

Grupo de Compras Comunitarias

Al Margen

Informe

Ciencia, Ética, Intervención Socioambiental y Socioprodutiva

Estudiantes: Ariel Bobadilla, Rodrigo Boyé y Matías Ramirez

Profesor: Santiago Conti

Universidad Nacional de Río Negro - 2024

Resumen

Este informe presenta el trabajo realizado en relación al Grupo de Compras Comunitarias (GCC) Al Margen desde un marco teórico-metodológico de cooperación técnica e intervención comunitaria en el que se buscó conocer la organización, crear un vínculo con ellos, estudiar sus problemáticas, desafíos y objetivos, y establecer una propuesta de mejora en base a las necesidades del grupo y los recursos y conocimientos de nosotros los técnicos.

En orden de alcanzar nuestro objetivo, se emplearon técnicas de relevamiento de datos tales como entrevistas, observación participativa, relevamiento de antecedentes y análisis de documentos presentados durante la cursada de la materia. A través de estas herramientas, se identificaron los aspectos clave que permiten al GCC funcionar como una alternativa de consumo colectivo y solidario y se identificó una problemática relacionada a la autonomía del grupo en ciertos aspectos organizativos que tienen.

Para solventar las problemáticas se realizaron análisis de la información que se iba obteniendo utilizando el marco teórico visto en la cursada de la materia, y actividades junto al GCC, lo que resultó en algunos cambios sobre el enfoque del trabajo, pasando de algo más general hacia algo más específico.

Índice

Resumen.....	1
Índice.....	2
1. Introducción.....	3
2. Objetivos.....	4
3. Marco Teórico.....	5
4. Metodología.....	8
Tipo y Posicionamiento.....	8
5. Resultados.....	12
Grupo de Compras Comunitarias Al Margen.....	12
Presentación del caso.....	12
Antecedentes.....	14
Mapeo de Actores.....	30
Proceso de toma de decisión.....	32
Carrito de Compras.....	34
Presentación General del Carrito.....	34
Antecedentes de Carritos de Compra.....	36
Ventajas y Desventajas actuales del carrito.....	39
Proceso de Toma de Decisión.....	40
Caracterización del software del carrito de compras.....	41
Planillas de Excel.....	46
6. Propuestas de Mejoras y de Acción.....	53
Documentación.....	53
Guía sobre el uso de las planillas.....	53
Consumidores: encuesta.....	53
Planillas: visualización.....	54
Proveedores.....	54
7. Conclusiones.....	54
8. Referencias.....	55
9. Anexos.....	56
Anexo 1: Esquema y registro de la primera entrevista.....	56
Anexo 2: Registro de observación.....	70
Anexo 3: Transcripción de la segunda entrevista (22/10).....	75
Anexo 4: Guía sobre el uso de las planillas.....	96

1. Introducción

El presente informe se propone detallar el trabajo realizado a lo largo del cuatrimestre correspondiente a la materia Ciencia, Ética, Intervención Socioproyectiva y Ambiental (CEISA) de forma que refleje la forma en que se trabajó en el transcurso de la materia. Para lograr esto se irán mostrando a lo largo del escrito, las diferentes etapas del trabajo realizado, utilizando y citando los diferentes textos teóricos que fundamenten los procedimientos y resultados obtenidos.

CEISA es materia optativa disponible para múltiples carreras de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN) como una materia pensada para los últimos años de carrera y busca aportar herramientas para el estudio de intervención en procesos sociales ligados a dinámicas de organización barrial y comunitaria. Ofrece una mirada respecto de los desafíos éticos, científico-tecnológicos y ambientales implicados en diversas problemáticas relacionadas a los actores sobre los que se busca intervenir. Se estudian procesos histórico-ambientales, los paradigmas del desarrollo, los modos de intervención y la construcción de la problemática socio-productiva y ambiental, metodologías y técnicas de relevamiento de información, representaciones y evaluación de problemáticas, finalmente, se realiza un trabajo teórico-práctico.

Cada año se trata un tema y un caso particular vinculado a los contenidos de la materia, por ejemplo en 2023 se realizó un trabajo sobre la comunicación barrial en Villa los Coihues. En esta ocasión el tema general se eligió a partir del caso de estudio el cual fue el Grupo de Compras Comunitarias (GCC) Al Margen, esta agrupación consiste básicamente en un grupo de personas organizadas para realizar compras a ciertos productos o rubros, como alimentos y algunos elementos de higiene, belleza, entre otros, que luego se reparten a los compradores. Este tipo de grupo nos llevó a elegir como tema Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), un concepto relacionado a lo socioproductivo. A su vez, este vínculo nos llevó a la necesidad de explorar otros conceptos como el de economía social o comercio justo, nociones que más adelante se definirán y tratarán con más detalle en la sección de marco teórico y que servirán para comprender el caso de estudio abordado en la materia.

El GCC se caracteriza por el tipo de producto con el que trabajan, principalmente de productores locales y de la economía social, y la forma de generar un canal de comercialización directa entre estos productores y los consumidores, que a día de hoy son alrededor de 400 familias. En la sección de metodología se podrá observar nuestro posicionamiento y las actividades y técnicas llevadas adelante para su estudio. En la sección de resultados se desarrollará más sobre el GCC y sobre cómo se relaciona con el contenido de la materia. Vale la pena aclarar que El Grupo de Compras nació en el año 2016 dentro de otra agrupación más grande, el Colectivo Al Margen, que contenía diferentes grupos con diferentes finalidades, a día de esto el Colectivo ya no existe como tal, pero muchas de sus agrupaciones se mantienen vigentes, ya sea como entes autónomos (el caso del GCC) o siendo absorbidos por otras asociaciones.

Dentro del caso de estudio del GCC, los objetos sobre el que nos concentraremos para realizar el trabajo son el Carrito de Compras Virtuales con el que cuenta el grupo, una plataforma de comercialización desarrollada por la cooperativa de software Animus en colaboración con el grupo de compras y un proyecto de extensión de la UNRN, y las planillas de Excel que utiliza tanto el grupo como el carrito para realizar su trabajo. Decidimos enfocarnos en estos puntos luego de entrar en contacto con el GCC, interactuar con ellos y consultar sobre qué podríamos aportar nosotros a su operación, además de las devoluciones que tuvimos de estos contactos y nuestras propias experiencias previas, ya que los tres estudiantes que participamos de la materia este año pertenecemos a carreras de Ingeniería.

Se propone realizar un estudio de la organización mediante diversos métodos y etapas entre los que se destacan entrevistas, observaciones y comunicaciones ida y vuelta entre ambos para llegar a conocerlos en profundidad. En primera instancia se deberá investigar tanto al grupo como organizaciones similares previo a conocerlos para comprender el contexto y tener una base de investigación. Una vez realizado el vínculo se deberán utilizar otras prácticas para conocerlos más a fondo y poder enfocarse en el tema específico elegido.

Por último, el informe presentará los distintos resultados a los que se llegó tanto con el GCC en general como el carrito de compras y las planillas en particular, se introducirán propuestas de mejora y acción que se identificaron durante este trabajo pero no se llegaron a implementar, y se expondrán las conclusiones a las que se llegó al finalizar el trabajo y la materia

2. Objetivos

Desde la materia CEISA se propone como un primer objetivo abordar una organización social, en este caso el Grupo de Compras Comunitarias Al Margen desde un marco teórico-metodológico de cooperación técnica e intervención comunitaria. Esto se refiere a poder hacer un acercamiento al, generar un vínculo con ellos y encontrar en conjunto aquellos conflictos, desafíos u objetivos que tengan, seleccionar uno de ellos y realizar un estudio del mismo para poder realizar una propuesta que acerque al grupo a solventarlo.

Si bien la materia no se propone llevar a cabo el trabajo requerido para solventar la problemática dado el tiempo disponible, pudimos identificar una que nos permitió abordarla. Este tema que identificamos es la falta de autonomía interna en el grupo dada por una falta de uniformidad y claridad en las tareas metodológicas, organizacionales y operativas que realizan.

Para abordar este problema nos planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo general:

1. Aumentar la claridad en las diferentes etapas de las operatorias que realizan para organizar los pedidos del grupo de compras.

Objetivos específicos:

1. Identificar los pasos procedimentales para la realización de los pedidos con los proveedores y los consumidores.

2. Caracterizar el software del carrito de compras.
3. Identificar puntos clave/críticos del proceso de realización de pedidos.
4. Realizar una propuesta de mejora a partir de los puntos críticos identificados.

3. Marco Teórico

Para llevar adelante este trabajo indagamos en distintos conceptos que posibilitaron el entendimiento de la complejidad de un grupo de compras comunitario, así como a una de sus herramientas como lo es el carrito de compras. A continuación introduciremos estos conceptos para posteriormente relacionarlos entre sí y con nuestro caso.

En primer lugar, se hace necesario diferenciar a la Economía de Mercado clásica que se rige por la oferta y demanda para asignar recursos con el objetivo de la acumulación irrestricta, aunque esto lleve a desigualdades y consecuencias ecológicas, con la **economía social y economía popular** que será desde donde nos posicionaremos. Coraggio (2020) dice que la economía social o solidaria busca satisfacer las necesidades de la sociedad para desarrollarse en una vida digna, con libertad, y en equilibrio con la naturaleza, algunos también se refieren a esto como economía popular, pero Coraggio ubica a la economía popular como una parte de la economía social centrada en los trabajadores, especialmente en los que son excluidos del trabajo formal o autónomo en la lógica de mercado capitalista dominante.

Para construir una economía social y solidaria se debe integrar a los trabajadores excluidos para que todos puedan acceder a activos productivos y medios de vida dignos. Implica promover la solidaridad, la cooperación y el consumo sustentable en contraste con la competencia y la acumulación individualista.

El Estado tiene un rol muy importante en la construcción de la Economía Social ya que las políticas públicas promueven, sostienen o dificultan el desarrollo de esta, la puede impulsar garantizando el acceso a activos productivos o redistribuyendo el ingreso y activos, por ejemplo.

Teniendo todo esto en cuenta, Coraggio propone una economía mixta de tres ejes o sectores: la Economía de Mercado cuyo objetivo es el de la acumulación de capital, la Economía Pública que busca el bien común, y la Economía Popular que tiene como fin la realización del trabajo para el desarrollo de la vida inmediata de los trabajadores. Los tres sectores interactúan entre sí, no están aislados, y hay actividades que se pueden ubicar en dos o incluso en los 3 sectores.

Dentro de la economía solidaria se encuentra el concepto de **comercio justo**. Egas (2017) lo define como una solución alternativa al comercio tradicional que favorece el *desarrollo sostenible* de los productores excluidos o desfavorecidos, garantizando mejores condiciones comerciales donde el comercio no es un fin sino un medio para el desarrollo sustentable. Según el informe Brundtland (1987) para las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. Éste desarrollo se encuentra promovido por distintas

organizaciones entre la que se encuentra la ONU. Los principios que defiende el Comercio Justo son, entre otros:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones que funcionan democráticamente.
- Trabajo con dignidad, respeto por los derechos humanos, rechazo a la explotación.
- El precio que se paga a los productores y trabajadores permite condiciones de vida digna.
- Se valora la calidad y la producción ecológica, se respeta al medio ambiente.
- Precio justo, no influenciado ni por intervenciones ni subsidios estatales ni especulaciones del vendedor.

Existe un sello de comercio justo o Fairtrade que se encuentra en los productos que cumplen con los requisitos del FLO (Fairtrade Labelling Organizations) y no se limita a los alimentos, sino también a servicios, turismo o artesanías. En Argentina se encuentra la [Asociación Civil de Comercio Justo](#), que forma parte de CLAC, la red latinoamericana co-dueña del sistema Fairtrade International.

Una crítica que recibe el comercio justo es que sus productos terminan siendo ligeramente más caros que los del comercio tradicional, lo que se debe principalmente a que el comercio tradicional puede reducir costos al no tomar precauciones ambientales, pagarle menos a los productores, tener menos controles de calidad, etc. cosas que el comercio justo rechaza. Sin embargo, las personas que lo consumen lo siguen prefiriendo ya que aprecian los valores del comercio justo y están dispuestos a pagar un poco más.

Los **circuitos cortos de comercialización (CCC)** son un tipo de comercialización que busca acercar al productor con el consumidor, reduciendo la cantidad de intermediarios entre ambos, buscando idealmente el contacto directo. También contempla la distancia física, favoreciendo el comercio local mediante ferias, la venta directa desde el lugar de producción, la venta online y los grupos de consumo. Por estas características es un tipo de comercio asociado a la economía social en donde suelen aparecer productos del comercio justo.

El texto de la FAO escrito por Ranaboldo y Arosio (2016) nos dice que hay muchas definiciones, pero que existe un consenso sobre sus principales características: la baja o nula intermediación, la cercanía geográfica, y la confianza y fortalecimiento de capital social. Sin embargo, la realidad actual de los CCC es diversa y no necesariamente deben presentar las tres características. Se enlistan cuatro distintos tipos de mercados en los que los CCC están presentes: los mercados públicos institucionales, los mercados domésticos (ferias, mercados campesinos), los mercados ad hoc (mercados gastronómicos y turísticos), y los mercados territoriales. Todos estos mercados tienen en común la inclusión de productores más pequeños, familiares, que no suelen ser incluidos en los supermercados u otros comercializadores tradicionales.

Según Craviotti (2019), los CCC son:

“Aquellas modalidades que se basan y propician acercar al productor con el consumidor. Se diferencian de las modalidades de comercio prevalecientes de abastecimiento alimentario, en las que existen múltiples eslabones (de producción, transformación, distribución mayorista y minorista) y actores involucrados en ellos, lo que repercute en diferentes aspectos (sociales, económicos y ambientales)”. (Diccionario del agro latinoamericano, p.357).

Su origen fue a finales de los años 90' como respuesta a los problemas que le suponían a los productores familiares la desregulación de los mercados y la concentración en las fases de procesamiento y distribución. Los CCC les permiten a estos productores obtener mayor valor agregado a sus productos, facilitan las prácticas agroecológicas y favorecen la producción diversificada. Aún componen una parte minoritaria del comercio en términos de productores involucrados e ingresos generados, pero a nivel mundial están creciendo los movimientos y tendencias de comida local y regional.

Otro concepto con el que trabajaremos y que está relacionado con la economía social es el de **tecnologías sociales**, definidas como “modos de desarrollar e implementar tecnologías (de producto, proceso y organización) orientadas a la generación de dinámicas de inclusión social y económica y desarrollo sostenible” (Thomas, 2011, p.10). Son aquellas tecnologías que buscan resolver problemas sistemáticos en lugar de problemas puntuales, integran a parte de la población que estaba excluida, generan empleo, mejoran la calidad de vida y/o hacen uso racional de los recursos naturales, reduciendo el impacto ambiental. Algunos ejemplos que pueden clasificarse como tecnologías sociales son tecnologías de construcción de bajo costo, sistemas de eficiencia energética, tecnologías de producción, distribución y conservación de alimentos, tecnologías de diagnóstico y tratamiento médico de bajo costo, y tecnologías de la información y comunicación (TICs).

“La tecnología es una dimensión fundamental para la compresión de las dinámicas de inclusión y exclusión social” (Thomas, 2011, p.1), la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías apunta a resolver problemas o mejorar una situación actual, pero la producción académica tiende a centrarse en determinados temas que sean valorados por la comunidad internacional para ser legitimada y financiada dejando de lado a los problemas locales, sobre todo en latinoamérica. Por eso los actores sociales y el estado deben reorientar las agendas de investigación y desarrollo para establecer como prioridad los problemas locales o endémicos.

Las tecnologías sociales necesitan de actores capaces de desarrollarlas y utilizarlas para que sean eficientes, aprovechan los conocimientos de las comunidades que las emplean y generan nuevas capacidades, los actores deben ser participantes activos en el diseño, implementación y evaluación de las tecnologías sociales. Si bien no hay que concebirlas fuera de las relaciones de mercado, sería un error pensarlas como mecanismos para generar renta, su principal objetivo siempre será el de solucionar problemas sociales.

Las Tecnologías Sociales tendrán naturalmente mucha importancia para la economía social, ya que permiten democratizar el acceso a bienes y servicios, generar empleos dignos y fortalecer la participación ciudadana, proveen oportunidades para los trabajadores, capacitan personas y promueven la articulación entre varios actores y grupalidades de distintas aptitudes. Deberían ser un componente clave en estrategias de desarrollo socio-económico y democratización política.

Dentro de las tecnologías sociales se encuentran las Tecnologías de la Información y Computación (TICs), las cuales son definidas por el [ENACOM](#) como “el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información”, en otras palabras son las tecnologías que hacen posible comunicarse, informarse e interactuar con la información en medios como la televisión, las computadoras, el internet, etc. Incluye

entonces las redes sociales, las páginas web, los servicios de mensajería o programas como Excel. Esta rama de la tecnología está en alza durante los últimos años, han guiado al mundo moderno a la conectividad masiva de la que disponemos hoy en día, y tienen infinidad de aplicaciones en todas las áreas.

