros de investigación, incluidas incubadoras de empresas, que listan y focalizan en algunas de las principales necesidades y carencias de diversa índole, que tienen los emprendimientos sociales y/o proyectos que se encuentran incubados. Tales necesidades, a grandes rasgos, se las puede agrupar en tres grandes grupos:

1. Aspectos personales del emprendedor o equipo emprendedor:

- Falta de conocimientos y experiencia en gestión empresarial.
- Falta de competencias y aptitudes emprendedoras.
- Bajas/nulas habilidades técnicas y/o comerciales.
- Falta de capital social (contactos y redes que puedan convertirse en aliados estratégicos para el emprendimiento).
- Faltan de precisión en el tiempo de planificación necesario para dar comienzo, fortalecer y hacer crecer un negocio.
- Dificultad para encontrar un equilibrio entre las actividades propias del emprendimiento con las personales y/o familiares.

2. Los recursos:

- Dificultad para acceder a tecnologías que podrían acelerar los procesos productivos o mejorar la calidad de los productos.

- Falta de capital emprendedor para financiar las primeras etapas del emprendimiento o dar el salto de escala.
- Habilitaciones, impuestos y regulaciones de difícil cumplimiento para los primeros estadios del emprendimiento.
- Problemas con la infraestructura o el espacio destinado a realizar la producción y/o las actividades propias del emprendimiento.

3. Oportunidad de negocios/percepción del mercado:

- Falta de información de mercado.
- Poco análisis de los clientes actuales y potenciales para canalizar la propuesta de valor.
- Falta de conocimiento acerca de las estrategias de ventas, fundamentalmente las que se realizan a través del uso de las Tics.
- Problemas para acceder a nuevos canales de venta y promoción de los productos o servicios.
- Problemas con la logística y distribución.

Ya el trabajo de la Universidad de Luján, presentado para las XI Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria del año 2011 señaló:

¿Qué dificultad tienen para emprender? Las generalizaciones nunca sirven, cada persona es diferente, pero la dificultad que observamos en la mayoría, no es que carezcan que dichas habilidades, la mayoría no las reconoce, el otro factor que más se repite, es la gran cantidad de esfuerzo que realizan para obtener resultados, dado que no cuentan con el capital necesario para obtener un rentabilidad que les permita mejorar sus

condiciones de vida. Esto justamente ha definido sus características, la falta de capital exige trabajar de lunes a lunes (día que no se trabaja no hay ingreso, luego tampoco posibilidades de sustento), es muy característico de estos emprendedores la autoexploración, no hay jornadas de 8 horas, ni días no laborales, menos vacaciones. El trabajo constante es el que permite un ingreso medio que les suministra la posibilidad de subsistencia, pero no hay capacidad de ahorro o inversión. (Sarka & Peralta, 2011, pág. 17)

Ahora bien, poder construir un esquema real que nos permita contar con un panorama real acerca de cuáles son los desafíos actuales por los cuales los emprendedores de la ESyS deben enfrentarse en Santa Fe, nos lleva a poner en práctica un verdadero proceso crítico que nos permita arribar a un diagnóstico concreto para poder abordar y conocer cuáles son esas demandas. Por otro lado, se hace necesario además, poder identificar cuáles son las prestaciones o servicios que se brindan desde las diferentes instituciones u organizaciones. Todo ello se vuelve indispensable para encontrar soluciones y/o alternativas que ayuden a mejorar sus unidades productivas, pero a la vez que favorezcan a un sector de la economía local que requiere de acciones puntuales para poder afianzarse como grupo, comunidad, potenciar su identidad, respetando sus intereses y particularidades.

En respuesta a la proposición que antecede, es que para el presente trabajo se relevaron mediante encuesta, las principales demandas y problemas por los que los emprendedores de la ciudad de Santa Fe atraviesan; obstáculos que muchas veces pueden tener una respuesta positiva, tratamiento y/o salida desde las organizaciones que trabajan con o para ellos, pero que, al no contar con datos o

información precisas, muchas veces no tienen el impacto buscado o no están bien dirigidas.

A continuación en el *gráfico 14*, se puede observar en porcentajes, las demandas y problemas de los emprendedores de la ESyS recolectados, los cuales, entre los principales, encontramos desde déficits para acceder a líneas de financiamiento hasta la ausencia o falta de apoyo en la comercialización de sus productos.

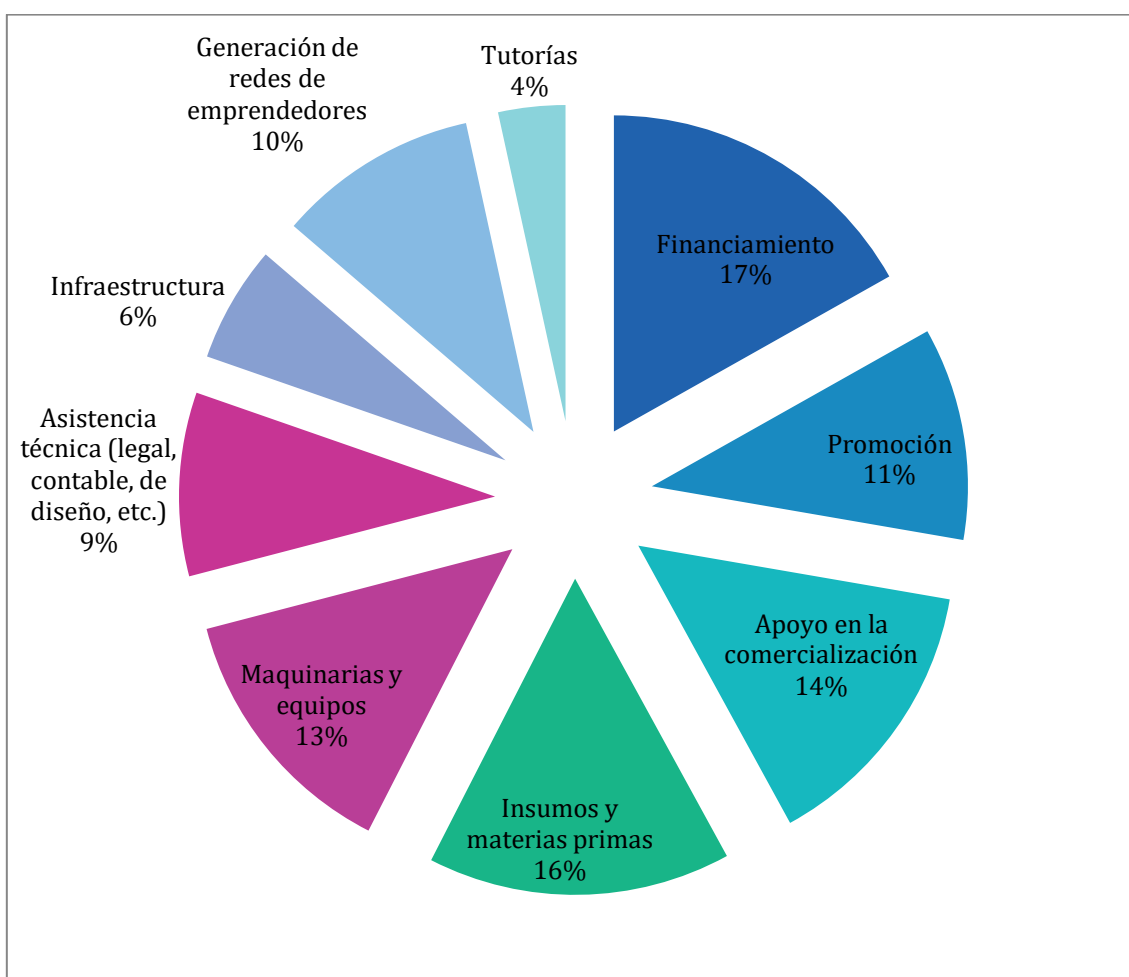


Figura 21 Principales demandas de Emprendedores Sociales de Santa Fe

Fuente: elaboración propia, en base a encuestas realizadas.

En grado de relevancia se posiciona el financiamiento como **primera necesidad a cubrir**. El acceso al financiamiento (fondos semillas, microcréditos, bancos solidarios, etc.) pareciese ser la principal demanda de los emprendedores sociales. Las posibilidades de acceso al financiamiento se dificultan considerablemente si tenemos en cuenta que la gran mayoría de estos emprendedores no han podido aún formalizar sus emprendimientos, ello podría considerarse una de las causas que trae aparejado esta demanda. Asimismo, en este tema en particular es fundamental hacer hincapié en cómo y/o de qué forma las instituciones difunden la información entre la comunidad de emprendedores, ya que muchas veces las posibilidades de acceder a un microcrédito por ejemplo (que ya son escasas), no se comunica por los canales más eficiente o no se informan de la mejor manera (mala información) a fin de que llegue, dicha oportunidad, a nuevos emprendedores que aún no participan en dicha organización.

Teniendo en consideración que el financiamiento es parte del ecosistema emprendedor, activar nuevas fuentes de financiamiento, focalizadas y dirigidas estratégicamente a potenciar sectores y/o ámbitos la región o localidad que se quieran poner en valor, generando redes entre los diferentes integrantes de una determina actividad económica, coadyuva a la reactivación de los emprendimientos de la ESyS, pero a la vez, fomenta el crecimiento de sectores claves para la ciudad.

En segundo lugar se encuentra el problema que tienen los emprendedores a la hora de poder adquirir los insumos y materias primas necesarias para la producción. Los bienes consumibles que se destinan a transformarse en el producto final son indispensables para que el emprendedor pueda poner en ejecución el proceso productivo, tener stock y planificar las ventas.

La falta de provisión de insumos y materias primas se puede comprender si analizamos que dicho problema, muchas veces éste, viene como consecuencia de la mala gestión financiera de los recursos adquiridos de las ventas, esto es, los ingresos obtenidos, no alcanzan para la reinversión o no son retirados los costos variables de manera que se pueda volver a repetir el proceso de inversión-producción-venta.

El apoyo en la comercialización, también aparece en el ranking de las demandas más requeridas de los emprendedores de la ESyS, lo cual efectivamente traduce, la importancia que se le otorga a creación y generación de espacio de comercialización, ya que sin lugar a duda, la posibilidad de llevar sus productos a eventos y ferias locales representa una verdadera oportunidad para maximizar las ventas y conocer nuevos clientes. Por otra parte, es común que muchos emprendimientos cuenten con productos/servicios que técnicamente son correctos en cuanto a la calidad de sus componentes y materias primas, diseño, packaging, etc. pero que sin embargo no llegan al mercado por dificultades a la hora de comercializarlos.