En el texto de Santini y Ghezán (2022) se examina su rol en los circuitos cortos de comercialización de alimentos, dicen que en este caso la función de las TICs es la de poner en contacto directo al productor con el consumidor y generar redes de comercio justo donde se asocien varios productores y consumidores con valores similares. Les permiten a los productores vender directamente sus productos a través de páginas web y/o cuentas en redes sociales, también agruparse en grupos de venta/compra y de esa forma llegar a más personas.

4. Metodología

Tipo y Posicionamiento

Para llevar adelante los objetivos propuestos planteamos una metodología de tipo cualitativa, dado que este tipo de investigación permite un conocimiento más a fondo de la organización, ya que se centra en conocer el objeto de estudio en profundidad buscando entender las razones de los acontecimientos y el contexto del sujeto de estudio. Esta forma de abordar el grupo nos parece correcta dado que buscamos enfocarnos en una organización, en lugar de estudiar una gran cantidad de datos e información. Asimismo, nos posicionamos desde tres autores vistos en la materia. En primer lugar, planteamos nuestra pregunta de investigación como una forma de intervención comunitaria definida como:

“Procesos intencionales de cambio, mediante mecanismos participativos tendientes al desarrollo de recursos de la población, al desarrollo de organizaciones comunitarias autónomas, a la modificación de las representaciones de su rol en la sociedad y sobre el valor de sus propias acciones para ser activo en la modificación de las condiciones que las marginan y excluyen” (Chinkes, Lapalma, Niscemboin, 1995).

Teniendo en cuenta aquella definición y que nuestro trabajo se reduce a un cuatrimestre universitario, el alcance de esta intervención comunitaria consistió en plantear un proceso participativo que identifique desafíos y problemas de una organización comunitaria y abordar en conjunto una propuesta de mejora a partir de lo identificado. En este sentido, seguimos los lineamientos de Astaburuaga, Saborido y Walker (1987) que proponen que la participación puede clasificarse en los siguientes tres niveles:

1. Información: Adquisición de conocimiento con respecto a alguna situación.
2. Opinión: Formación de una vista personal en referencia al tema.
3. Decisión: Deliberación en base a estos conocimientos y opiniones.

Por otro lado, nos diferenciamos del proceso convencional de asistencia técnica, ya que él mismo propone que los “técnicos” imponen una solución sin tener en cuenta la opinión

de a quiénes se les dirige ni se los incluye como parte de la misma, evitando la variación de la experiencia. Lo que genera desconfianza, desigualdad en el vínculo y dependencia, ya que quedan excluidos de la problemática por la que existe la intervención, llevando en muchos casos al fracaso de la propuesta. Por lo tanto, en nuestro caso proponemos realizar una intervención técnica cooperativa, de la cuál se espera que el actor con el que se trabaja forme parte de todo el proceso, dándole un espacio como par, pudiendo expresar sus problemáticas y desafíos y también formando parte de las propuestas de solución (Astaburuaga, Saborido y Walker, 1987).

El primer paso para poder conocer al Grupo de Compras es realizar un **relevamiento de antecedentes**. En el cuál buscamos en la web noticias, documentos, leyes y papers relacionados a lo que más se ajustaba a la descripción del grupo, siendo esta: grupo de compras, organización de compras, grupo de consumo y grupo de compras comunitarias. Además buscamos información sobre Al Margen y su grupo de compras comunitarias (GCC) para conocer a la organización.

Como criterio de búsqueda elegimos centrarla regionalmente, buscando la información antes descrita en Bariloche y la región sur. Existen algunos puntos que salen de este criterio, principalmente al buscar organizaciones similares, dado que tomaban gran relevancia en búsquedas a nivel nacional y decidimos no excluirlas.

Una actividad propuesta fue ir a la organización en los días de entrega de productos (operatorias) para **relevar información** sobre cómo funciona y qué aspectos encontrábamos nosotros en nuestro rol de investigadores/técnicos que se pudieran mejorar. Cabe destacar que esta actividad de participación se realizó de forma intermitente entre las otras técnicas y actividades realizadas y cada integrante se acercó a realizar estas experiencias de manera independiente.

Al haber completado la búsqueda de antecedentes se realizó una **entrevista semiestructurada** en la que se tuvo que realizar observación y registro. Para la elaboración de esta, se utilizó como guía el capítulo 3 del libro “Introducción a los métodos cualitativos de investigación” de Taylor y Bogdan. En clase, estructuramos la entrevista en 4 etapas basadas en:

- Presentación: presentación entre el GCC y los entrevistadores.
- Encuadre: explicación del marco de la entrevista, se les indicó a grandes rasgos cuáles eran algunos de los objetivos de la misma.
- Sobre el grupo de compras comunitario: preguntas generales sobre el GCC para saber más de ellos y cómo funcionan.
- Problemas y desafíos: problemas y desafíos que actualmente enfrentan, esto lo usamos para realizar un listado y elegir en cuál intervenir.

La entrevista se realizó en la Universidad y originalmente iban a participar 3 miembros que estaban disponibles, siendo: Pipi, Mariano y el Pollo. Pero este último no pudo acudir. Estos participantes fueron elegidos por los integrantes del grupo una vez se les comunicó la intención de realizar la entrevista y comentarles que el fin de la misma era poder conocer a la organización, por lo que no existió un criterio desde nuestro rol para elegir a quién entrevistar sino que se pretendía que fuese a quien pudiera y quisiera estar presente en

la misma. Una vez finalizada la entrevista, cada uno de nosotros, los investigadores, realizó una “transcripción” de lo que observamos durante la entrevista, realizando un texto en el cuál contestamos a cada una de las preguntas que teníamos previo al encuentro.

Tras la entrevista, se propuso realizar la herramienta denominada **mapeo de actores**. Según Tapella (2007) esta herramienta busca representar la realidad en la que está inmerso quien o quienes realizan la actividad, comprender su extensión y posibilita generar estrategias para poder modificarla. Esta herramienta se debe enfocar en un tópico específico, el cuál puede ser más o menos estricto. En nuestro caso al proponerle al GCC que realizara esta actividad nos permitía hacer un relevamiento de quienes son los actores más relevantes para el grupo y así poder centrar nuestro enfoque en aquello que tiene más importancia para ellos y así realizar un trabajo más satisfactorio para ambas partes.

Como se mencionó previamente, son los miembros de la organización quienes deben realizar la actividad y nosotros debemos acotarnos a brindarles la consigna, explicarle aquello que no se entendiera bien y ocasionalmente también dar pie con algún ejemplo u observación, pero es de vital importancia que sean ellos quienes determinen lo que esté presente en el mapa, ya que es un reflejo de entorno y la manera que lo ven. A continuación se dará una explicación de los pasos que deben realizarse para hacer un mapeo de actores:

- deben realizar una lista de actores que se relacionen con el tema específico que se les brinda. Los actores son aquellas organizaciones, personas o entes que son relevantes con el tema y la organización, son aquellos que tienen en mayor o menor medida poder para incidir sobre el tema y afinidad con el posicionamiento del grupo.
- Una vez se hecha la lista de actores, la siguiente consigna es insertar carteles con los nombres de los actores en un diagrama que muestra la relación de poder y afinidad. Cada cartel debe ser removible para poder modificar su posición ya que es usual que se tenga que modificar la posición al ir agregando más actores y discutiendo sobre ellos.
- El último punto del mapeo era realizar las conexiones entre actores, que define que tan fuerte se relacionan entre sí y si esta relación es favorable o adversa. En esta ocasión, dado el limitado tiempo del que se dispuso, este último punto no pudo ser tratado en esta ocasión.

Cabe aclarar que se utiliza un espacio temporal actual sin importar si los actores sociales en el pasado eran más influyentes que en el momento actual. Otro punto importante es que en este mapeo de actores, los propios miembros no figuran dentro de los actores, ya que son quienes forman la organización y lo que se busca es que ellos mismos identifiquen y discutan sobre aquellos actores externos que cumplan las consignas de poder y afinidad por el tema dado.

Dada toda la información recolectada tanto de la entrevista, participar en las actividades del grupo y el mapeo de actores, nos permitió realizar un **listado de problemas y desafíos** luego de haber ido realizando un análisis de cada una de las actividades antes mencionadas. A partir de esto, debatimos en clase cuáles se ajustan a nuestros objetivos y

descartamos aquellos que no nos interesaba intervenir o no tenemos la capacidad de afrontarlos.

Una vez realizadas estas actividades, en diferentes etapas comprendimos que el sujeto de estudio dentro del Grupo de Compras que más relevancia tenía tanto para ellos como para nosotros era el carrito de compras que utilizan para gestionar los pedidos de los miembros del grupo. Por lo tanto, para saber más de ellos, realizamos un **relevamiento de antecedentes sobre carritos de compras** que utilizan las organizaciones encontradas en el relevamiento de antecedentes previo junto a otras que se encontraron al realizar las búsquedas nuevas. En este nuevo relevamiento de antecedentes se dejó de lado en parte el criterio de búsqueda centrado a la región de Bariloche y alrededores y se realizó teniendo en cuenta una extensión de territorio mayor. Además de buscar el tópico en sí de carritos de compras, se buscó que todos fueran asociados a la economía social y al comercio justo.

Además, realizamos una **entrevista grabada** con Francisco (miembro del GCC) y Animus, la cooperativa encargada de la creación del carrito de compras. Nuestra idea era preguntarles sobre cómo funciona el carrito de compras e indagar en qué poder intervenir para mejorarlo.

Seguido a esto realizamos un debate para identificar las diferentes problemáticas que encontramos con la nueva información obtenida y para elegir qué nuevo acercamiento íbamos a realizar a partir de esto. En este debate concretamos que era muy complicado el realizar una intervención en el carrito de compras debido a la falta de documentación que nos encontramos y el desconocimiento propio sobre las herramientas y métodos utilizados para construirlo. Por lo cual, elegimos realizar una caracterización del software, que explica cómo está construido el carrito de compras a grandes rasgos, caracterizando cada una de sus etapas. Esto se realizó con la información proporcionada en la entrevista y también elegimos enfocarnos en analizar las planillas de Excel que utiliza el grupo, con la cuál los miembros del grupo organizan y administran toda su información relevante, desde el armado del carrito, manejo de los pedidos hasta información sobre aspectos administrativos internos.

Por último, realizamos una reunión con Mariano y Francisco, ambos miembros del GCC, en la que nos mostraron cómo funcionan las planillas que utilizan para el funcionamiento del grupo. Esta última reunión nos permitió observar que la mejor manera para manejar las planillas era la crear una herramienta para que cualquier miembro del grupo pudiera desempeñar las tareas necesarias de cada planilla en cada una de las etapas de una operatoria del grupo, como ejemplos de estas etapas pueden ser el armado de la lista de productos que van a ingresarse al carrito de compras para ser pedidos o el armado de los pedidos de cada usuario una vez se hace el cierre del carrito.

Finalmente se optó por hacer una guía con dos etapas: una explicativa en la que se cuenta qué función cumple cada una de las planillas utilizadas por el grupo y también las funciones que tienen cada una de las hojas de cada planilla. La segunda parte de esta guía es un apartado descriptivo en el que se explica y muestra cada uno de los pasos a seguir en cada hoja/planilla en cada etapa realizada.

5. Resultados

Grupo de Compras Comunitarias Al Margen

Presentación del caso

Dado que previamente se realizó una breve presentación de lo que es el Grupo de Compras Comunitarias Al Margen (GCC) y a que se dedican, a continuación se realizará una descripción más extensa y detallada, agregando detalles que se conocieron durante la experiencia.

El Grupo de Compras Comunitarias Al Margen es un conjunto de personas que busca generar un canal de comercialización directo, sin intermediarios, entre consumidores y productores con el objetivo de promover un consumo más ético, responsable y ecológico a la vez de proporcionar mejores precios gracias a organizarse y hacer compras de mayor volumen o poder alcanzar productores o elaboradores a los que se dificultaría que todos llegaran de manera individual.

Se dedican a realizar compras de alimentos, tanto secos como frescos y productos cosméticos entre otros, con un enfoque en la economía local y regional, priorizando productos elaborados en Bariloche u otras zonas del sur de Argentina, buscando mantener la proximidad territorial, con el objetivo de generar confianza y fortalecer la economía local. También se adquieren productos de otras regiones, como yerba de Misiones o productos de Mendoza, cuando no se producen en la zona. El grupo trabaja principalmente de forma directa con productores y cooperativas, pero también realiza compras en mayoristas cuando el producto requerido no es adquirible de la otra forma: de sus 47 proveedores, 37 son de la economía local. Tienen marcada una tendencia a buscar siempre estos tres objetivos, ser elaborados localmente, por un actor de la economía social y obtener un mejor precio o un precio similar por un producto de mayor calidad o con estándares ecológicos y éticos más cercanos a la organización. Por todas estas características podemos definirlo dentro de los Circuitos Cortos de Comercialización, perteneciente a la Economía Social.

El GCC fue creado en 2016, originalmente integrado por 16 personas del Colectivo Al Margen, que era un colectivo que surgió a partir de el Colectivo Al Margen y que consistía de varias secciones como el semillero Vientos de Libertad o la cooperativa de trabajo L.A.B.U.R.A.R. pero que actualmente se encuentra “separado”, con las secciones operando independientemente o absorbidos por otras agrupaciones ([página web](#)). Con el tiempo, el GCC fue incorporando a más participantes hasta llegar hoy a contar con alrededor de 400 familias. La gran mayoría participa solamente como comprador, mientras que la organización y administración está a cargo de un grupo de 8 personas, con algunos colaboradores extra los días de armado y entrega de pedidos. La idea fue inspirada en un grupo preexistente que buscaba formar un espacio alternativo de compra llamado Copate, el cual está limitado a 40 familias donde cada una se encarga de comprar algunos de los productos que engloban.

El GCC realiza la entrega de los pedidos a los compradores desde un espacio compartido con otras organizaciones en Bariloche. Debido a la limitación de espacio físico, se dividen a los compradores en dos grupos y se realiza una operatoria para cada uno una vez al mes, tienen un promedio de aproximadamente 200 pedidos mensuales repartidos de forma pareja entre los dos grupos.

La logística del grupo depende en gran parte del carrito de compras, una plataforma en línea desarrollada por la cooperativa de software Animus y financiada por un fondo universitario, que permite a los usuarios armar una lista de su pedido indicando la cantidad de unidades deseadas de cada producto y mostrando el valor estimado de la compra que están realizando, cuando termina el período de compra la página le envía toda la información al GCC. Este sistema, que se puede clasificar como una tecnología social, más precisamente una TIC, ha facilitado enormemente la organización de los pedidos, aunque aún enfrenta desafíos sobre la autogestión de este.

Los consumidores suelen ser personas vinculadas a grupos cooperativos, que conocen a alguien dentro del grupo, ya que el ingreso al GCC se realiza por contacto, formando una especie de árbol o nodos entre unos y otros. Su perfil es, en rasgos muy generalizados, de clase media con interés en el tipo de productos que ofrece el grupo pudiendo, con una afinidad por las organizaciones con estos valores. La forma de incorporarse al grupo y el funcionamiento de este ayuda a generar lazos de confianza, lo cual es clave para asegurar la sostenibilidad financiera del grupo.

El colectivo se financia con un recargo del 8% sobre el costo de los productos, que se utiliza para cubrir los gastos de alquiler del espacio, los servicios y los pagos a los trabajadores que participan en la operatoria. Sin embargo, este recargo no es suficiente para pagarle un sueldo a todos los que participan, por lo que muchas personas del equipo no cobran o solo reciben un pago simbólico.

A lo largo de los años, el GCC ha recibido apoyos externos, como financiamiento del Mercado de Cercanías del Ministerio de Desarrollo, lo que les permitió comprar equipamiento como freezers, heladeras, computadoras y otros elementos necesarios para mejorar la logística del proyecto o el caso ya mencionado que les permitió la creación del carrito de compras. A pesar de este apoyo, aún no han logrado una completa autonomía en su funcionamiento.

Actualmente, el grupo enfrenta desafíos importantes, como la necesidad de ampliar su espacio físico y la autogestión del carrito de compras, además del objetivo de crear una personería jurídica para poder ampliar sus posibilidades a diferentes formas de financiamiento o apoyos.