La comercialización comprende un sinnúmero de actividades y funciones a desarrollar por el emprendedor o el equipo emprendedor, las cuales representan mucho más la venta en sí, esto es, abarca otras actividades claves son las cuales la misma estaría incompleta o inconclusa. Entre las tareas más fundamentales que operan en la comercialización encontramos: el estudio del perfil del cliente (qué necesidades y problemas tienen, cómo buscan satisfacer esas necesidades o problemas con lo que el mercado les ofrece, etc.), la consolidación de las relaciones comerciales con nuestros proveedores, análisis de la competencia,

cálculo de los costos del proceso productivo, actividades de promoción, precio de venta de los productos, entre otros.

Queda de manifiesto que la comercialización es esencial para tener un proyecto operativo y que la misma es transversal a todas las actividades de gestión de un emprendimiento; claro está que los emprendedores solicitan sustento en cuanto a formación de sus precios, generación de nuevos espacios de ventas, mecanismos de ágiles para realizar estudios de mercado y todas aquellas acciones que vienen a cooperar a la realización de una comercialización.

En un orden decreciente de las demandas encontramos a las maquinarias y equipos; bienes de capital y tecnología que asegura por un lado el cumplimiento o satisfacción de la demanda (capacidad productiva) y por otro lado, asegurar el cumplimiento técnico de las características de mí producto y su posterior reproducción. Por otro lado, en relación a esta demanda puntual, se destaca que en nuestro país la adquisición financiada de máquinas o herramientas de trabajo es sumamente onerosa para el emprendedor, pocas veces se encuentran créditos accesibles para la compra o modernización de los talleres, tornándose de esta manera, un problema real para el sector emprendedor.

Seguidamente, vemos que la promoción y comunicación de los productos también es de las temáticas destacadas por los emprendedores encuestados; la puesta en práctica de medidas que favorezcan la comunicación para llegar a nuevos clientes, como así también los medios seleccionados para llevarla adelante, crea muchas veces un mundo desconocido, pero a la vez, tan imprescindible, que los emprendedores sí o sí deben conocer y explorar.

Cómo y qué comunicar (mensaje), a quién voy a comunicar, cómo segmentar, utilizando qué soportes, con cuáles medios (gráfico, radial, audiovisual,

boca a boca, virtual, etc.), cómo crear y generar contenido de valor para el cliente, etc., son algunos de los temas a tratar para llevar adelante una tarea que mueve y visibiliza a los emprendimientos, generando, muchas veces, la posibilidad de abrir nuevos mercados.

Las redes emprendedoras, el capital humano, también fueron señaladas por los emprendedores, lo cual es difícil de comprender si pensamos que la localidad de Santa Fe, las distancias, los espacios e instituciones no son tan distantes, pese a ello, pareciese que existe un abismo para conectar, unir y sentir comunidad. Cada organización nuclea a sus emprendedores, sin buscar o al menos sin promover fehacientemente que los emprendedores compartan sus experiencias, intercambien saberes, generen ideas, traccionen procesos de co-creación o busquen mancomunadamente soluciones a problemas comunes entre ellos, tales como: asociatividad para comprar al por mayor, negociación con diferentes ámbitos estatales para conseguir respuestas a muchas de sus demandas, buscar nuevos espacios para comercializar sus productos, vidrieras de marketing gratuito, etcétera.

Finalmente, en un porcentaje menor surgieron demandas puntuales en: infraestructura, asistencia técnica (legal, comercial, contable, etc.) y tutorías, las cuales abarcan un abanico de puntos a traducir. Por un lado la infraestructura se hace indispensable fundamentalmente en emprendimientos gastronómicos o relacionados a la producción de alimentos, ya que la misma, debe contar con las habilitaciones municipales/provinciales correspondientes y ello es muchas veces difícil de alcanzar en términos de la inversión necesaria para cumplir con la normativa actual, más allá del beneficio del REPLO, para algunos sectores. En cuanto a la asistencia técnica y las tutorías, son faltas innegables de los

organismos e instituciones que trabajan con emprendedores de la ESyS, ya que el deber de poder poner a disposición profesionales formados en el rubro es una obligación casi intrínseca de ellos.

Pensamos en las diferentes problemáticas y aparecen, vacíos, áreas de vacancia o grandes oportunidades de trabajo, dependiendo cómo lo queremos analizar, pero sea cual sea la postura a tomar, nada niega que hay mucho por hacer, mucho por descubrir, investigar y hacer realidad.

CAPÍTULO V.

INCUBADORA SOCIAL.

INTRODUCCIÓN. LAS INCUBADORAS Y EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR LOCAL.

Un ecosistema emprendedor robusto y bien integrado determina, la mayoría de las veces, que el crecimiento y el desarrollo de empresas y emprendimientos en un determinado territorio sea posible. Los actores y las instituciones que lo componen e integran (más allá de sus aspiraciones individuales) deben compartir, como especie de común denominador, una visión y objetivos que les permitan actuar e intervenir de la mejor manera posible para traccionar e impulsar el desarrollo emprendedor en todas sus dimensiones y facetas.

Las incubadoras de empresas forman parte del ecosistema y su impacto positivo en los ecosistemas locales de innovación, hoy es innegable, pero ello varía y/o se encuentra condicionado según el tipo de incubadora que estemos tratando y el público objetivo al cual se destina.

Es posible ver que, según el tipo de incubadora y de emprendedores que atiendan, serán diferentes y diversos los beneficios para el ecosistema y el entramado local. Algunas proveen de emprendedores mejor formados, con mayores habilidades; otras, emprendimientos con más y mejores empleados; algunas, por el contrario, inciden favorablemente en el desarrollo productivo local, ya que insertan en el mercado unidades productivas y servicios que completan o complejizan cadenas de valor. Están también las que buscan retener talentos (o atraerlos) que de otra manera emigrarían o

no lograrían desarrollarse para que aprovechen mejor las investigaciones y recursos de las universidades y organismos de I+D. Por último, están las que logran generar y movilizar inversiones bajo diversas formas: capital semilla, inversiones ángeles, capital de riesgo, etc. (Cassin, 2018).

Santa Fe posee un gran ecosistema emprendedor, el cual, entre otras características, cuenta con importantes incubadoras de empresas que funcionan exitosamente en su ámbito de influencia, pero ninguna orientada al crecimiento y despliegue de este tipo de emprendimientos. Es por ello, que se propone como dispositivo la puesta en marcha de incubadora ad hoc para emprendimientos de la economía social y solidaria, con el objetivo de poder poner en práctica, un modelo de incubación específico para este sector de emprendedores, la cual pueda acoplarse al actual Programa Municipal de Microcréditos existente en la ciudad.

Para desarrollar la propuesta antes mencionada, es importante que podamos comenzar aunando criterios acerca de qué es una incubadora de empresas, en tanto instrumento de promoción para la generación de innovaciones (en su sentido más amplio), como así también por qué son tan importantes para fortalecer la generación de nuevos emprendedores y robustecer los proyectos de los emprendimiento ya existentes.

Según Isenberg:

Las incubadoras son “organizaciones que pueden ser gubernamentales como de carácter privado que incentivan la creación y crecimiento de nuevas empresas mediante procesos de capacitación y asesoría empresarial y aportan los elementos básicos para la creación, gestión y desarrollo de nuevas empresas. Tienen el objetivo de contribuir al desarrollo empresarial

del Estado dado que reduce los riesgos de cierres de negocios”. (Isenberg, 2010).

Las incubadoras, como dispositivos de los procesos de innovación abierta, pueden fortalecer y enriquecer a través de un modelo adaptado al tipo de emprendimientos con el que se pretende trabajar, siempre, poniendo mayor énfasis en el grado de desarrollo o estadía en el que éstos se encuentran para optimizar y escalar. Intercalando, formación, capacitación, infraestructura, recursos disponibles y tutorías específicas que vayan evaluando alternativas de superación y despliegue para cara emprendimiento objeto de la misma.

Existen muchas características y diferencias entre las incubadoras, de acuerdo si analizamos y ponemos en consideración diferentes parámetros tales como: el público objetivo al cual se dirigen, servicios que ofrece, procesos de pre-incubación y de incubación propiamente dichos, el tipo de empresas con las que trabajan, las instituciones que las promueven (ONGs, gobiernos locales, municipales, provinciales, sector privado, etc.), cómo es su administración, funcionalidades, su formalización legal (fundaciones, empresas privadas, cooperativas, asociaciones, etc.) como así también en función de los objetivos económicos, sociales y/o culturales que persigue.

En sintonía con el párrafo anterior, es menester afirmar que las incubadoras sociales o de emprendimientos de la economía social y solidaria, en tanto tipo especial de incubadora, también pueden adoptar diferentes formas, brindar diversas prestaciones, estar impulsadas desde el estado o por el sector privado, estar abocadas al desarrollo y generación de emprendimientos productivos o de servicios; en fin, pueden tener diversas particularidades en su organización,

estructura, servicios, según la función de su temática o sector al que se dirigen (multisectoriales, tradicionales, tecnológicos, mixtos, culturales, sociales, agrícolas, sectoriales, de servicios, de microempresas, virtuales, industriales, de exportación, universitarias, etc.), por la forma de gobierno adoptada, el ánimo de lucro de la misma y su estrategia de sostenibilidad económica; pero lo fundamental es el objetivo madre que motiva y alimenta su labor: captar, desarrollar y agregar valor a emprendimientos de la ESyS.

Frente al desafío que conlleva trabajar en la implementación de una incubadora de emprendimientos de carácter social, la realidad que presentan los mismos y su estrecho vínculo con la ESyS, hace necesario, que la misma se construya en base a los lineamientos propios que los emprendimientos de esta naturaleza conllevan.

Este tipo de emprendimientos que se rigen por valores de carácter colectivo y social como la autogestión, la democracia, el trabajo en red, la cooperación, la gobernanza colectiva o la innovación social y que busca relaciones de producción, distribución, consumo y financiación alternativas, requieren de estructuras de acompañamiento y apoyo específicas que se adapten a las necesidades de los/as emprendedores/as. Esta realidad hace necesarias incubadoras concretas de Economía Social y Solidaria que ajusten sus programas de formación, acompañamiento, etc. a las realidades de los proyectos e iniciativas de carácter social y solidario. (Etxarri, 2015)

Tal es así que la posibilidad de llevar adelante un proyecto de implementación de una incubadora para emprendimientos sociales en la ciudad de Santa Fe vendría a no sólo potenciar y enriquecer el ecosistema emprendedor

local de la localidad, sino que además, constituiría una alternativa de ejecución de un dispositivo para la contención, formación y desarrollo de cientos de emprendimientos de la economía social que requieren, por sus demandas y necesidades particulares, espacios y políticas públicas que impulsen este tipo de iniciativas, como las incubadoras de empresas, para que estos emprendimientos no perezcan y puedan dar el salto de calidad que tanto necesitan.