A continuación se provee un diagrama de flujo que resume los distintos pasos que componen cada operación, separados en 4 etapas:

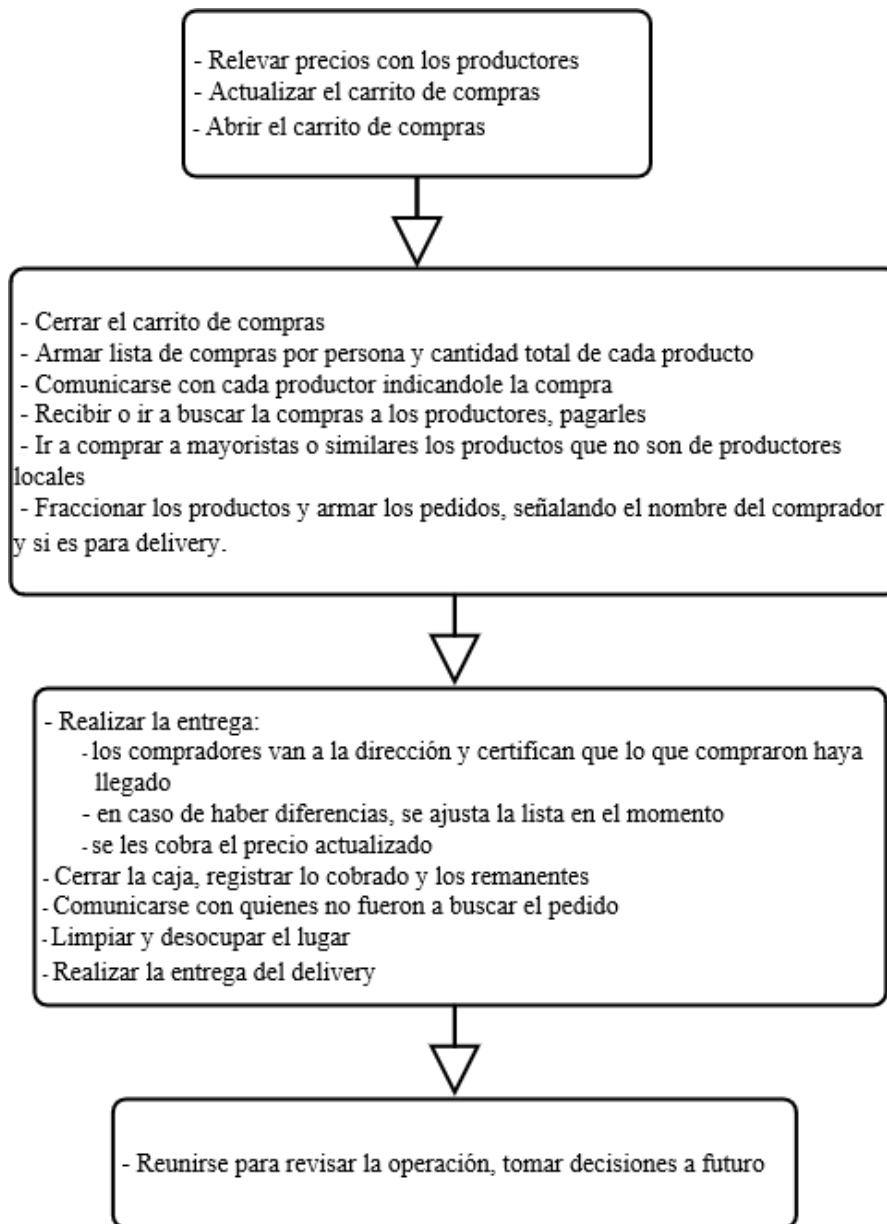


Diagrama de flujo de las operaciones del grupo separadas en etapas.

Antecedentes

Documentos provistos por el GCC

El GCC nos proporcionó dos documentos que nos servirán como antecedentes:

El primer documento es un **powerpoint que el GCC utiliza para presentar y exponer distintos objetivos que podrían tener proyectos de extensión de la Universidad** vinculados al GCC. Comienza con una descomposición del Colectivo al Margen, el GCC es sólo una parte que junto a la revista/portal de noticias, la cooperativa de trabajo LABURAR y otros forman el total del Colectivo. Define sus objetivos como “Poner al alcance de sus integrantes productos de calidad a precios bajos” y “generar un canal de venta de productos elaborados en la ciudad y sus alrededores provenientes de la economía popular”.

Incluye datos sobre los números de pedidos, productos, operaciones y una lista sobre los pasos o actividades que realizan para cada operatoria similares a los expuestos en la presentación del caso. Finalmente presentan *6 objetivos* para proyectos de extensión:

1. Seguimiento y acompañamiento del proceso de gestión y administración de las operatorias del GCC.
2. Encuesta de características socio productivas de proveedoras/es pequeños y de la economía popular. Este proyecto se llevó a cabo en 2023 por alumnos de estudiantes de Lic. en Ciencias Antropológicas.
3. Elaboración de base de datos histórica de precios del GCC. Este proyecto fue realizado por estudiantes de la Lic. en Economía y se homogeniza y limpió la base de datos de 2016 a 2023.
4. Asesoramiento y gestión para la conformación del GCC Al Margen en Mutual.
5. Mejoras del carrito de compras en vinculación con la cooperativa de software ANIMUS.
6. Vinculación del GCC con productores de la línea sur y la comarca andina.

El segundo documento es el **informe de la práctica profesional de estudiantes de Lic. en Ciencias Antropológicas del año 2022**, en este trabajo se busca caracterizar al GCC explorando su constitución, caracterización y dinámicas de funcionamiento, su objetivo es el de diagnosticar e identificar problemáticas y dificultades, aportar nuevas miradas y perspectivas para fortalecer el funcionamiento y las capacidades de gestión del grupo. El informe es una base para posteriores trabajos de más profundidad, se enfoca desde la antropología y utiliza metodología propia de la disciplina: busca describir e interpretar los fenómenos sociales desde la producción de datos en el trabajo de campo (por ejemplo observación participante, entrevistas) y el trabajo de archivo (se obtuvo acceso a documentos oficiales del GCC), privilegiando la perspectiva de los miembros del grupo.

El desarrollo del texto comienza con la historia del grupo donde, además de lo ya mencionado en este informe, nombran el cierre del Mercado Comunitario de Bariloche en 2015 y las discusiones sobre esto como un momento donde Francisco (miembro del grupo responsable) se informó sobre estas vías de comercialización alternativas que se daban en la ciudad, luego ya en 2016 desde el Colectivo Al Margen decidieron armar al grupo, comenzando como “un consumidor más” de Copate, allí se capacitaron para más adelante afrontar la administración de un grupo propio. Las primeras compras se realizaban en una cadena de mails donde primero se enviaba la lista de precios y se respondía el pedido, este método era muy caótico por lo que se creó una planilla de google docs donde se accedía para realizar el pedido. Al momento de la entrega de ese informe se estaba estrenando el carrito de compras.

Luego de hacer una descripción de las operatorias del grupo, se enlistan lo que en ese momento consideraban *las 4 principales problemáticas* del GCC:

1. Pérdida del poder adquisitivo: La crisis inflacionaria hace que todo el tiempo haya que sondear constantemente los productos para mantener el objetivo del grupo de ofrecer artículos de buena calidad a bajo precio.
2. Falta de personas en días de reparto: Han habido entregas de las que tuvieron que encargarse solamente 3 personas, cuando lo recomendable es que sean por lo menos 7. Se incentiva a las familias compradoras que colaboren, no solamente para hacer más eficiente la operación de entrega, sino también para fortalecer la relación social con el grupo.
3. Formalización legal: Se estaba buscando la figura jurídica que mejor se adapte al funcionamiento del grupo.
4. Relación con proveedores: Encontrar una dinámica constante y fluida con los productores para llegar a un punto que beneficie a ambas partes.

Para finalizar el informe, se dan unas consideraciones para profundizar en otros trabajos: caracterizar a los actores relevantes y secundarios que se relacionan con el GCC, delimitar y sistematizar el conjunto de prácticas que conforman la operatoria, y por último propone conocer qué significa y qué representa el GCC para cada uno de sus integrantes, todo esto con el objetivo de fortalecer la gestión, la vinculación e identidad del grupo.

Informes CEISA

Siguiendo con los trabajos universitarios relacionados, en el **Informe sobre “Hecho en los Coihues”** perteneciente a otro trabajo de esta misma materia de un año previo, se analiza un grupo de características similares al GCC. Hecho en los Coihues es un grupo de comercialización corta que también busca intermediar entre productores de la economía local, en este caso particularmente del barrio Los Coihues de Bariloche, y consumidores, al igual que grupo de Al Margen posee un catálogo donde los productores (principalmente de artesanías pero también alimentos) pueden publicitarse a los compradores que elegirán los productos que deseen, el catálogo está abierto de jueves a lunes, el martes se comunica a los productores de las compras y el sábado se realizan las entregas. Difiere del GCC en que la lista se difunde por medio de Whatsapp, tienen roles de trabajo mucho más definidos (equipo de entrega, tesorería, armado de cajas, repartidores, armado de planillas de excel, etc.) pero estos no son fijos, los mismos productores son los encargados, rotan y se reparten los roles en cada entrega. El grupo está abierto a cualquier productor local que lo desee, pero debe atenerse a una serie de condiciones:

1. Ser productor directo, no revendedor.
2. Ser responsable con la manipulación de alimentos.
3. No vender más de 25 productos.
4. No generar competencia de productos, no se aceptará un nuevo ítem si en el catálogo ya existe uno de las mismas características.

Tiene problemáticas propias de su ubicación y forma de trabajar, en el informe se identifican una baja eficiencia del catálogo de Whatsapp donde no se indica la lista final de compra ni su costo, falta de capacidad de manipulación de alimentos, falta de vehículo propio para las entregas (queda a cargo de los mismo productores), conflictos entre asociados y la

organización y el establecimiento de precios. Considerando esto los principales objetivos que se plantearon fue conseguir una herramienta de encargos como un carrito de compras virtual y la adquisición de infraestructura propia como un salón para reuniones y entrega de productos, entre otros.

Búsqueda WEB

Noticias

Se realizó la búsqueda en google de palabras claves para saber qué se dice, cómo se presentan a estos espacios de grupos de compras:

Búsqueda “grupo de compras” Bariloche:

El 22 de octubre de 2022, en el marco del proyecto de extensión “Fortalecimiento de las capacidades de gestión y vinculación del Grupo de Compras Comunitarias de la Asociación Civil Colectivo Al Margen”, radicado en la Sede Andina (UNRN) y financiado por la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación, se desarrolló un carrito de compras que facilitará la gestión de pedidos del Grupo de Compras Comunitarias Al MARGEN (GCC- Al Margen). Este carrito fue desarrollado mediante la cooperativa de trabajo de software barilochense ANIMUS y el financiamiento fue erogado por la Universidad Nacional de Rio Negro. ([UNRN | Universidad Nacional de Río Negro](#) y [RadioCut Argentina](#))

El 3 de noviembre de 2022 el grupo de compras comunitarias Al Margen lanzó un changuito virtual que facilita el vínculo entre consumidores y productores de la región. ([Al Margen](#)).

El 19 de julio de 2011 el Grupo de Compras Comunitarias del Barrio Nahuel Hue solicitó a la comunidad la donación de insumos para la elaboración de empanadas. ([ANBariloche](#)).

El 4 de agosto de 2024 se realizó la Asamblea Pública del Consejo Participativo Asesor del Ente Autárquico Mercado Comunitario: “El concejal Costa Brutten, uno de los integrantes del Directorio, explicó que con todo el corazón había apostado a la reactivación del Mercado Comunitario pero que efectivamente el Ejecutivo se resistía a cumplir los acuerdos pactados. Incluso los que constaban en actas. Manifestó que estaba dispuesto a llevar la situación ante el Tribunal de Contralor para que haya una mirada externa sobre los incumplimientos y solicitar la suspensión de la funcionaria si la Asamblea estaba de acuerdo. También se puso a disposición de las organizaciones para trabajar en las normativas que se necesitaran acorde a la urgencia que el contexto de crisis está generando.”

La asamblea del Consejo votó apoyar la propuesta del Concejal Costa Brutten sobre elevar la denuncia al Tribunal de Contralor.

“De las organizaciones integrantes del Consejo Participativo Asesor, se encontraban en el lugar y votaron las mociones las siguientes: Asociación civil 7 de Agosto, Ate-PAMI Río Negro, Grupo de compras comunitarias Aromatix, Observatorio de Derecho a la Ciudad, Cooperativa agrocárnica Ayllú, Cooperativa de trabajo La Wiphala, Asociación civil Crearte, Cooperativa Momoterra, La Tercera, Hecho en los Coihues, Co -Co -A, compras

comunitarias, Cooperativa de trabajo Surgente, Cooperativa Ganadera Indígena, Cooperativa de trabajo Lamúltiple Ltda. Copate, grupo compras comunitarias y Nodo Soberano.” ([Info Bariloche](#))

El 11 de septiembre de 2024, la Universidad Nacional de Río Negro realizó una charla - taller sobre “Experiencias de comercialización online en la economía social y popular”. Toca el tema sobre el desarrollo del carrito de compras del grupo de compras comunitarias Al Margen. ([UNRN | Universidad Nacional de Río Negro](#)).

El Martes 23 de julio de 2013 se dio a conocer la noticia que la Despensa Comunitaria Eluney, creada por el CAAT 4 de la Secretaría de Desarrollo Humano, cuenta con un local para vender. Esto da una consolidación al proyecto comunitario. ([Bariloche Opina](#))

El 30 de septiembre de 2022, el grupo de compras Grupo de Compras Comunitarias Al Margen, en el marco del proyecto de extensión “Fortalecimiento del Grupo de Compras Comunitarias Al Margen”, realizó una charla-debate sobre trabajo y salario básico universal, “Un debate en el marco de la economía popular”. ([UNRN](#) y [Barinoticias](#))

Once vecinas de los barrios de Nahuel Hué y Malvinas resolvieron crear un grupo de compras comunitarias llamado “Juntas Somos Más”, tras la exitosa experiencia en el CAAT8. ([ANBariloche](#)).

El 23 de abril de 2014, la Secretaría de Desarrollo Económico informó que llega a Bariloche un camión de frutas y verduras proveniente del Valle de Río Negro que será vendido “a precio justo” por las despensas comunitarias Vipu y Suyay y el grupo de compras comunitarias Las Leonas. ([Diario Río Negro](#) y [Bariloche Opina](#)).

En una nota periodística hecha el 29 de marzo de 2017 que trata sobre compras comunitarias, se nombran varios grupos de compras, siendo estos: Copate, Charcao, La Pionera, Los Coihues, Mesa Redonda, Cooperativa 2 de Octubre, Abriendo Esperanzas, y algunos grupos más en los barrios mediante los CAATs o juntas vecinales. ([El Furgón](#)).

Búsqueda “Organización de Compras” Bariloche:

El 25 de septiembre de 2023 se dio la noticia que La Asociación Mutual La Correntosa tendrá el manejo de un “Módulo Despensa” en Villa la Angostura. Ya que fue seleccionada por el Programa de Infraestructura para Entramados Productivos Regionales del Ministerio de Obras Públicas de la Nación en la línea “Despensas”, como sede para la colocación de un contenedor equipado y destinado a la comercialización de productos de la Economía Social y Solidaria, entre otras 59 sedes distribuidas por el país. ([Noticias de Bariloche](#)).

Búsqueda “Grupo de consumo” Bariloche:

El 5 de julio de 2021 se dio a conocer la noticia que se Asignan 10,3 millones de pesos a las “Despensas Comunitarias” en Bariloche y que tienen un total de 1.042 miembros. La Municipalidad pagará los montos comprometidos en 8 pagos consecutivos, a partir del 1 de mayo pasado. El intendente Gustavo Gennuso dispuso otorgar subsidios a 9 proyectos comunitarios, que funcionan en varios barrios de Bariloche.

Gennuso otorgó subsidios por 1.310.400 pesos a las Despensas Comunitarias “Ciro”, perteneciente al territorio del CAAT 10, que tiene 125 miembros o familias, “Sol Naciente”, del CAAT 9, que tiene 144 miembros, “Mercado Nehuen”, del CAAT 8, con 150 familias, y “Mohana”, que funciona en el CAAT 1, que cuenta con 147 miembros.

Otorgó 1.019.200 pesos a las Despensas Comunitarias, “Del Oeste”, que funciona en el ámbito del CAAT 10, y tiene 93 miembros, “Vipu”, perteneciente al territorio del CAAT 7, con 93 miembros, “Suyai”, que funciona en el ámbito de los CAAT 5 y 6, y cuenta con 89 integrantes, “Eluney” del CAAT 4, con 101 familias, y “Hueney”, correspondiente a los CAAT 2 y 3, que la componen 100 miembros. ([Diario Río Negro](#)).

El 22 de noviembre de 2018, se llevó a cabo el festejo de cierre de año de las Despensas Comunitarias. Más de 500 familias forman parte del círculo virtuoso a través de las 8 Despensas Comunitarias: Mohana (CAAT 1), Hueney (CAAT 2/3), Eluney (CAAT 4), Suyai (CAAT 5), Vipu (CAAT 7), Mercado Nehuen (CAAT 8), Sol Naciente (CAAT 9), Ciro y Despencita del Oeste (CAAT 10).

El Plan de Territorialidad de la Secretaría de Desarrollo Social, Deportivo y Cultural, tiene como uno de sus objetivos promover la conformación y/o fortalecimiento del funcionamiento de las Despensas Comunitarias, a partir de la organización y participación democrática de las familias involucradas, como estrategia para mejorar la calidad de alimentación de los hogares, tendiendo a la autonomía y sustentabilidad de dichos grupos. ([Bariloche 2000](#) y [Diario El Cordillerano](#)).