Por otra parte, si se indaga acerca de los beneficios que una incubadora puede traer para los emprendedores, como destinatarios y usuarios de las mismas, se puede afirmar que son múltiples y variados, entre los cuales se destacan: la formación técnica, generación de redes emprendedoras, contar con un espacio de trabajo y co-creación junto a otros pares, tutorías especializadas en diferentes áreas, promoción y mejora de la imagen de sus proyectos, infraestructura, facilidades para conseguir financiamiento y participar de instancias de premiación y reconocimiento, generación de eventos, entre otros tantos beneficios que impactan positivamente en la vida de un emprendimiento que aspira a su desarrollo y crecimiento. De allí que las incubadoras deben trabajar en diseñar procesos de incubación adaptados a los tipos de emprendimientos a incubar, pero también esforzarse en comunicar fehacientemente qué y cuáles son los servicios que se pueden encontrar allí, cómo usufructuarlos, a los fines de evitar conflictos futuros con los emprendedores.

INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES COMO OPORTUNIDAD DE INCLUSIÓN Y DESARROLLO.

Como se mencionó anteriormente, Santa Fe carece en la actualidad, de un espacio abierto y plural de referencia que represente a los intereses de los emprendedores de la ESyS, como así tampoco, de una incubadora susceptible de empoderar emprendimientos de naturaleza social. Lo cual, podemos pensar que marca una enorme deuda con este núcleo de actores (cada vez mayor), desde por lo menos, el cierre del Centro de Emprendedores de la Economía Social y Solidaria en el año 2018.

Pensar en la existencia de una incubadora de emprendimientos de la economía social, co-gestionada por las principales instituciones que trabajan con estos emprendedores, representa una verdadera innovación social en términos de diversificación, transdisciplinariedad y transformación en el y para el territorio santafesino local como regional.

La potencial posibilidad de abrir a la comunidad un dispositivo de esta naturaleza, con la intervención del sector científico, estatal y las organizaciones de la sociedad civil, en el cual se pueda combinar: espacios de trabajo (aptos para desarrollar proyectos productivos que se dificultan habilitar y/o ejecutar en condiciones loables en hogares de los emprendedores; tales como: cosmética natural, conservas, cerveza artesanal, diseño, carpintería, herrería, etc.), tutorías, formación, financiamiento, ferias y eventos colaborativos, entre otros; pero además un plan de gestión con procesos claros y definidos, en el cual se logren a su vez representar saberes y valores propios de la economía social y solidaria, se

convertiría en una valiosa herramienta cambio y operatividad, no solo para esta última, sino para todo el ecosistema emprendedor.

De allí la imperiosa necesidad de contar ex ante con un horizonte definido, que permita la construcción y consolidación de la incubadora en la región, lo cual comprende el análisis de la caracterización de los emprendedores sociales en la ciudad (que es lo que se muestra en este trabajo), pero además, un plan estratégico capaz de representar la determinación y voluntad de sus fundadores (materializadas en convenios de colaboración, actas compromiso y/o cualquier otro instrumento que formalice los vínculos), proyección de objetivos (corto, mediano y largo plazo), acciones futuras y todos los elementos propios de un planeamiento, de manera tal que el mismo pueda reflejar la misión a llevar a cabo y la forma en la que se intervendrá con los emprendedores.

Una incubadora social se convertirá entonces en un nuevo horizonte para el sector de ESyS, un espacio de encuentro e intercambios en donde se pueda llevar adelante:

- Selección de proyectos (en etapa de ideación y desarrollo) a incubar.
- Asesoramiento integral a emprendedores en temas de marketing, contables, legales y financieros; como así también de las normativas específicas que regulan cada actividad.
- Actividades de mentoreo y seguimiento de proyectos incubados.
- Generación de un Banco Solidario capaz de otorgar financiamientos.
- Formación y capacitación.
- Puesta a punto de espacios de trabajo.
- Promoción de espacios de comercialización.

Conclusiones.

En la vida cotidiana, cada ser humano ha sido invadido desde distintas maneras para responder a la economía; y es más, cada población o región todavía busca un desarrollo económico, donde la materialidad y la interacción social se permeabilizan peligrosamente. José Luis Coraggio

El pensamiento crítico y reflexivo, basado en datos, experiencias y saberes, nos demuestra que solo la transformación verdadera es posible aunando los esfuerzos de quienes focalizan su lucha en la realización de toda persona como ser humano, sin perder de vista el beneficio del colectivo.

El verdadero impacto social, económico y ambiental requiere necesariamente de una complementariedad de voces capaces de traducir y proyectar ideas, sueños y deseos.

Se ha demostrado que en la ciudad de Santa Fe, el público emprendedor con tinte social es inminente, que su expansión en el territorio es indubitable y que la necesidad de contar con herramientas y mecanismos reales de acompañamiento es la base para construir emprendimientos sólidos y consolidados que puedan expandirse y dinamizar la ESyS.

De allí radica la especial importancia de que las instituciones puedan contar con una mesa de diálogo de la cual se desprendan proyectos y objetivos comunes que puedan ser dirigidos a los emprendedores de toda la ciudad.

Las demandas y problemas del sector respecto de sus emprendimientos productivos son varias y de diversa naturaleza: económicas, normativas, de gestión, edilicias; pero que pese esa heterogeneidad, las mismas pueden ser

abordadas unificando y resaltando las capacidades y las prestaciones actuales con las que cuentan hoy en día las instituciones de la economía social en Santa Fe, siendo de este modo, completamente factible trabajar en la implementación y puesta en valor de una incubadora de emprendimientos sociales en la región, en donde además de gestar y desarrollar emprendimientos económicamente sustentables, se pueda fomentar un espacio de referencia, educar desde los valores propios de la ESyS, resaltando la verdadera importancia de estos emprendedores para la ciudad, a la vez, que se verán favorecidos por la injerencia del sector académico, civil y gubernamental cada estadio y etapa de los proyectos con los que se trabaje.

Anexos.

Anexo I.

19/7/2021

Inscripción REPLo

Inscripción REPLo

Registro de Emprendedores Productores Locales de la Ciudad de Santa Fe (Ordenanza N° 11641)

***Obligatorio**

1. Nombre y Apellido *

2. DNI *

3. Fecha de Nacimiento *

Ejemplo: 7 de enero del 2019

Domicilio

4. Calle *

5. Número *

6. Piso

7. Departamento

8. Barrio *

9. Ciudad *

10. Provincia *

11. Teléfono *

12. Celular *

13. Email *

14. Facebook

15. Twitter

16. Instagram

17. Nivel Educativo *

Marca solo un óvalo.

- Primario
- Secundario
- Terciario
- Universitario

18. Título

19. Institución educativa que emitió el título

20. Lo que estudió se relaciona con su actividad?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Parcialmente

21. Ocupación *

Marca solo un óvalo.

- Trabajador Dependiente
- Trabajador Independiente
- Estudiante
- Ama de casa
- Desocupado
- Jubilado / Pensionado
- Sub-ocupado / Changa
- Otro: _____

22. Formalización Impositiva *

Marca solo un óvalo.

- Monotributo Social
- Monotributo
- Ninguno

DATOS DEL EMPRENDIMIENTO

23. Nombre del Emprendimiento *

24. Domicilio *

25. Rubro del Emprendimiento *

Marca solo un óvalo.

- Accesorios
- Cosmética
- Gráfica aplicada
- Indumentaria
- Multimedia
- Objetos
- Servicios de Diseño
- No Aplica

26. Breve descripción del Emprendimiento *

27. Productos que realiza *

28. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la actividad? *

29. ¿Dónde se desarrolla la actividad? *

Marca solo un óvalo.

- Casa Particular
- Local propio
- Local alquilado
- Local prestado
- Otro: _____

30. ¿Dónde comercializa lo producido? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ferias
- Por encargo
- Local o puesto de venta fijo
- A terceros (empresas, comercios, etc)
- Redes Sociales
- Sitio Web
- Otro: _____

31. Alcance geográfico de la comercialización *

Selecciona todos los que correspondan.

- Local
- Regional
- Provincial
- Nacional
- Exporta

32. ¿Trabaja en forma asociativa? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

33. ¿Qué considera que necesita para mejorar el desarrollo de su emprendimiento? *

*

Selecciona todos los que correspondan.

- Insumos
- Infraestructura
- Herramienta y Maquinaria
- Capacitación
- Asistencia Técnica

Otro: _____

34. ¿Tiene nociones o conocimiento sobre Gestión de Emprendimientos? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
- No

35. ¿En qué temas cree importante capacitarse para mejorar el emprendimiento? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Plan de negocios
- Ventas y comercialización
- Administración
- Presentación ante inversores
- Marketing y promoción
- Aspectos legales
- Especialización de Diseño
- Informática
- Marketing Digital

Otro: _____

36. ¿En qué temas cree importante capacitarse para mejorar el emprendimiento? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Plan de negocios
- Ventas y comercialización
- Administración
- Presentación ante inversores
- Marketing y promoción
- Aspectos legales
- Especialización de Diseño
- Informática
- Marketing Digital

Otro: _____

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo II.

19/7/2021

INSTITUCIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA DE SANTA FE

INSTITUCIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA DE SANTA FE

1. Nombre de la Institución:

2. Representante o responsable a cargo:

3. Sector al que pertenece:

Marca solo un óvalo.

Público

Privado

ONGs

4. Si es del sector privado, forma jurídica adoptada:

Marca solo un óvalo.

Asociación

Simple Asociación

Fundación

Cooperativa

Otro

5. Año de constitución y/o creación del programa:

https://docs.google.com/forms/d/1XhWBkHE9j_td-J2l3vrgbMDIM6nC8vsop-n5hEsqIEc/edit

1/3

6. Principales valores que caracterizan a la entidad:

7. Fin perseguido:

8. Cantidad de emprendedores y/o cooperativas con las que trabaja:

9. ¿En qué etapa del desarrollo emprendedor ubicarías al trabajo de institución?

Selecciona todos los que correspondan.

- Etapa 1: Actividades de motivación y desarrollo de capacidades emprendedoras
- Etapa 2: Generación y fortalecimiento de emprendimientos de la ESyS
- Etapa 3: Crecimiento, desarrollo y expansión de emprendimientos de la ESyS

10. Principales rubros productivos de sus miembros:

Selecciona todos los que correspondan.

- Artesanías
- Alimentos
- Textil
- Bijou
- Muebles
- Diseño
- Servicios
- Otro

11. Principales prestaciones:

Selecciona todos los que correspondan.