El 30 de mayo de 2010, la Despensa Comunitaria Eluney festejó su cumpleaños. Es la primera de las tres despensas que se conformaron, y ya cuenta con más de un centenar de miembros. Se implementó por primera vez hace tres años, en el CAAT 4, y la experiencia ya se amplió a los CAAT 5 y 7. Según se indicó desde Desarrollo Social, se busca fomentar la organización de las familias comprendidas en el Programa "Seguridad Alimentaria", a partir de la implementación de un Grupo de Consumo Limitado, como una nueva estrategia de prestación alimentaria, complementaria a las desarrolladas por las familias, tendiente a lograr un mayor grado de autonomía y sustentabilidad de dichos grupos familiares. ([ANBariloche](#)).

El diario Río Negro, como celebración del Día Internacional de las Cooperativas (3 de julio de 2021) realizó una nota sobre “El trabajo cooperativo, una tarea fundamental en el andamiaje social”:

“Se lanzó recientemente la Mesa Agroalimentaria Argentina que componen más de 300 cooperativas, asociaciones de productores y pymes agrarias, que representan a más de 60.000 familias de 18 provincias agrupadas en la Unión de Trabajadores y Trabajadoras de la Tierra (UTT), el Movimiento Nacional Campesino Indígena Somos Tierra (MNCI ST) y la Federación de Cooperativas Federadas (FECOFE).”

“Según el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (Inaes) en 2020, surgieron 689 nuevas organizaciones cooperativas, mientras que durante los primeros cuatro meses del año en curso ya se registraron otras 263.”

“En la región, el cooperativismo vinculado a la producción de alimentos tiene larga trayectoria. Algunos de ellos, desde hace un tiempo comenzaron a trabajar el proceso de comercialización en clave solidaria, construyendo canales cortos de comercialización con las familias productoras y el comercio minorista. Se trata de otro modelo que busca abastecer mercados a través del diseño de canales cortos de comercialización, eliminando intermediarios, fomentando redes sociales, promocionando grupo de consumo y planificación de la producción.”

En este artículo, se describen varias cooperativas de la provincia y de alrededores, tales como: Cooperativa Frutícola de Neuquén Ltda., Cooperativa Apícola Comahue, Cooperativa Frutihortícola Productores de Oro Limitada, Cooperativa de Productores Ltda de Río Colorado, Cooperativa Ganadera Indígena Ltda, Cooperativa de trabajo los manzanares, Cooperativa Manos Unidas, Cooperativa Aromáticas Alto Valle, Cooperativa Cae Babylon y Cooperativa de trabajo Mujeres de Oro en Acción.([Diario Río Negro](#)).

Busqueda "Grupo de compras comunitarias" Rio Negro:

En una nota del 11 de marzo de 2016 hecha sobre el barrio Nahuel Hue (Bariloche), cuenta sobre un grupo de 11 mujeres pertenecientes a un grupo de compras comunitarias (no dice el nombre) se organizó en el centro cultural y se encargan de comprar frutas y verduras en el Mercado Comunitario para después comercializarlas en el barrio a un precio justo. ([ANBariloche](#))

Búsqueda "Grupo de compras comunitarias" site:almargen.org.ar

Según una nota periodística de 23 de junio de 2022 que trata sobre “Grupos de compras: una alternativa de alimentación sana a precio justo”, nos cuenta que a fines de 2019 se creó la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos junto a docentes investigadores de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN) y técnicos del INTA relevaron los circuitos cortos de producción y consumo organizados. Además cuenta que “Un total de 11 organizaciones de consumo se distribuyen en la región andina (5), la atlántica (3), Villa La Angostura (1) y el resto en la geografía de la provincia. Siete organizaciones relevadas iniciaron sus actividades en los últimos cinco años, lo que explica lo novedoso de un fenómeno integrado en un 63% por mujeres.”

Y por último nos dice los nodos que existen en Bariloche:

Al Margen: con seis años de trayectoria, involucra a 300 familias y 50 productores de la economía social y popular de la ciudad y la región y cooperativas de otras ciudades.

MTE: ofrece bolsones de frutas y verduras a trabajadores de la economía popular.

Copate: organización que ofrece productos de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos.

Soberana: ofrece productos de la agricultura familiar y de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos a familias no organizadas. Contacto: Soberana Bariloche (Facebook e Instagram)

Hecho en Los Coihues: organiza a 100 familias del barrio y alrededores que se proveen de elaboradores y productores de alimentos y otros rubros.

Aillú: articulación de 15 familias de Bariloche con productores de verduras y frutas, aromáticas y otros productos elaborados en la región y en otras provincias.

Piuké: comercializa productos de colectivos agroecologistas.. Contacto: (294) 441-6193. ([Al Margen](#)).

“Organización de consumo” site:almargen.org.ar

Al Margen tiene varias notas donde se hablan de los nodos de consumo, teniendo como actor principal a la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos:

El 13 de mayo de 2021, 22 mil kilos de verduras agroecológicas producidas por el colectivo agroecológico de Viedma y gestionadas a través de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos en conjunto con el Mercado Comunitario Bariloche. Permitió que miles de familias de Bariloche, Jacobacci y Villa la Angostura pudieran acceder a alimentos saludables a un costo razonable. ([Al Margen](#)).

La nota del 4 de abril de 2022, llamada “Para un cambio verdadero caminar distinto”, trata sobre el establecimiento y crecimiento de un Nodo en Ingeniero Jacobacci. ([Al Margen](#)).

La nota del 17 de mayo de 2021, llamada “¿Quién produce nuestro alimento?”, habla sobre la importancia y logros que se están consiguiendo gracias a la creación de nodos. ([Al Margen](#)).

La nota del 15 de julio de 2022, llamada “La ruta popular de los alimentos”, nos cuenta que “La UTT inauguró el Corredor Patagónico Soberano, un recorrido en camión que articula geografías y producciones locales para abastecer las mesas argentinas a precios justos para familias productoras y consumidoras. Una salida colectiva por abajo que se opone a la concentración económica por arriba.” ([Al Margen](#)).

La nota del 22 de septiembre de 2023, llamada “Los nodos del consumo”, también nos habla de la importancia de los nodos de consumo y como afecta positivamente en la vida de las personas. ([Al Margen](#)).

También Al Margen tiene notas sobre la importancia de la reapertura del Mercado Municipal:

La nota del 6 de enero de 2022, llamada “El presente y futuro inmediato del Mercado Comunitario de Bariloche”, nos cuenta sobre la Sesión del Concejo Deliberante donde se trató la continuidad del Mercado Comunitario. ([Al Margen](#)).

La nota del 7 de septiembre de 2024, llamada “Volvieron a reclamar la reapertura del mercado municipal” nos cuenta sobre la realización del “verdurazo”. Esta iniciativa de organizaciones de frutihorticultores y grupos de compras de Bariloche, reclaman la reapertura

del Mercado Comunitario Municipal. Vendían comestibles a menor precio y sin químicos. En poco menos de dos horas, se vendieron los 500 kilos de verduras y frutas y sopa que productores de la región. Además se cuenta sobre la historia del cierre del mercado municipal. ([Al Margen](#)).

Grupos/Organizaciones:

Nos pareció interesante el buscar información de algunos grupos / organizaciones de compras colectivas. Gran parte de la información registrada se hizo mediante google, buscando la organización/grupo, más el sitio web de noticias, ya sea Local (Bariloche2000, ANBariloche, Al Margen y ElCordillerano) o provincial (Diario Río Negro).

Como antecedente también podemos contar a la desarrolladora de la página de compras de GCC, **Animus**. Es una empresa cooperativa de tecnología dedicada al diseño y desarrollo de software. Se formó en Bariloche en 2007 y se conformó como cooperativa de trabajo en 2018. Son especialistas en desarrollo web, aplicaciones móviles, sistemas a medida, diseño y comunicación, con una larga trayectoria y formación en los rubros que abarca la cooperativa. Brindan soluciones digitales a actores relevantes del ecosistema científico y tecnológico de Bariloche. Han realizado trabajos para INVAP, CNEA, el Instituto Balseiro y CONAE, entre otros. También han provisto servicios para empresas, organismos públicos y otras cooperativas del país, tales como el Ministerio de Turismo de la Nación, las Cooperativas Eléctricas de Puerto Madryn, Saladillo y Bariloche, medios de comunicación y empresas gastronómicas y hoteleras. Actualmente, exportan servicios como software factory y consultores al BID en Estados Unidos y a eCrome Digital AG en Europa. (Pitbariloche)

Según su página web consideran que tienen una participación democrática ya que deciden colectiva y autónomamente qué proyectos encarar, la dirección estratégica y la forma de organización. Tienen un compromiso social: “Valoramos las comunidades a las que pertenecemos, por eso buscamos contribuir, a través de la tecnología, al avance de una sociedad más equitativa”. Desarrollaron el “changuito virtual para recibir pedidos” (Al Margen) y la app de canal seis (Bariloche2000).

Además del Grupo de Compras Comunitarias de **Al Margen**, existen otros grupos de compras que existen en Bariloche y en la región, estos también los podemos contemplar como antecedentes. Comenzaremos a describirles algunos de ellos, pero primero se describe la red de alimentos que usualmente utilizan las organizaciones para el movimiento de mercancías, siendo esta la **RED de alimentos Cooperativos Patagónicos**.

La Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos se nos presenta en su página web como la idea de compararse con el ciclo de vida de las plantas, está dividida en cuatro etapas: germinación, establecimiento, desarrollo, floración y fructificación:

La primera etapa (Germinación): nos cuenta su nacimiento que en una asamblea de 2019 se termina de dar forma a “algo que muchos de nosotros ya veníamos sintiendo, sumado a una necesidad incipiente y generalizada que es la soberanía alimentaria”. Aquella reunión

fue solamente el inicio formal, podemos buscar su verdadero nacimiento en “la búsqueda de la gente que estuviera interesada, y las organizaciones en quienes confiamos para llevar adelante esta tarea. A partir de septiembre del 2019, una nueva vida surge de la oscuridad.”

La segunda etapa (Establecimiento): A menos de medio año del nacimiento se sufrió la pandemia COVID. A pesar de sufrir varios cambios y metamorfosis, nueva gente se unió a la causa y se expandió un poco el círculo, se dictaron algunos lineamientos a seguir para la organización como la asamblea que debe realizarse al menos una vez al año, para debatir entre todos; se dividieron los territorios según la zona geográfica, entre 5 zonas que corresponden a las regiones de: Zona Sur (Maquinchao, Ing. Jacobacci, y Comallo), Zona Andina 1 (Bariloche y alrededores), Zona Andina 2 (Villa La Angostura, San Martín de los Andes, Aluminé-Ruca Choroy y Picún Leufú), Zona del Alto Valle (Neuquén-Cipolletti, Fernández Oro y Fiske Menuco/Gral. Roca) y Zona Valle Inferior (Viedma-Patagones y alrededores). En cada una de estas regiones se montó una delegación para coordinar las actividades de la zona, y cada una eligió un delegado para representarlos en las asambleas y generar una retroalimentación según los requerimientos de cada zona.

Tercera Etapa (Desarrollo): En cada asamblea, los representantes compartían sus necesidades y sus producciones. Algunas de las organizaciones están consolidadas, otras son nuevas, y algunas están en gestación. Hay organizaciones formales (con personería jurídica) e informales. Todas tienen los mismos derechos y obligaciones. La mayoría son de consumo, aunque también las hay mixtas (de producción y consumo) por lo que nutrir todas estas facciones es difícil, aunque “cada día nos acercamos más al ideal”.

Cuarta Etapa (Floración y Fructificación): Consiste en generar los nodos (Locales, Regionales y Zonales) que le permitieran a la gente acercarse a recibir lo que sus vecinos y/o productores varios, tenían para ofrecer. (Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos)

Colsecornoticias se nos presenta como una organización que “desde 2019 trabaja para conectar a productores locales con consumidores de las ciudades y localidades de la región. Más de dos mil familias de la zona -Bariloche, Neuquén, y localidades del Valle y de la Línea Sur de Río Negro- forman parte de esta red.”

Según una entrevista realizada por Al Margen: “La Red tiene varios nodos de funcionamiento en San Martín de los Andes, Fernández Oro, Fiske Menuco, Picún Leufú y El Bolsón. Todos estos nodos tienen funcionamiento permanente con abastecimiento por parte de la Red Nacional de Alimentos Cooperativos y por abastecimientos locales, desde estos vínculos de cercanía, de precio justo, de producción orientada a crecer hacia la agroecología y la soberanía alimentaria. Tenemos el cooperativismo como herramienta e ideología; en cuanto a los vínculos humanos, a las relaciones interpersonales y nuestro vínculo con la naturaleza.”

En Bariloche se ubica en donde anteriormente solía funcionar el Mercado Comunitario, un espacio creado hace más de cinco años donde se comercializaban alimentos de productores de la zona, cooperativas de agricultura familiar y pequeños emprendimientos. El Mercado, de gestión conjunta entre el Municipio y organizaciones de la economía popular, cuenta con cámaras frigoríficas y un galpón de 600 metros cuadrados que solía alojar góndolas, estanterías, oficinas. (Colsecornoticias)

Este espacio pertenecía al Mercado Comunitario, en 2016 la secretaría de Innovación, Producción y Empleo de Bariloche concretó la mudanza del Mercado al predio de la calle

Vereebrugghen, al este de la ciudad, alejado del centro y de los barrios donde había funcionado desde su inauguración, dos años antes. (Bariloche 2000)

Comenzaremos con el repaso de antecedentes de grupos similares al GCC por el grupo del que surgió la idea, **Copate**:

Al Margen la describe como una “organización que ofrece productos de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos”. Además, extrayendo de la entrevista realizada al GCC, este grupo es cerrado, está limitado a 40 familias y no existe un grupo pequeño que gestione todo, sino que las 40 familias participan de la gestión del grupo.

Siguiendo en Bariloche, existe el grupo llamado **Hecho en Los Coihues**:

Es un proyecto cooperativo y comunitario que quiere ser un puente entre quienes producen en el barrio y quienes consumen. Para cualquier tipo de productos y servicios, los más abundantes son alimentos. Esa intermediación quiere ser corta y directa y quiere puntear las otras formas de aprovisionamiento que tenemos que hoy están dominadas por las grandes cadenas de supermercados. Hay estudios que dicen que en ciudades medianas el 70% del gasto de la familia ocurre dentro de los supermercados. Nosotros no sólo queremos llevar productos de calidad a las familias y aumentar la producción de los productores locales, queremos construir otra economía.

Hay 34 productores y productoras participando activamente. Por ahora la condición de participar es ser de Los Coihues y adherir a la lógica comunitaria del proyecto. Apuntamos a la soberanía, sabiendo que el capitalismo nos va a ofrecer un montón de cosas, consumamos lo que se pueda acá. Hay que combatir esta cultura que lo resuelve todo en el supermercado.

Organiza a 100 familias del barrio y alrededores que se proveen de elaboradores y productores de alimentos y otros rubros. (Al Margen)

Moviéndonos a la zona sur existe la **UTT (Unión de Trabajadores y Trabajadoras de la Tierra) del Bolsón** (Mercado):

Se presentan en su página web como una organización nacional de familias pequeño productoras y campesinas que luchamos por una sociedad más justa e igualitaria con soberanía alimentaria. Hoy organiza a más de 22 mil familias productoras de alimentos, nucleadas por grupos de bases en 20 provincias del país, que se dedican a la producción de frutas y verduras, crianza de animales, producción de granos, de lácteos y pequeñas agroindustrias.

Diariamente se desarrollan actividades para fortalecer la producción para la soberanía alimentaria, promoviendo la transición a formas de producción agroecológicas que nos liberen del paquete tecnológico y del dominio del capital financiero y agroindustrial sobre la producción de alimentos.

Se organizan desde el territorio y de manera democrática, se construyen líneas de trabajo para transformar este modelo. Los grupos de base que se constituyen por familias que se reúnen en una asamblea mensual y eligen a sus referentes de áreas y delegadxs, que participan de la reunión Regional (donde se juntan con los delegadxs de las bases de la zona).

Por último, delegadxs regionales se reúnen a nivel nacional en la Mesa Nacional, que es nuestro máximo órgano de decisión. También creamos secretarías y áreas nacionales para la construcción de políticas y herramientas desde y para la organización, como la agroecología, la comercialización, el trabajo de género, alimentación sana, prensa y otras.

En su página web, **Hecho en Esquel** se nos presenta como un proyecto que quiere vincular de manera directa a consumidores y productores locales. Nació del diálogo entre la Universidad, los productores y la Municipalidad y quiere favorecer la producción local y el consumo consciente. Además, el diario La Portada nos lo presenta como el emprendimiento que reúne a emprendedores locales, ofrece 150 productos de todo tipo a través de un catálogo digital al que se puede acceder por WhatsApp. El proyecto se encuentra en pleno crecimiento y busca fortalecer la producción local.

Los productores de Hecho en Esquel ofrecen una gran variedad de productos: alimentos, manualidades, artesanías, cosméticos, chocolatería, servicios, entre otros.

En la página web de **Hecho en Trevelín** se nos presenta como un proyecto que quiere ofrecer a la comunidad una forma práctica de encargar productos locales. Es un canal directo, colaborativo, sin intermediarios, para fomentar la producción local y el consumo consciente. Nace del diálogo entre emprendedores, artesanos y productores de Trevelin y la Universidad Nacional de la Patagonia.

La Asociación Mutual La Correntosa (VLA) es la primera Mutual de la historia de Villa La Angostura, nacida en plena pandemia. Su objetivo principal es incentivar la participación de la comunidad local en proyectos de economía solidaria, caminar hacia la soberanía alimentaria, impulsar y promover los valores del asociativismo como herramienta para la transformación social, generar un espacio de producción y comercialización basado en el precio justo, desarrollar talleres deportivos y brindar servicios educativos y culturales para la comunidad.

Por este trabajo, la localidad fue seleccionada por el Programa de Infraestructura para Entramados Productivos Regionales del Ministerio de Obras Públicas de la Nación, como sede para la colocación de un contenedor equipado Módulo Despensa. La unidad estará destinada a la comercialización de productos de la Economía Social y Solidaria, entre otras 59 sedes distribuidas por el país.

La concreción de este proyecto fue llevado a cabo entre el Ministerio de Obras Públicas Nación, la Asociación Mutual La Correntosa y la Municipalidad de Villa La Angostura quien cedió el terreno y asesoró en toda la gestión. El Módulo despensa estará llegando a principios del mes de octubre, y será gestionado por la Asociación Mutual con la articulación de la Dirección de la Economía Social del Municipio. (Las mutuales (El Portal de las Mutuales))

Ya saliendo de la zona sur también podemos encontrar otras organizaciones, como **El Arca (Mendoza)**:

En su página web se consideran una Empresa de Gestión Social que promueve Comunidades Prosumidoras (productoras y consumidoras a la vez) vinculando pequeños productores con redes de familias, empresas, organizaciones sociales.

Según la página de la provincia de Mendoza, se considera una organización social que vincula pequeños productores con consumidores responsables. Desde 2006 que crecemos generando trabajo, distribuyendo riqueza y promoviendo el consumo consciente. Proponen garantizar productos de excelente calidad, concientizando a los consumidores del impacto y beneficio que producen en las familias productoras. Promover una equilibrada distribución en la cadena de comercialización y producción, asegurando así un valor económico, social y ambiental.

Ofrecen a los pequeños productores un espacio desde donde mejorar la cantidad y la calidad de la producción a través del esfuerzo y el trabajo asociativo, una herramienta de comercialización de productos de calidad; a los consumidores responsables el contacto directo con el productor, productos de calidad y buen precio, ser parte de una red de consumo que hace posible el trabajo de muchas familias emprendedoras mendocinas; a la sociedad mendocina la oportunidad de participar en la construcción de un sistema de economía solidaria que integre a los que menos oportunidades tienen.

Ofrece diversos productos y servicios, organizados en 3 Áreas de Producción y 1 Área de Servicios: Área Textil, Área Alimentos, Área Artesanías y Área de Servicios.

A pesar de no ser de la zona, nos pareció necesario agregar al **Mercado Solidario Bonpland** debido a su importancia:

El Mercado nace en el año 2003 como un proyecto compartido entre asambleas populares, cooperativas, Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) y grupos de pequeños productores. Su funcionamiento se basa en el fomento de la economía solidaria y la producción autogestiva. En este Mercado, se pueden comprar productos de distintos rubros, elaborados de forma responsable, con una cadena de comercio justa y cuidando el planeta, entre los que se cuentan: Frutas, Verduras, Productos regionales e Indumentaria. (Buenos Aires).

Papers

Búsqueda: “Organización de compras”:

La legislatura de la Provincia de Río Negro declara en su artículo 1 “De interés económico, productivo, social y educativo el proyecto de la Fundación Escuela Agraria Alto Valle Este, de la ciudad de Villa Regina, que propone la construcción de una Planta de Extracción , Almacenamiento y Fraccionamiento de Miel.” Con uno de sus objetivos el lograr “Organización de compras y ventas conjuntas y explorar nuevos mercados al contar con ofertas volumen de productos de calidad homogénea y con posibilidad de sostener ofertas en el tiempo.” ([Legislatura de Río Negro](#)).

El Informe Final de septiembre de 2021 sobre “De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro” (Evelyn Colino) habla sobre algunas organizaciones de compras/consumo como Copate, Cooperativa Surgente (Línea Sur), la Asociación Hortícola de Alto Valle y Al Margen. ([Informe final-Colino UNRN - Covid Federal.pdf](#)).

Se realizó un trabajo preparado para su presentación en el III Congreso Nacional de Desarrollo Territorial cuyo título es “El mapeo de circuitos cortos de abastecimiento alimentario” en el cual participan organizaciones de Bariloche y la línea sur. “Como ejemplo de trayectoria en el territorio podemos mencionar las experiencias pioneras de compras conjuntas realizadas por varias organizaciones de Bariloche a productores hortícolas cooperativizados del Valle del Idevi en Viedma, cuyos productos eran transportados por tren (2009-2012) atravesando la provincia una vez por mes. Hoy, entre las organizaciones que se destacan por su organización y dinámicas territoriales, encontramos la comercializadora de la economía popular Ñuke Mapu, hoy Nodo de Consumo Soberano, en el Alto Valle del Río Negro (2014-actualidad) que a través de una organización autogestionada intermedia con productores familiares y cooperativas; el Nodo de consumo Al Margen de la ciudad de Bariloche; la Cooperativa Ganadera Indígena de Ingeniero Jacobacci que desde el año 1971 nuclea 180 pequeños productores ganaderos, y que llevan adelante múltiples estrategias de consumo hacia sus asociados; la Cooperativa Surgente (Línea Sur); la Asociación Hortícola de Alto Valle; el Grupo de consumo Copate de Bariloche; la Cooperativa Aromáticas del Alto Valle y la Cooperativa Apícola de Fernández Oro, entre tantos otros.

Los nodos o grupos autogestionados de consumo representan una figura novedosa que surgieron con fuerza en los últimos años. En general, son familias que se organizan para elegir qué y a quiénes comprar de manera conjunta. Por citar un ejemplo, el nodo de consumo del Colectivo Al Margen funciona desde 2014 y reúne a más de 300 familias de Bariloche que mensualmente acceden a una canasta de más de 150 alimentos provenientes de la ESPyS y la AF. Dadas las distancias en Patagonia a los grandes centros proveedores, estos grupos aportan una solución a la logística de traer productos extra-regionales a precios más accesibles por los volúmenes que manejan, es el caso de la yerba, que generalmente se compra directamente a cooperativas yerbateras de Misiones, el azúcar, el aceite, harina y otros alimentos de primera necesidad.” ([UNRN](#)).

El 27 de septiembre de 2022 se presentó el proyecto de ordenanza N° 581/22 en el cual se declara de interés municipal el tercer aniversario de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos.([PROYECTO 581-22 - Consejo de Bariloche](#)).

Aristimuño Francisco Javier del CONICET en 2022 realizó un trabajo de investigación sobre el “Fortalecimiento del Grupo de Compras Comunitarias de la Asociación Civil Colectivo al Margen”. ([CONICET](#))

Artículos de medios de comunicación:

- “Un proyecto de extensión de la UNRN protege los intereses de los consumidores en Bariloche” en el portal de noticias de la UNRN. 13 de octubre de 2022 [UNRN | Universidad Nacional de Río Negro](#)
- “800 familias participan de las redes de consumo asociativas” en diversos medios. 21/22 de septiembre de 2014. [Bariloche2000](#), [ADN Río Negro](#).
- “Grupos de compras: una alternativa de alimentación sana a precio justo” por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen. 23 de junio de 2022. [Al Margen](#)
- “La cooperación necesaria” por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen. 3 de noviembre de 2022. [Al Margen](#)
- “Alimentos cooperativos, orgánicos y patagónicos”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen. 9 de abril de 2021. [Al Margen](#)
- “Redes para una producción y un consumo soberano”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen. 13 de mayo de 2021. [Al Margen](#)
- “Grupos de compras: Ahorro, conciencia y trabajo”, Revista Al Margen N°79. 29 de marzo de 2017. [Revista Al Margen N° 79](#)
- “Una red agroecologista vincula a cooperativas de productores y consumidores”, por Télam. 22 de mayo de 2022. [Télam](#)
- “Del Valle a Bariloche: alimentos a precio social en los barrios”, por diario Río Negro. 15 de junio de 2020. [Río Negro](#)
- “Se fortalece la unión de consumidores y productores en la Patagonia Norte”, por diario Río Negro. 24 de enero de 2021. [Río Negro](#)
- “Se inauguró un nuevo espacio de comercialización en La Seccional Lago Gutiérrez”, en varios medios. 7 de noviembre de 2023. [Económicas Bariloche](#), [El Cordillerano](#), [ANBariloche](#)
- “Una feria con productos regionales para fortalecer la economía popular”, en ANBariloche. 23 de septiembre de 2023. [ANBariloche](#)
- “Redoblan la presión para que el municipio de Bariloche no cierre el mercado comunitario”, en diario Río Negro. 23 de diciembre de 2021. [Río Negro](#)
- “Tejiendo redes: la experiencia de la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos.” Entrevista a Carlos Isarola. Revista Idelcoop N°237. Julio de 2022. [Revista Idelcoop N°237](#)
- “Una red que vincula a cooperativas de productores y consumidores”, en Colsecor noticias. 23 de mayo de 2022. [Colsecor noticias](#)

Papers y publicaciones científicas:

- [Jornadas Patagónicas Desarrollo territorial, VLC.pdf\(unrn.edu.ar\)](#)
- [Informe de avance_PCESU9-UNRN762.pdf](#)
- [Economía social y solidaria en la patagonia norte: Experiencias, saberes y prácticas. Casos y reflexiones \(scielo.org.ar\)](#)
- [Economía social y acción colectiva. El caso de la economía barilochense de pequeña y microescala - Dialnet \(unirioja.es\)](#)

- [COLINO - HENRIQUEZ - SAVARESE.pdf \(unrn.edu.ar\)](#)
- [Vista de De Pandemias y seguridad alimentaria \(ungs.edu.ar\)](#)

Leyes, ordenanzas y entes

- [Proyecto de Ordenanza: Se declara de interés municipal el tercer aniversario de la red de alimentos cooperativos patagónicos \(2022\) - Concejo de Bariloche](#)
- [Ley 4499 - Legislatura de la provincia de Río Negro \(legisrn.gov.ar\)](#)
- [Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos \(redalimentos.blogspot.com\)](#)
- [PROYECTO 581-22 SE DECLARA DE INTERES MUNICIPAL EL TERCER ANIVERSARIO DE LA RED DE ALIMENTOS COOPERATIVOS PATAGONICOS.pdf \(concejobariloche.gov.ar\)](#)

Grupos y organizaciones

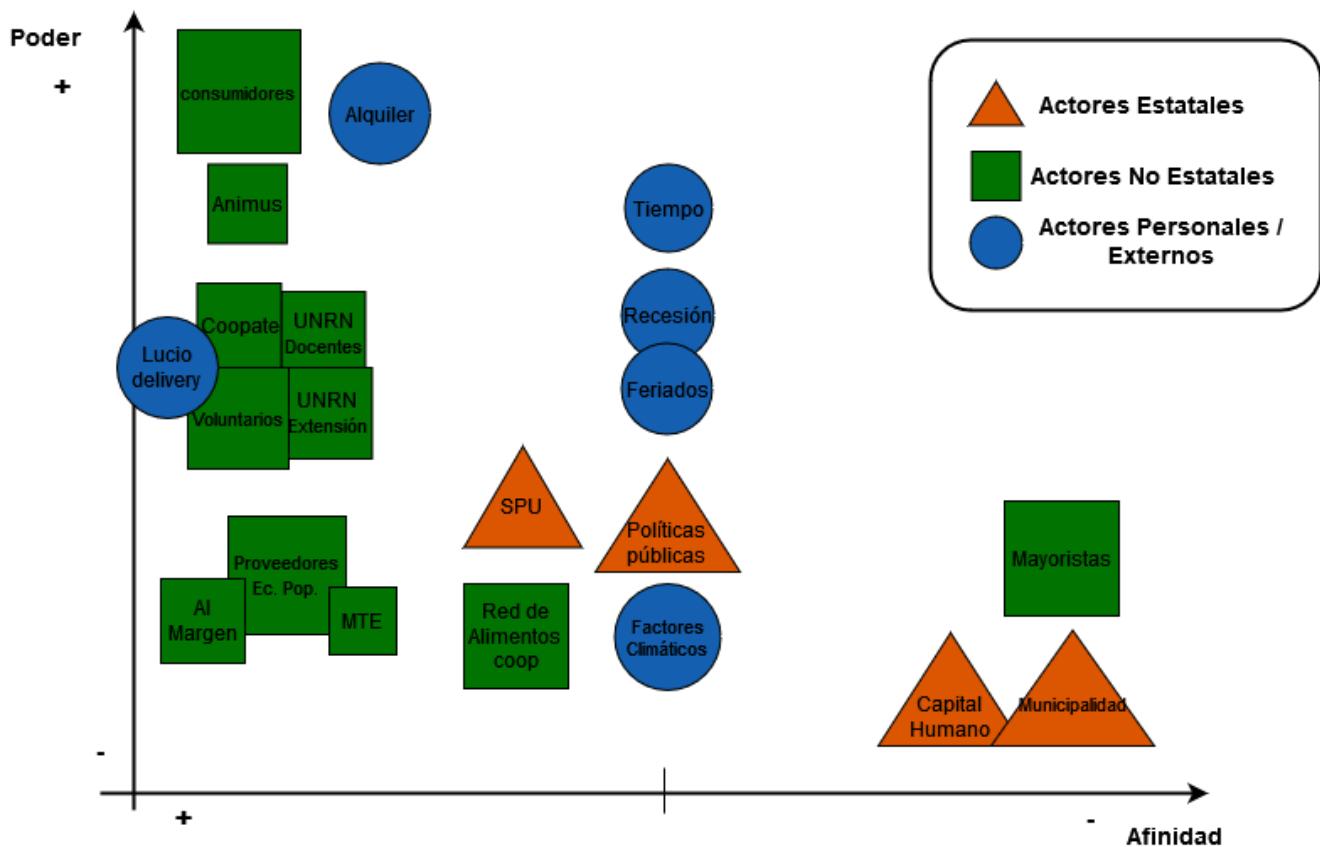
- Página web de Animus. [ANIMUS](#)
- Animus Coop, por el Parque Productivo Tecnológico Industrial Bariloche. [PITBariloche](#)
- “Se conformó la primera cooperativa de software en Bariloche”, por diario Río Negro, 6 de mayo de 2019. [Río Negro](#)
- “La cooperación necesaria”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen, 3 de noviembre de 2022. [Al Margen](#)
- “Bariloche tiene su primera cooperativa de software”, por diario ANBariloche, 6 de junio de 2019. [ANBariloche](#)
- “Ésta es la Seis App, decile hola”, por diario Bariloche 2000, 2 de febrero de 2015. [Bariloche2000](#)
- “Buscan conectar nuevamente con productores y consumidores”, por diario Bariloche2000, 22 de mayo de 2022. [Bariloche 2000](#)
- “Piden que se reactive el Mercado Comunitario”, por diario ANBariloche, 29 de julio de 2024. [ANBariloche](#)
- “Alimentos cooperativos, orgánicos y patagónicos”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen, 9 de abril de 2021. [Al Margen](#)
- Página web de Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos, 9 de diciembre de 2023. [Red de Alimentos Patagónicos](#)
- “Una red que vincula a cooperativas de productores y consumidores”, por diario COLESOR, 23 de Mayo de 2022. [COLSECOR](#)
- “Positiva articulación para traer a Bariloche verduras agroecológicas del Valle Inferior”, por Bariloche Informa, 12 de mayo de 2021. [Bariloche Informa](#)
- “Grupos de compras: una alternativa de alimentación sana a precio justo”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen, 23 de junio de 2022. [Al Margen](#)
- Página de operatoria de Hecho en los Coihues. [HECHO EN LOS COIHUES](#)
- Página web de Hecho en los Coihues. [Hecho en Los Coihues \(pxw.com.ar\)](#)
- “Hecho en Los Coihues: Combatir la cultura del supermercado”, por la Cooperativa de Comunicación Popular Al Margen, 22 de diciembre de 2020. [Al Margen](#)

- “Se inauguró del Almacén UTT El Bolsón”, por la Unión de Trabajadores de la Tierra, 15 de octubre de 2023. [Union de los trabajadores por la Tierra](#)
- “La UTT lleva su producción a los barrios de El Bolsón”, por la Unión de Trabajadores de la Tierra, 7 de febrero de 2024. [Unión de Trabajadores de la Tierra](#)
- Página web para realizar pedidos de Hecho en Trevelín. [Hecho en trevelin](#)
- Links de acceso para La Correntosa. [La correntosa](#)
- “Mutual La Correntosa: la construcción de una economía solidaria”, por diario Andino, 27 de abril de 2023. [Diario Andino Digital de Villa La Angostura y La Patagonia](#)
- “Accionan por una economía que incluya a todos los sectores”, por página web de la Mutual, 31 de octubre de 2023- [Las Mutuales](#)
- Página web de El Arca. [El Arca Mendoza](#)
- El Arca, por la página web de la provincia de Mendoza. [Mendoza](#)
- El Arca - Productores + Consumidores, por la página web de la provincia de Mendoza. [Mendoza](#)
- “Mercado Bonpland, economía solidaria en las calles de Palermo”, por la página de la República Argentina. [Argentina](#)
- “Mercado Bonpland”, por el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. [Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires](#)

Mapeo de Actores

A continuación procederemos a comentar el mapeo de actores que se realizó junto al grupo de compras en una reunión realizada el viernes 18/10, dicha tarea fue posible gracias a una invitación al espacio de parte del grupo luego de la reunión de balances que realizan al término de cada operatoria mensual.