- Capacitación y formación
- Mentorías
- Financiamiento
- Asistencia técnica (legal, contable, etc.)
- Formulación de proyectos
- Gestión de espacios de comercialización
- Generación de redes

12. Comentarios

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo III.

20/7/2021

EMPRENEDORES SOCIALES DE LA CIUDAD DE SANTA FE

EMPRENEDORES SOCIALES DE LA CIUDAD DE SANTA FE

La presente encuesta tiene como finalidad poder relevar datos de los emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe, las principales características de sus emprendimientos, como así también, conocer de su experiencia y vinculación con el ecosistema emprendedor local.

*Obligatorio

1. Correo *

2. 1- Nombre y apellido *

3. 2- D.N.I. *

4. 3- Domicilio:

5. 4- Edad

6. 5- Teléfono

<https://docs.google.com/forms/d/1Y2Bjo1xb86Wxm6OwG32QVQ1-5GuhqujvV87oML5Gbfk/edit>

1/7

7. 6- Nivel educativo *

Marca solo un óvalo.

- Primario
- Primario incompleto
- Secundario
- Secundario incompleto
- Terciario
- Terciario incompleto
- Universitario
- Universitario incompleto

Datos del Emprendimiento

8. 7- Nombre del emprendimiento *

9. 8- Breve descripción del emprendimiento

10. 9- Fecha de inicio del emprendimiento *

Ejemplo: 7 de enero del 2019

11. 10- ¿Qué consideras o entiendes por "asociativo" en relación a tu emprendimiento?

12. 11- ¿Quiénes participan en el emprendimiento?

13. 12- ¿Cuál es su función?

14. 13- ¿En qué etapa ubicaría a su emprendimiento? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Idea-proyecto
- Emprendimiento en desarrollo
- Emprendimiento con primeras ventas
- Emprendimiento consolidado
- Emprendimiento en expansión

Caracterización del emprendimiento.

15. 14- La actividad principal del emprendimiento se base en: *

Marca solo un óvalo.

- Elaboración de un producto
- Prestación de un servicio

16. 15- Sector al que pertenece: *

Selecciona todos los que correspondan.

- Gastronomía
- Textil
- Turismo
- Diseño
- Artesanías
- Educación
- Cultural
- Carpintería, herrería, mimbre, etc.

Otro: _____

17. 16- Grado de formalización *

Marca solo un óvalo.

- Monotributo social
- Monotributo
- Responsable inscripto
- Sociedad comercial y/o cooperativa
- No está formalizado

18. 17- ¿Cuáles son los canales habituales de venta que utiliza el emprendimiento?

Selecciona todas las opciones que correspondan. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ferias
- Por encargo
- Página web
- Redes sociales
- Local propio
- Reparto
- A través de terceros

Otro: _____

19. 18- ¿Tuviste o tenes actualmente contacto con alguna institución que trabaje con emprendedores? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
 No
 No recuerdo

20. 19- Si la respuesta es afirmativa ¿Con cuál?

Selecciona todos los que correspondan.

- Gobierno local
 Gobierno provincial
 Universidad
 Feria Popular del Sol y la Luna
 Asociación Civil Artesanos de la costanera
 Cámara Independiente de Emprendedores y Microempresas
 Asociación de Emprendedores y artesanos
 Cámara de Mujeres Empresarias y Emprendedoras Santafesinas

Otro: _____

21. 20- ¿Qué grado de importancia indicarías para cada institución? (siendo 5 el mayor valor)

Selecciona todos los que correspondan.

	1	2	3	4	5
Gobierno Local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gobierno Provincial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instituciones privadas (asociaciones, fundaciones, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. 21- ¿Cómo evaluarías tú experiencia con la/s institución/es?

Marca solo un óvalo.

- Buena
 Muy Buena
 Excelente
 Regular
 Mala

23. 22- ¿Cuáles fueron las principales prestaciones que te aportó o aportaron las instituciones con las que te vinculaste?

Selecciona todos los que correspondan.

- Capacitación y formación
 Redes de contactos con otras instituciones
 Generación de vínculos con otros emprendedores
 Financiamiento
 Espacios de comercialización
 Asesoramiento
 Espacio de trabajo

Otro: _____

24. 23- Si la respuesta es negativa responde: ¿Por qué no tuviste contacto con alguna institución?

Marca solo un óvalo.

- Desconocimiento
 No me interesa
 Prefiero acudir más adelante
 Otro: _____

25. 24- ¿Qué es lo que crees indispensable para el desarrollo y crecimiento de tú emprendimiento?

Selecciona todos los que correspondan.

- Financiamiento
- Maquinarias y equipos
- Insumos y materias primas
- Infraestructura
- Capacitación
- Asistencia técnica (legal, contable, de diseño, etc.)
- Tutorías
- Promoción
- Apoyo en la comercialización
- Generación de redes emprendedoras