El tema elegido para realizar el mapeo, y que se le dió como consigna al grupo fue la sostenibilidad del grupo de compras. En la siguiente figura se encuentra el gráfico resultante de la actividad realizada con el grupo de compras. Se optó por digitalizarlo para que fuera más legible en el documento, ya que las fotografías que se hicieron del original eran complejas de leer. Y a partir de este gráfico, se procederá a explicar a fondo cómo fue la experiencia y detallar aspectos de cómo surgieron algunos actores, discusiones que se encontraron los miembros del grupo al pensar esta actividad y en general hacer una explicación de la actividad y una reflexión sobre su resultado.



Mapeo de actores realizado por el grupo de gestión del GCC

En el gráfico se pueden observar veintiún actores diferentes, se encuentran destacados por formas y colores que los agrupan de acuerdo al tipo de actor al que hacen referencia, por una cuestión de tiempo y falta de material a mano para poder hacer una diferenciación clara, los actores que hacen referencia a personas específicas y aspectos más abstractos quedaron agrupados juntos. También aquellos carteles que se encuentran encimados y en contacto, originalmente se encontraban todos en un mismo nivel de relación entre poder y afinidad pero se ampliaron para poder ser legibles.

Al momento de pensar en qué actores intervienen en el grupo, tomaron en cuenta aquellos actores que actualmente hacen a la sostenibilidad del grupo y también otros que tuvieron en su momento una incidencia importante, pero que actualmente no lo son tanto. Se les incentivó a que los incluyeran ya que actualmente siguen presentes en el vínculo con el grupo y que son importantes también para que quede reflejado y contrastado con aquellos actores que tienen un vínculo muy potente. A su vez, también surgió una dinámica en torno a lo que actualmente es el Ministerio de Capital Humano que absorbió lo que antes era el Ministerio de Desarrollo y comentaban que en su momento surgieron proyectos muy beneficiosos, pero que en la actualidad no existe tal vínculo. Dada esta situación se les comentó que se podían pensar como dos actores diferentes y es lo que terminaron realizando, aunque el Ministerio de Desarrollo Social quedó englobado dentro de lo que son políticas públicas. Otro actor que causó cierta discusión sobre su inclusión fue el Colectivo Al Margen, dado que fue crucial para el nacimiento del grupo y sigue habiendo vínculo con gran parte de

las personas que lo constituyeron en su momento, pero dada, la situación actual del colectivo (se fragmentó y disolvió en gran medida), dudaron si incluirlo o no y e incluso cierta tensión cuando se lo mencionó por primera vez, cosa en la que no abordaron de por qué.

Finalmente, cuando se terminó la dinámica de reconocer actores, se les dieron las pautas sobre cómo ordenar los actores en el gráfico. A lo que comenzaron a discutir sobre la importancia de algunos actores y comenzaron principalmente por aquellos más afines y a medida que se desarrolló la actividad surgieron algunos puntos interesantes sobre cómo definían la importancia de cada uno, principalmente en cómo usaban algunos de los actores que mejor pudieron caracterizar para usarlos a modo de patrón o referencia para agrupar y ordenar otros que quizás hasta antes de la actividad no habían pensado tan a fondo la incidencia que tienen con el grupo, caso Copate, a quien pudieron definir su posición rápidamente y les fue útil como referencia al incluir a los actores relacionados con la UNRN, quienes a primera vista no identificaron rápidamente y al analizarlos se dieron cuenta de la importancia de su participación en su momento para poder estar en donde se encuentran hoy en día, además de que luego de eso el vínculo se ha mantenido y han participado en más actividades conjuntas. Otro aspecto destacable en esta parte de la actividad fue cómo a algunos miembros del grupo asociaban la palabra “poder” de manera negativa y no les gustaba la idea de que actores externos pudieran llegar a tener tal capacidad de incidencia sobre ellos. Junto con este punto del poder también comentaron cómo algunos actores que dentro del análisis previo realizado de la materia se imaginan como con un poder mayor dentro del grupo, en el análisis que ellos efectuaron fue completamente opuesto, como son los casos de los productores de la economía social, quienes a pesar de formar $\frac{2}{3}$ de los proveedores del grupo, se los destacó por ser más dependientes ellos del grupo, que el grupo de ellos. Misma situación ocurrió con las políticas públicas, comentando ellos que se mantienen gracias a su trabajo propio y que se formaron de esa manera, que las políticas públicas, dado el caso pudieron ser beneficiosas pero no necesarias para que el grupo de compras funcione y que esta dinámica actualmente es más notoria que antes.

Proceso de toma de decisión

Tras la entrevista con Mariano y Pipi realizamos un listado de los problemas y desafíos que identificamos del GCC, y después debatimos de cual de estos estamos más capacitados para enfrentar. Con esto, descartamos una gran cantidad y quedamos con tres. A continuación se mostrará un listado con los problemas y desafíos identificados.

- **Incertidumbre:** Ante la situación del país, el proyecto presenta cierta incertidumbre respecto a su mantenimiento.
- **Aumento de ventas y aumento de asociados:** Buscan crecer el grupo al haber dividido la operatoria en dos. Pero al ser un grupo que se ingresa por invitación, se dificulta la forma del aumento de asociados.
- **Manejo de Carrito:** Buscan ser más independientes de Animus, además que necesitan tener un manual del usuario para el manejo de este, ya que solo unos pocos integrantes saben funciones claves que al faltar generar una gran dependencia de estos.

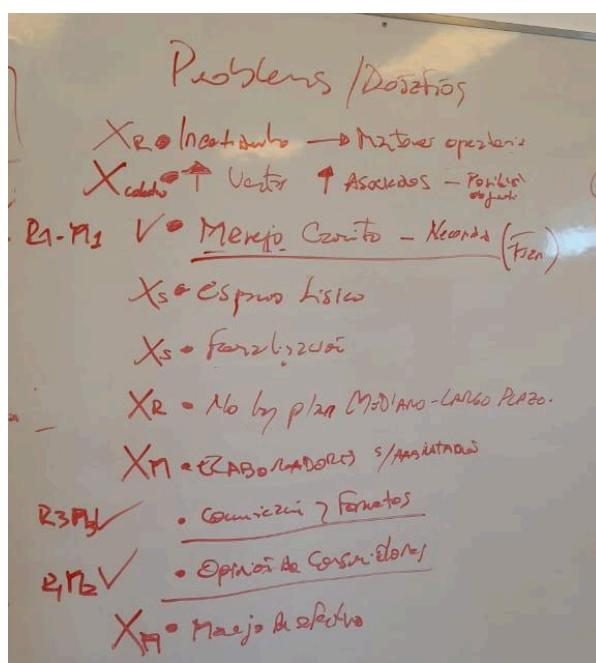
- **Espacio Físico:** Buscar agrandar el espacio de trabajo.
- **Formalización:** Buscan formalizar al GCC mediante la creación de una persona jurídica.
- **No hay plan a mediano y largo plazo:** No tienen planes a mediano ni a largo plazo, es un proyecto que se maneja más de día a día.
- **Elaboradores sin habilitación:** Existen elaboradores que no tienen la habilitación de cocina.
- **Comunicación 2 Formatos:** Los miembros se contactan con sus proveedores de formas distintas y buscan llegar a una forma unificada que sea lo más eficiente posible.
- **Opinión de Consumidores:** Para mejorar con el servicio que ofrecen, se recomienda tener un “feedback” con sus consumidores.
- **Manejo de efectivo:** Al no estar formalizado, no tienen una cuenta de banco a nombre del grupo y ello lleva a que los pagos de los consumidores se realicen en grandes cantidades de efectivo.

Al llegar a este punto, realizamos una votación en la cuál elegimos las problemáticas y desafíos que más nos interesaba abordar. El sistema de esta votación fue del 1 al 3, siendo el 1 el de mayor puntaje. Cabe destacar que en esta votación sólo participaron Rodrigo (R) y Matías (M), ya que Ariel no estuvo presente en dicha clase debido a la mesa de Exámenes Extraordinarios.

El resultado de la votación fue la siguiente:

1. Manejo de Carrito (R1, M1)
2. Opinión de Consumidores (R1, M2)
3. Comunicación 2 Formatos (R3, M3)

Al finalizar con la votación se llegó al veredicto de trabajar en el Manejo de Carrito.



Votación por el problema/desafío a encarar

Carrito de Compras

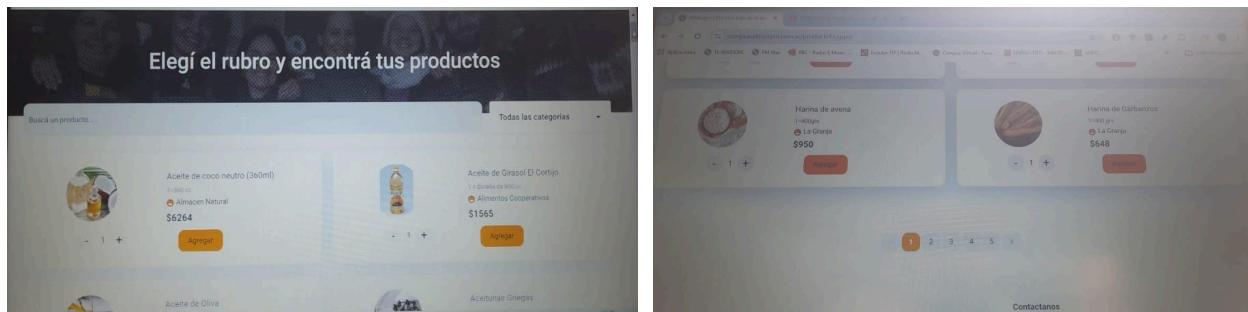
Presentación General del Carrito

El GCC cuenta desde 2022 con un carrito de compras virtuales donde los usuarios pueden ver todos los productos disponibles del mes y armar su lista de compras, de forma similar a los carritos virtuales de otras tiendas como Mercado Libre, por ejemplo. Representa un gran avance en la eficiencia y forma de funcionar del grupo ya que facilita el procesamiento de información para el grupo de gestión y hace más amigable y simple el proceso de compra para los consumidores. Antes del carrito, cada usuario debía entrar a una planilla de Excel que tenía todos los productos enlistados y anotar la cantidad que quería comprar de cada uno, el grupo de gestión tenía entonces que armar la lista a mano contando uno a uno la cantidad de ítems comprados para cada producto de cada usuario. En cambio ahora el software arma automáticamente estas listas y se las envía al grupo de gestión y a cada consumidor.

El carrito fue desarrollado por la cooperativa de software Animus y en coordinación con un proyecto de extensión de la Universidad Nacional de Río Negro. Animus es una empresa cooperativa, tiene propiedad conjunta y es dirigida por sus propios miembros. Tiene base en Bariloche pero también posee trabajadores remotos de otras partes de Argentina y el mundo. La empresa tiene una filosofía de solidaridad y compromiso social por lo que busca, además de realizar proyectos convencionales, contribuir a la comunidad en distintos proyectos que otra empresa descartaría al no ofrecer tanto rédito económico.

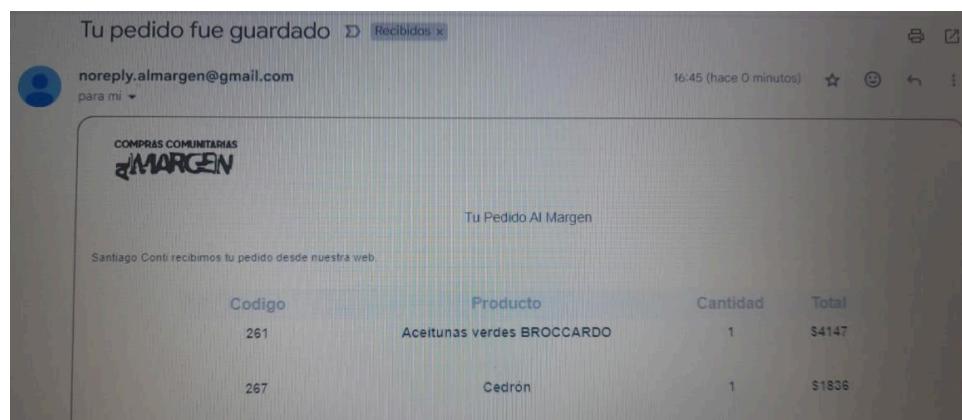


Página de inicio del carrito de compras



Compra de productos

Realizado del pedido



Mail de confirmación

Antecedentes de Carritos de Compra

Al acordar realizar un escenario de intervención sobre el carrito de compras, nos pareció correcto investigar sobre los carritos, si tienen, de otros grupos/experiencias similares:

- **Coopate:** No utilizan carrito de compras.
- **Hecho en los Coihues:** Se nos presenta un carrito de compras hecho por [Pedidos Por Whatsapp - PXW](#), que es un sistema de tiendas para pedidos online, con la capacidad de crear tiendas en varios países.

Se nos presenta un carrito de compras con su nombre en el encabezado y abajo un buscador. Esta filtrado por rubro, siendo estos:

- (B) Panadería y pastelería (por defecto)
- (C) Repostería y chocolatería
- (D) Comidas
- (E) Pastas pizzas empanadas tartas
- (F) Cosmética y cuidado
- (G) Infancias
- (H) Hogar
- (I) Conservas, dulces y ahumados

También se nos proporciona un horario de atención de encargos y entrega, una breve descripción de ellos, sus productos no son aptos para celíacos, los productores tienen certificación de manipulación de alimentos y existen bonos para promotores. Y por ultimo, se nos muestran sus datos de contacto. ([Hecho en Los Coihues](#)).

También se encontró un formulario creado mediante Google Formularios, la cuál se presenta la operatoria actual. Tiene una breve descripción del proyecto, como funciona el formulario, un índice de rubros, fechas y novedades de la operatoria y en las siguientes páginas se encuentran los productos y servicios. ([HECHO EN LOS COIHUES - Operatoria 91](#)).

- **Asociación mutual La Correntosa de Villa La Angostura:** Realmente no es un carrito de compras, simplemente es una página de información sobre sí misma. Muestran que su despensa abre el lunes, miércoles y viernes. ([La Correntosa](#)).
- **Almacén Campesino (Mendoza):** Nos encontramos con una tienda de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de Mendoza.

En la parte superior cuenta con un teléfono de contacto, un buscador y diferentes categorías, siendo estas:

- Elaborados

- Granos
- Harinas
- Insumos agrícolas
- Cosmética Natural
- Otros productos
- Granja

Una sección de noticias e información, otra de productos populares y de los más vendidos. Por último una sección de “Quienes somos”, además de datos de contacto.

Dentro de cada apartado existen diferentes categorías. Además, los productos se pueden ver como cuadricula o como lista. ([Almacen Campesino](#)).

- **Alimentos Cooperativos (RED):** Está hecho con tecnología de [Odoo](#) (conjunto de aplicaciones de código abierto que cubren todas las necesidades de tu empresa: CRM, comercio electrónico, contabilidad, inventario, punto de venta, gestión de proyectos, etc.).

Se nos presenta en la parte superior una sección donde se puede acceder al Inicio (predeterminada), Tienda, Contáctenos, Quienes Somos y Noticias. Se nos presentan las categorías, siendo estas:

- Yerba Mate
- Aceite de Oliva
- Mermeladas
- Mieles
- Hongos
- Bebidas

Y debajo de esto hay una explicación de cómo se usa el carrito. Dentro de la tienda tiene un buscador, se puede ver precios por minorista o mayorista, se puede filtrar por nombre, novedad o precio. Hay una gran cantidad de categorías y hay una barra para filtrar el precio. Los productos se pueden ver como cuadricula o como lista. ([Alimentos Cooperativos](#)).

- **Chasqui:** Es de la Universidad de Quilmes. Es una plataforma cooperativa que permite la creación y gestión de Tiendas Digitales. Dentro de ella se pueden ingresar a las tiendas adheridas para comprar y realizar el pedido. Al ser una plataforma de tiendas se hace difícil decir que tienen las tiendas ya que cada una elige qué poner. Pero hemos visto que tienen una primera sección de información o noticias, los sellos de esa tienda (reciclado, artesanal, por ejemplo), categorías, más vendidos, ¿Quiénes somos?, y un apartado de contacto. ([Chasqui](#)).
- **La Justa:** Fue creada por Pipo-Fran, Tesina en el año 2020. Tiene una barra superior en la que está Inicio (predeterminada), Productos, Productores y Quienes Somos. Le

sigue una sección de información o noticias y una sección de ¿Cómo comprar? en el Inicio.

Ya en la parte de productos hay un filtrado por precio y por nombre, además de tener categorías. En los productos se muestra el stock que hay disponible. ([La Justa!](#)).