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Bibliografía

- Abreu Quintero, J. L. (2011). Innovación Social: Conceptos y Etapas. *Daena: International Journal of Good Conscience*. (6(2) 134-148), 139.
- Bonavita, L., & Lowy, C. (2002). "Emprendimientos de economía social solidaria en el desarrollo local". *IV SEMINARIO NACIONAL DE LA RED DE CENTROS ACADÉMICOS PARA EL ESTUDIO DE GOBIERNOS LOCALES*.
- Cassin, E. (2018). *Especialización en gestión de incubadoras. Curso principios de incubación*.
- CEPAL. (s.f.). Seri Políticas Sociales. *Repositorio CEPAL*, 14.
- Chinarro, L. Á. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 84, Agosto 2015, pp. 35-62
- Comisión Europea. (feb. 2013). *Guía para la innovación social*.
- Comisión Europea. (2013). *Guide to Social Innovation*.
- Coraggio, J. L. (2015). *La Economía Social y Solidaria (ESS): Niveles y alcance de acción de sus autores*. Obtenido de SOCIOECO.ORG: https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-4084_es.html
- De Pablo López, I. (2005). *El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social*. Valencia.
- E., J. L. (2016). La cuestión en la economía Social y Solidaria: Una lectura de procesos cooperativos a partir de estudios geográficos. *SabeES*, 25.
- Echeverría, J. (2008). *El manual de Oslo y la Innovación Social*. Madrid: ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura.
- entrepreneurship, S. I. (s.f.). El emprendimiento social como motor económico y social: estudio sobre políticas públicas y experiencias para su promoción en Europa y América Latina. *Estudio Innovat*, 13.
- Estensoro, M., & Zurban Irizar, M. (2010). La innovación social en la gobernanza territorial. Los casos de Innobasque y de las redes comerciales de la Comunidad Autónoma del país Vasco. *Ekonomiaz* (74), 134.
- Etxarri, E. E. (2015). *INCUBADORAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: EXPERIENCIAS INTERNACIONALES Y DEFINICIÓN PARTICIPATIVA DE UNA INCUBADORA SOCIAL UNIVERSITARIA*. Universidad del país Vasco.
- Fátima CRUZ-SOUZA, A. L. (2011). LAS INCUBADORAS UNIVERSITARIAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA EN BRASIL - ESTUDIO DE CASOS. *REVESCO Revista de estudios Cooperativos*, p. 83.
- García, G. F. (2018). La identificación de las empresas de economía social en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*. ISSN: 1885-8031 .
- Gutierrez, A. C. (2009). *Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales*. Córdoba Argentina: EKAINA.
- <https://www.youngfoundation.org/>. (2010).
- InnovaT Social Estudio. (2017). *El emprendimiento social como motor económico y social: estudio sobre políticas públicas y experiencias para su promoción en Europa y América Latina*.

- Jaime de Pablo, J., & Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. 11.
- Jesus Cruz Alvarez, & Abreu Quintero, J. L. (2011). Innovacion Social: Un analisis de Conceptos, Etapas y Modelos.
- Jurado, L., & Cardozo, E. (2016). La cuestión de la Economía Social y Solidaria: Una lectura de procesos cooperativos a partir de estudios geográficos. *SaberES*, 8 (23-42), 25.
- Justo, O. M.
- Latina, C. E. (2004).
- Manual de Oslo* (Tercera edición ed.). (2005).
- MELGAR, C. (2020). Qué es el emprendimiento social y por qué es el futuro. *VOGUE*.
- Morales Gutiérrez, A. C. (2009). Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales. *ZERBIZUAN*.
- Navós, O. T., Noguera, M. Y., & de la Fuente Lucila. (2015). La innovación y el enfoque de Responsabilidad Social como elementos indispensables en la actividad emprendedora de hoy. *SaberEs vol.7 no.2 Rosario dic. 2015*.
- Nyssens, J. D.-M. (2012). *El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada*. España: CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation*. (2. Lara Vázquez, Trad.) Barcelona, España: Deusto.
- P., M. (2016). La Universidad pública en la construcción de otra economía. Una perspectiva desde la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. *Revista de Extensión Universitaria +E*, 76.
- Pearson, M. (2016). La Universidad Pública en la construcción de otra economía. Una perspectiva de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. *Revista de Extensión Universitaria +E*, 139.
- Pérez Briceño, J. C., & Jiménez Pereira, S. E. (2017). *Emprendedor social: una aproximación teórica-práctica*.
- Pérez Briceño, J. C., Jiménez Pereira, S. E., & Gómez Cabrera, O. A. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica. *Revista científica Dominio de las ciencias*, 3.
- Real Academia Española. (2019). *Innovación*. En Diccionario de la Lengua Española (edición de trecentenario).
- Salazar, O. L. (2011). *CONDICIONES CLAVE PARA EL ÉXITO Y SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTO SOLIDARIOS EN MEDELLÍN*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Sarka, E., & Peralta, M. (2011). *INCUBADORA DE ORGANIZACIONES SOCIO-PRODUCTIVAS: En búsqueda de nuevas prácticas*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE LUJÁN.
- Silvana Corres, L. F. (2019). Emprendimiento Social: una alternativa necesaria y urgente de organización económica. *IBERO PRENSA*.
- Soto, O. (2017). El Centro de Emprendedores de la Economía Social (CEES) de la ciudad de Santa Fe y su viabilidad de convertirse en un centro de referencia para la Economía Social de la región santafesina. 174.
- Sotto, O. M. (2017). *El Centro de Emprendedores de la Economía Social (CEES) y su viabilidad de convertirse en un centro de referencia para la Economía Social de la región santafesina*. Santa Fe: ciencias económicas 14.01 / 2017 / páginas 167–184 / Divulgación.

Suárez Mella, R. P. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio* , 122.

Tealdo, J. (2021). *Economía Social y Solidaria. Mapeos, Experiencias y Políticas en Santa Fe y Reconquista*. (1ra Edición ed.). Santa Fe, Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL.

Von Hippel, E. (Jul. 1976). The dominant role of users in the scientific instrument innovation process. *Research Policy* .