- **CPO Consumo Popular Organizado:** Es un sitio creado con Storefront y WooCommerce. Tiene una barra superior en la que está Inicio, Sobre el portal, Mi cuenta, Noticias, Sugerencias y consultas y CARRITO.

Existe división por categoría, filtrado por popularidad, puntuación media, por los últimos y por precio, además de contar con su buscador.

Además cuenta con una sección en la cual se muestran las cooperativas las cuales forman parte del carrito. ([Consumo Popular Organizado](#)).

- **El Arca, comercializadora (Mendoza):** Es una página del Gobierno de Mendoza la cual muestra diferentes comercializadoras de la Economía Social y Popular, tales como:

- Almacén Andante
- El Arca – Productores + Consumidores
- El Almacén Campesino
- Buen Vivir
- La Posta
- La Nueva Lagunita -Frigorífico Cooperativo Recuperado
- Vida Feria Biocultural
- Espacio Emprendedor
- Tomero Almacén
- La Posta Campesina.

La página es desarrollada por [UserWay](#). ([Comercializadoras de la Economía Social y Popular](#)).

- **Hecho en Trevelin:** Al igual que en Hecho en Los Coihues, se nos presenta un carrito de compras hecho por [Pedidos Por Whatsapp - PXW](#), que es un sistema de tiendas para pedidos online, con la capacidad de crear tiendas en varios países.

Se nos presenta un carrito de compras con su nombre en el encabezado y abajo un buscador. Esta filtrado por categorías, siendo estos:

- Servicios
- Arte en Resina
- Cerámica y textiles
- Artesanía en Madera Pintada
- Alimentos Naturales
- Huerta
- Cosmética Natural

- Dulces
- Comidas Caseras
- Pizzas y Empanadas
- Panificados y Masas Dulces
- Infancias

También se nos proporciona un horario de atención de encargos y entrega, una breve descripción de ellos, un mensaje de bienvenida repetido y su contacto, a diferencia de Hecho en Los Coihues, acá no aparece la ubicación. ([Hecho en trevelin](#)).

- **Mercado Solidario Bonpland:** No tiene carrito de compras.
- **UTT Bolsón:** Tiene un almacén, no tiene carrito de compras.
- **MTE:** No tiene carritos de compras.

Ventajas y Desventajas actuales del carrito

Ventajas:

- El carrito facilita la gestión de los pedidos y evita los antiguos métodos manuales de recaudación que se utilizaban antes del sistema, como la asignación de consumidores a nodos específicos. Entrevista con Pipi y Mariano.
- Genera una interfaz más amigable con el consumidor al utilizar una página web que se puede usar en distintos dispositivos. Entrevista con Animus (Francisco)

Desventajas:

- Dependencia con Animus ante algún problema, como lo puede ser la subida de fotos. Entrevista con Pipi y Mariano.
- La gente se olvida de enviar el pedido, ya que para hacerlo, hay que seleccionar un botón que es específico para ello. Piensan que es buena idea el agregar una advertencia de que salís de la página sin enviar el pedido. Se le consultó a Pipi y el Pollo sobre mejoras del Carrito de Compras durante una operatoria.
- No tienen Stock de productos (en realidad está deshabilitado debido a la naturaleza del proyecto). Buscan vender sin la necesidad de pedir con lo justo, funcionar un poco como almacén. Se le consultó al Pollo sobre mejoras del Carrito de Compras durante una operatoria.
- Tienen problemas al mandar la información actualizada de los saldos de los consumidores. Ya que hace poco cambiaron la forma en la que enviaban eso, antes se enviaba un email personalizado a cada consumidor y ahora se sube una hoja de datos con la información de todos los consumidores y se olvidan de revisarlo. Creen que es buena idea agregar los saldos a la página un día después de la entrega en el carrito de compras. Se le consultó a Pipi sobre mejoras del Carrito de Compras durante una operatoria.

- Durante los repartos en la parte de atrás del local se hace complicado el realizar un seguimiento del entregado de pedidos ya que se realiza mediante una hoja de datos la cual tiene productos que no se entregan en ese lugar, columnas con información que no es relevante y no se puede seleccionar que ese producto se entregó. Desventajas identificadas por nosotros.

Proceso de Toma de Decisión

Tras decidir en qué problema y desafío trabajar, decidimos realizar un listado de temas en base a los problemas y desafíos previamente identificados, siendo los siguientes: **Documentación, Manual de Usuario, Plantillas, Opinión de Consumidores**. Con estos temas se intentó realizar un armado de matriz de temas para trabajar.

Se intentó clasificar los temas con respecto a:

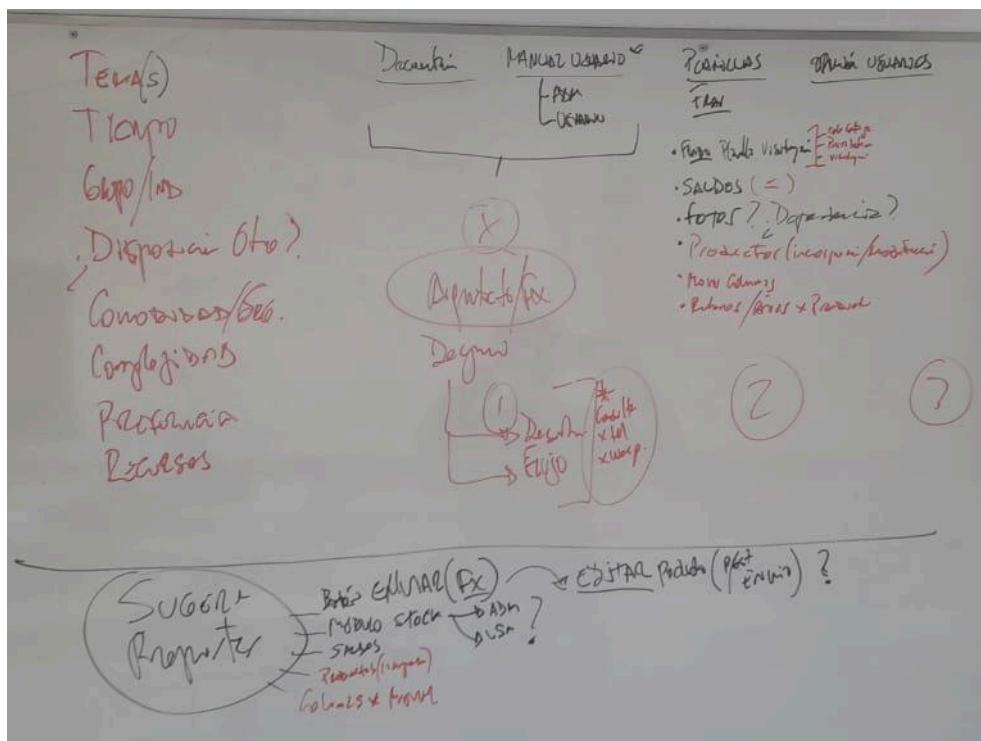
- **Tiempo**: En relación a cuánto tiempo nos llevaría abordar ese tema.
- **Grupo/Independiente**: Si es un tema que se tiene que realizar en grupo o cada quien de forma independiente.
- **¿Disposición del otro?**: Que disposición tendría alguien del GCC o Animus en ayudarnos en ese tema.
- **Comodidad**: Parecido al anterior, que tan cómodo nos resulta pedirle ayuda a los antes mencionados en abordar el tema.
- **Complejidad**: La complejidad que resultaría abordar ese tema.
- **Preferencia**: Preferencia de los integrantes de la materia en abordar cada tema.
- **Recursos**: Recursos para abordar los temas.

A partir de ellos se comenzó una charla sobre qué temas se podrían abordar y describiéndolos sobre que se deberían de hacer en ellos, resultando en lo siguiente:

- **Documentación**: Se realizó una búsqueda web sobre qué requisitos debe de integrar una documentación de software. De lo que se podía hacer es
- **Manual del Usuario**: Realizar una presentación de la arquitectura y función del software.
 - Para el perfil de Administrador.
 - Para el perfil de Usuario
- **Plantillas**: Mejora de la visualización.
 - Agregar una columna de selección para tachar la fila o cambiarle el color.
 - Dividir por lugar de entrega.
 - Seleccionar solo las columnas relevantes.
- **Opinión de Consumidores**: Realizar una encuesta para saber su opinión en relación al Carrito de Compras y al GCC.

Más tarde, se realizó un encuentro con Mariano y Francisco. En el cuál nos detallaron sobre qué función cumple cada miembro del GCC en el armado de las planillas y llegamos a la conclusión que de los temas planteados, lo mejor era crear un **Manual del Usuario** en

relación del perfil Administrador. En el cual se describa el proceso de armado de planillas para en el caso de que falte algún miembro o se incorporen nuevos, estos sepan qué hacer.



Pizarrón del encuentro con Francisco y Mariano.

Caracterización del software del carrito de compras

En esta sección se realizará la caracterización del software del carrito de compras. Consta de descripciones de las diversas partes que constituyen el software, se describirá su funcionamiento desde el punto de vista de sus funciones y características, un esquema representativo de su funcionamiento interno, las partes que lo componen y cómo se conectan entre sí, una explicación y detalle de cada una de estas partes o módulos y finalmente la descripción del flujo de la información dentro del carrito.

Descripción del software

A continuación se procederá a describir la labor del software, especificando sus funcionalidades y restricciones, esto con el fin de caracterizar su uso y con qué parámetros y finalidades fue diseñado. Se detallará cómo es el proceso de uso y qué alcance tienen los dos tipos de usuarios que tiene la plataforma: los miembros del grupo, quienes sólo realizan los pedidos, y los administradores del grupo, quienes se encargan de que estos pedidos sucedan en cada operatoria.

El denominado “carrito de compras” que utiliza el GCC Al Margen para el desarrollo de sus operatorias tiene como finalidad brindarle a los miembros una manera sencilla de

realizar los pedidos de forma unificada y sistemática. Se pueden visualizar todos los productos disponibles para el siguiente pedido detallando el nombre, una imagen referencial, el precio estimado de cada uno, la cantidad que representa la “unidad mínima” de compra y el productor, elaborador o comercio del que proviene. Tiene otras características como permitir la búsqueda de productos según nombre o filtros que los agrupan según su rubro, como productos de almacén o cosméticos por ejemplo.

Cada producto que se desee pedir se puede ir agregando a una lista en la que se guardan todos los ítems del pedido del usuario y la cantidad de cada uno. La lista se puede guardar si se desea continuar con el pedido en otro momento, se puede ver la lista para editarla, además de ver el monto aproximado que costará la compra y realizar el pedido definitivo. Cabe aclarar que la “unidad mínima” describe cuánta cantidad del producto se pide por cada unidad que se agregue al carrito, por ejemplo una unidad mínima de arroz pueden ser dos paquetes. No necesariamente hace referencia al tamaño en que se envasa cada producto desde su elaboración.

Una vez realizado el pedido, la plataforma envía un mail de confirmación al usuario en el que le indica que la operación fue exitosa y le da el detalle de cada producto que se pidió para que pueda comprobarlo al hacer el retiro. Cuando la operatoria de compra se termina, los administradores del grupo pueden descargar un documento el cual contiene una lista con todos los pedidos realizados detallando y ordenando la información de maneras que sean convenientes para ellos. Algunas de las maneras en que hace esto es devolviendo una lista ordenada por usuario y cada elemento que pidió, o también dando un total de las cantidades pedidas por cada producto.

Dentro de otras características que determinan el funcionamiento del carrito de compras es que cada usuario que utilice la plataforma primero debe tener una cuenta de Google y un mail asociado a la misma para poder ingresar, además de estar incluído en una lista de los miembros del grupo. Cada usuario tiene un registro de sus saldo de la operatoria anterior, ya que es frecuente que existan diferencias en los pagos de los pedidos, ejemplo de esto es cuando algunos miembros realizan el pago total por adelantado y en ocasiones algún producto no llega o viene en menor cantidad, resultando en una diferencia a favor de quien compra, lo que se ve reflejado en la cuenta.

Hablando de las funciones que tienen los administradores del grupo, tienen la capacidad de agregar nuevos productos al carrito e ir editando qué productos se encuentran disponibles en cada una. También puede ir observando los pedidos que se van realizando (los que ya se han confirmado, no mientras se están haciendo). La función más notoria es que pueden decidir en qué momentos está habilitado el carrito para su uso, cuando abrirlo y cerrarlo.

Módulos

Se utiliza **Google Services** para el funcionamiento del carrito de compras, utilizando las APIs (Interfaz de Programación de Aplicaciones) como **Google Auth** y **Google Drive**. A continuación se describirán sus respectivas funciones:

- **Google Auth:** Es una API de autenticación, verifica que el usuario tenga una cuenta de Google válida.

- **Google Drive:** Utiliza esta API para acceder a un documento con la lista de usuarios habilitados a comprar en el carrito. Esta lista de correos electrónicos define quiénes están permitidos para realizar pedidos, dividiéndose en dos grupos A y B según la operatoria del momento.

También sirve como destino final para los pedidos: al finalizar la compra, el carrito se vacía en el servidor y los pedidos se transfieren a un archivo en Google Drive, que luego se convierte en pedidos para proveedores.

- **MongoDB** es un sistema de gestión de bases de datos (SGBD) de código abierto que almacena y procesa datos de forma flexible. En el carrito de compras realiza las siguientes funciones:

- Almacena temporalmente los productos y los pedidos.
- Los productos se actualizan en MongoDB cada vez que se hace un cambio en la lista del Google Drive y están disponibles para consulta por parte del cliente.
- Los pedidos permanecen en MongoDB hasta que son enviados y vaciados en Google Drive, sirviendo como un buffer antes de ser procesados hacia el archivo final en Drive.

- **NextJS** es un framework de JavaScript que se utiliza para crear aplicaciones web y sitios web estáticos. Cumple con las siguientes funciones:

- Maneja la lógica del carrito.
- Al iniciar, el servidor establece una conexión a la API de Google Auth y una instancia a Google Drive (usando el patrón Singleton para mantener una única instancia de estas conexiones).
- Procesa las solicitudes del cliente, autenticando al usuario y verificando si el email del usuario está en la lista de miembros autorizados para comprar en el carrito. Esta lista se encuentra en un archivo de Google Drive, que se consulta para verificar los permisos de compra.
- Almacena el carrito de cada usuario de forma local en el cliente, para asegurar que los productos seleccionados se mantengan mientras el cliente esté loggeado.

Se representa al **Cliente** como usuario final, el que accede al carrito mediante la interfaz visualizada por navegador o dispositivo móvil. Cumple con las siguientes funciones:

- Este cliente interactúa con la API de NextJS para acceder a las funcionalidades del sistema.
- Usa Google Auth para autenticarse mediante un login de Google, evitando la necesidad de un sistema de usuario y contraseña propio.

- Al autenticarse con éxito, el cliente recibe una cookie con una sesión (gestión con la librería Iron Session) para mantener el estado de autenticación y de la sesión durante la navegación.

Diagrama esquemático sobre el funcionamiento interno del carrito

El funcionamiento del carrito puede diagramarse utilizando los módulos enlistados, se realizó un encuentro con Animus en donde Isaías, uno de los miembros que lo desarrollaron, dibujó el siguiente diagrama.

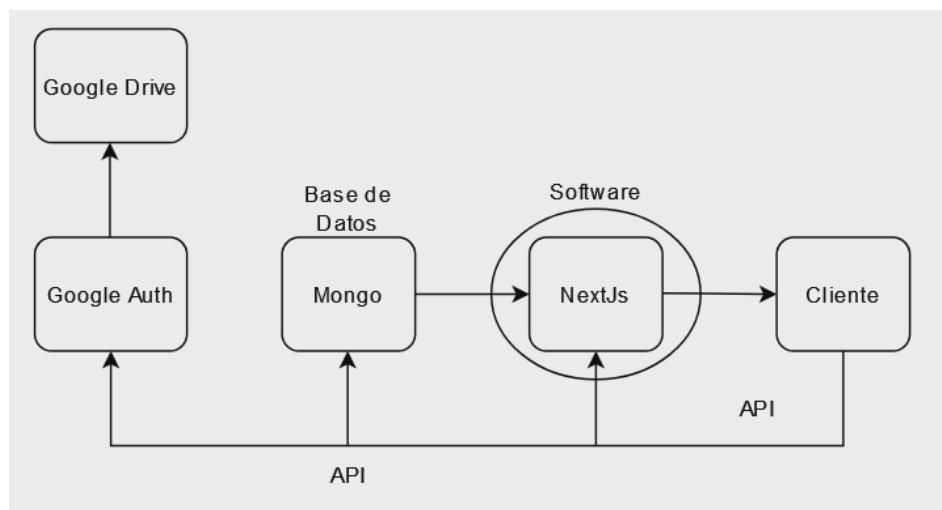


Diagrama dibujado por Isaías en la entrevista con Animus

Flujo de funcionamiento

A continuación se describe el orden de funcionamiento del carrito de compras:

1. Inicialización del Servicio y Conexión con Google:
 - Cuando se inicia el software en el servidor con un comando de “NextJs”, se levanta un servicio que se conecta a Google usando credenciales locales almacenadas (en el caso del desarrollador, en su celular).
 - Para gestionar esta conexión, se usa un patrón de diseño Singleton, que permite que el servicio se conecte una vez y mantenga una instancia activa sin necesidad de re-loguearse para cada petición.
2. Autenticación del Usuario:
 - El cliente (es decir, el usuario en su navegador o dispositivo móvil) ingresa al sistema utilizando su cuenta de Google. No se utilizan contraseñas específicas del sitio, sino la API de autenticación de Google (Google Auth), lo cual facilita el acceso y evita la necesidad de gestionar contraseñas.

- Google verifica que la cuenta sea válida y devuelve información del usuario (como el email y el nombre), lo cual permite una validación rápida y segura de que el usuario es auténtico.

3. Validación de Usuarios Autorizados:

- Después de que Google valida al usuario, el sistema realiza una segunda verificación en una lista de usuarios autorizados guardada en una hoja de cálculo de Google Drive.
- Si el usuario está en la lista, se le concede acceso al carrito de compras; de lo contrario, el usuario es rechazado con un mensaje indicando que no tiene permisos para realizar compras.

4. Gestión de Sesiones y Cookies:

- Una vez autenticado y autorizado, el servidor utiliza la librería “Iron Session” para iniciar una sesión en el lado del servidor. Esto envía al cliente una cookie segura que mantiene la sesión activa y evita que el usuario tenga que volver a autenticarse en cada petición.
- La cookie también ayuda a retener el estado del carrito durante la sesión activa, permitiendo que el usuario continúe su compra más tarde sin perder los artículos agregados, a menos que cierre la página o se desconecte.

5. Gestión del Carrito y Productos:

- Los productos que se muestran al cliente se almacenan en una base de datos MongoDB. Cuando el usuario accede al carrito, el cliente solicita la lista de productos mediante una API a “NextJs”, la cual consulta MongoDB y luego renderiza la información en el navegador del usuario usando “server-side rendering”.
- Si el cliente agrega productos a su carrito, estos se guardan temporalmente en su navegador, pero no se registran en el servidor hasta que el usuario finaliza y envía el pedido.

6. Envío y Procesamiento de Pedidos:

- Al confirmar la compra, el cliente envía el pedido mediante una API que comunica los datos al servidor “NextJs”, los cuales se almacenan temporalmente en MongoDB.
- Posteriormente, cuando el carrito se cierra, los pedidos en MongoDB se transfieren a una hoja de Google Drive en un formato específico para que el equipo de compras pueda procesar la información y transformarla en pedidos a proveedores.

7. Actualización de Productos:

- El administrador tiene un botón para actualizar la lista de productos, que sincroniza los datos desde Google Drive a MongoDB, de forma que el catálogo siempre está actualizado para el cliente.

Planillas de Excel

Las planillas utilizadas por el GCC es el denominado Backend en la parte de software del carrito de compras. Estas planillas les sirven para subir y bajar datos al Frontend, organizarse durante las operatorias, y en temas administrativos y contables.

Existen en total 4 planillas con sus respectivas hojas, siendo estas:

- **Carga de Precios:** Sirve para cargar los productos y proveedores, junto a sus cualidades y precios. Se le va cambiando el nombre por cada operatoria. Y está integrada por diferentes hojas:
 - *Hoja Lista de Precios Vigente:* Se categoriza el artículo a vender. Se describe en cual operatoria está, su rubro, proveedor y tipo de proveedor, el precio de este (con y sin el 8%), la unidad del precio (unidad, bulto, kg), la unidad del pedido, por cómo se cobra y el lugar de entrega.
 - *Hoja Lista unificada de Proveedores:* Es un listado de los proveedores, indica cuando se les paga, a quien está cargo ese pago, si está activo, datos de contacto y la logística/transporte.
 - *Saldos del mes anterior:* Es un listado de los saldos de los cumpas.
 - *Hoja de validación de datos:* Unifica los nombres en cada lado de Rubros (Lista vigente). Se indican los rubros, lugar de entrega, el tipo de cobro, el proveedor, el precio por delivery y a quien hay que hacerle delivery.
- **Cumpas (A y B):** Sirve para organizar las operatorias dividiéndolas en dos grupos, el A y el B. Está integrada por diferentes hojas:
 - *Grupo A:* Consiste en un listado de los cumpas que integran dicha operatoria. En ella están sus datos de contacto, si son administradores, el saldo, un contacto de referencia (alguien del GCC) y tres columnas de control. Estas sirven para detectar si no hay algún nombre repetido, algún mail repetido o alguna ID repetida.
 - *Grupo B:* Lo mismo que el *Grupo A* pero con los integrantes del *Grupo B*.
 - *Saldos mes anterior A:* Informa el saldo del mes anterior (dos meses atrás de la actual operatoria) más con lo que debe pagar en el actual (mes anterior a la actual operatoria). Además indica a cuál miembro del GCC se le debe transferir.
 - *Saldos mes anterior B:* Lo mismo que *Saldos mes anterior A* pero con los integrantes del *Grupo B*.
- **Carrito de compras:** Sirve para recibir y enviar información al carrito de compras. Consta de 3 hojas:
 - *Products:* Se debe de subir la información de los productos. Su stock, código, producto, unidad de pedido mínimo, precio (con el 8%), rubro y proveedor.
 - *Socios:* Se sube la información de los cumpas, por grupo, para que puedan realizar sus pedidos.

- **Órdenes:** Esta información sale del carrito de compras. Cuando se cierra se llena esta hoja. Es la unión de la información de cumpa (ID de usuario, email), producto, código y cantidad.
- **Reparto (A y B):** A pesar de su nombre, no solamente sirve para los días de reparto, sino que esta plantilla contiene información general del GCC.
 - *Lista de precios:* Contiene la información de *Hoja Lista de Precios Vigente de Carga de Precios*. Agregando unas cuatro columnas extras de control, siendo estas: precios de la lista original, solo ceros, si repite nombres y si repite la ID.
 - *Reparto:* Contiene los productos pedidos por cumpa. Acá se encuentra la ID y nombre tanto del cumpa como del producto, unidad de pedido mínimo, precio (con y sin el 8%), cuánto se pidió, el precio del proveedor, características del producto y donde se entrega.
 - *Saldos Cumpas:* Se da la información de la compra solicitada (con y sin el 8%), saldo del mes anterior, importe total a pagar, si se pagó un anticipo, lo que debe de pagar en la entrega, cuánto le queda pendiente y el cumpa que cobró el anticipo.
 - *Cajas:* Es una hoja de costos e ingresos resultantes de las operatorias. Acá se dividen los ingresos de los miembros del GCC y cual es su responsabilidad a pagar (alquiler, proveedores, etc).
 - *Proveedores:* Aca se listan los proveedores, el cómo se les paga (ya sea con anticipo, en el momento o después), dos cuotas de pago, que miembro del GCC debe pagar y un total.
 - *Pedidos por producto:* Es un listado de los productos con sus características. Además de tener un cuadro final el cual muestra el tipo de proveedor, cuanto se les compró y un porcentaje que representan del total.
 - *Saldo del mes anterior CUMPAS:* Se muestra el saldo del mes anterior de los cumpas. Se indica la compra solicitada, la entregada, saldo del mes anterior, importe total a pagar, lo que se pagó en el día de entrega, lo que queda pendiente y que miembro del GCC cobró un anticipo.
 - *Remanentes:* Cantidad y precio de los productos que quedaron.
 - *Registro de horas:* Se indica la cantidad de horas que trabajaron los miembros del GCC y cuánto deben cobrar.
 - *Saldo mes anterior PROVEEDORES:* Se muestra cuánto le deben de pagar a los proveedores, las columnas son casi las mismas que en *Proveedores*.
 - *Caja Mercado de Cercanías:* Estado de Caja de Mercado de Cercanías.
 - *Lista Unificada de Proveedores:* Lista general de proveedores, se los describe, como se les paga y a quien están a cargo.
 - *Instructivo de registro:* Tutorial de como realizar un registro de anticipos cumpas, pagos a proveedores y compensaciones.

A continuación se realizará una descripción de las plantillas con sus principales hojas:

1. Carga de Precios - Hoja *Lista de Precios Vigente*

- a. Se coloca la Fecha actualizada en D1, ya que se tiene que actualizar por cada operatoria. Sabri

- b. Sabri elimina de la parte celeste (Precios de Referencia) las columnas en blanco (Precio sin él 8% (G) y Unidad de Precio (I)) y deja la columna en gris (las columnas en gris no se borran porque tienen formula) (Precio con el 8% (H)). Esta columna H se actualizará ya que multiplica por 1.08 a la columna G. Sabri
 - c. Se tienen que actualizar las columnas previamente borradas, cada uno rellena el producto que le provee su proveedor. Todos (los que más tienen son el Pollo y Pipi).
 - d. Los productos que se venden son únicos, por lo cual, tienen que revisar que si hay un cambio de proveedor o si el proveedor le vende el mismo producto pero con diferencias, que este se ajuste en las columnas de Unidad del Pedido Mínimo - (UPM) (pedido mínimo) (J) y Peso/volumen/ cantidad para UPM (K). Las columnas grises \$ x UPM (aprox) (L) y \$ x UPM inc el 8% (aprox) (M), se actualizarán multiplicando K*G y K*H respectivamente. Además se tiene que comprobar las columnas de “Cobro por:” (N) y “Lugar de entrega” (Adelante, Atrás o Despacho) (O), ya sea por bulto o peso, y adelante y atrás respectivamente. Persona a cargo: Todos.
 - e. El listado de Operatoria (A) proviene de **Carga de Precios - Hoja de validación de datos**, concretamente de la columna D de esa hoja de datos. Información
 - f. El listado de Rubro (D) proviene de **Carga de Precios - Hoja de validación de datos**, concretamente de la columna D de esa hoja de datos. Información
 - g. El listado de Proveedores (E) proviene de **Carga de Precios - Lista Unificada de Proveedores**, concretamente de la columna A de esa hoja de datos. Información
 - h. El listado de Proveedores (F) proviene de **Carga de Precios - Hoja de validación de datos**, concretamente de la columna J de esa hoja de datos. Información
 - i. El listado de Cobro por (N) proviene de **Carga de Precios - Hoja de validación de datos**, concretamente de la columna H de esa hoja de datos. Información
 - j. El listado de Lugar de entrega (Adelante, Atrás o Despacho) (F) proviene de **Carga de Precios - Hoja de validación de datos**, concretamente de la columna H de esa hoja de datos. Información
 - k. También existen unas columnas (R, S) para controlar que las columnas B y C no estén duplicadas. Información
 - l. El Carrito absorbe las columnas de Código (B), Artículo (C), Rubros (D), Proveedor (E), UPM (J), Cantidad para UPM (K), UPM 8% (M) y las Fotos (P). Información
 - m. Se copiaran las columnas B (Artículo), C (Rubro), D (Proveedor), E (Tipo de proveedor), F (Precio sin él 8%), G (Precio con el 8%), H (Unidad de precio), I (UPM), J (Cantidad para UPM), K (UPM Unidad), L (UPM 8%), M (Cobro por:) y N (Lugar de Entrega) a **Reparto - Lista de Precios**. Información
2. **Carga de Precios - Lista Unificada de Proveedores**

- a. Esta hoja de datos debe de actualizarse a medida de que se consiguen nuevos proveedores (A, F, G, H), estos ofrecen otros productos (I), como se les van a pagar (B), qué miembro de grupo está a cargo (D), y la logistica/transporte (J). Todos
 - b. Además contiene una columna que te dice si está activo o no (E), revisa el proveedor (A) en dicha fila y busca en **Carga de Precios - Hoja Lista de Precios Vigente** columna (E) si aparece ese proveedor. Información
 - c. Las columnas Proveedores (A) y Se paga van a ser pegadas en las columnas A y B respectivamente en la hoja de la planilla **Reparto - Proveedores**. Pipi
3. **Carga de Precios - Hoja de validación de Datos**
 - a. Acá se encuentran los listados utilizados en **Carga de Precios - Hoja Lista de Precios Vigente** para Rubros (D), Operatoria (D), Lugar de Entrega (F), Cobro por: (H) y Tipo de proveedor (J). Información
 - b. Además se debe de actualizar el precio de Delivery y a quien se le realiza. Sabri
 4. **Cumpas (Grupo A y B) - Grupo A y Grupo B**
 - a. Son dos hojas con las mismas funciones, lo único que cambia es quienes las componen. Grupo A con ID a partir de 1000 y grupo B con ID a partir de 2000. Información
 - b. Con los mail que están acá se accede al carrito. Existen tres columnas de control para verificar que no haya duplicados, siendo: Control 1 (J) para Cumpa (B), Control 2 (K) para mail (C) y Control 3 (L) para ID (A). Cuando están en 1 significa que no hay duplicados. Información
 - c. Cada integrante debe de agregar gente que estará ligada a ellos como contacto de referencia. Todos
 - d. La información en las columnas A, B, C, D, E y F serán subidas al carrito de compras mediante la plantilla de **Carrito - Socios**. Sabri
 5. **Cumpas (Grupo A y B) - Saldo mes anterior A y Saldo mes anterior B**
 - a. Son dos hojas con las mismas funciones, lo único que cambia es quienes las componen (A o B).
 - b. Se trae una foto del registro efectivo y en tiempo real de **Reparto - Saldos Cumpas**.
 6. **Carrito - General**
 - a. Es la plantilla que usa el carrito de compras.
 - b. Las hojas **Carrito - Products** y **Carrito - Socios** son entradas para el carrito de compras. Información
 - c. La hoja **Carrito - Órdenes** es la salida en forma de planilla del carrito de compras. Cuando se cierra el carrito te devuelve la ID del Usuario (A), Email (B), Producto (C) y la Cantidad (D). Información
 - d. Cuando se va a habilitar el carrito, se lleva la carga de precios al carrito de compras. O sea copia de **Carga de Precios - Hoja Lista de Precios Vigente** las columnas de Código (B), Artículo (C), UPM (J), UPM 8% (M), Rubros (D) y Proveedor (E) a las columnas de **Carrito - Products** Código (B), Producto (C), UPM (D), Precio (con el 8%) (E), Rubro (F) y Proveedor (G) respectivamente.

Para el Stock (A), se revisa si hay precio en la columna E, si hay precio dará 1 (hay producto) y en caso contrario dará 0 (no hay producto). Sabri

- e. Para la hoja de **Carrito - Socios** se pega la información brindada en la plantilla **Cumpas (Grupo A y B) - Grupo A** o **Cumpas (Grupo A y B) - Grupo B**, esto dependiendo del grupo en operatoria (los naranjas son los administradores y están en cada operatoria). Concretamente de las columnas A, B, C, D, E y F. Sabri
- f. Ya subiendo estas dos hojas se puede abrir el carrito. Información
- g. La información relevante de **Carrito - Órdenes** es ID de Usuario (A), Código (D) y Cantidad (E). Información

7. Reparto - *Lista de Precios*

- a. Se realiza un pegado de la plantilla de **Carga de Precios - Lista de precios vigente** de las columnas B (Artículo), C (Rubro), D (Proveedor), E (Tipo de proveedor), F (Precio sin él 8%), G (Precio con el 8%), H (Unidad de precio), I (UPM), J (Cantidad para UPM), K (UPM Unidad), L (UPM 8%), M (Cobro por:) y N (Lugar de Entrega). Pipi
- b. Además tiene cuatro columnas de control, siendo estas: Pegar precios de la lista original (P); Control A (O y Q) resta L (UMP 8%) con P, debe de dar cero; Control B (R) se fija si hay un Artículo (B) repetido; y Control C que se fija si hay algún N° (A) de artículo repetido.

8. Reparto - *Reparto*

- a. Se eliminan y cargan las columnas que están en blanco, A (Código), C (ID Producto) y H (Cantidad Pedida) y J (Entrega). Pipi
- b. El resto de las planillas se llenan a partir de las columnas previamente cargadas.
 - B (Cumpa) a partir de A,
 - D (artículo) a partir de C de **Reparto - Lista de Precios**,
 - E (Unidad del Pedido (pedido mínimo) a partir de D de **Reparto - Lista de Precios**,
 - F (Pedido sin 8%) a partir de F de **Reparto - Lista de Precios** multiplicado por columna H,
 - G (Pedido con 8%) a partir de G de **Reparto - Lista de Precios** multiplicado por columna H,
 - I (Diferencia en \$) a partir de restar las columnas L y G,
 - K (Importe proveedor (sin 8%)) a partir de multiplicar S y J o M y J,
 - L (Importe a pagar (Inc. 8% cuota variable)) a partir de multiplicar N y J o T y J,
 - M a partir de K de **Reparto - Lista de Precios**,
 - N (Precio Referencia (con 8%)) de L de **Reparto - Lista de Precios**,
 - O (Unidad del Precio) de H de **Reparto - Lista de Precios**,
 - P (Rubro) de C de **Reparto - Lista de Precios**,
 - Q (Proveedor) de D de **Reparto - Lista de Precios**,
 - R (\$ x unidad de pedido mínimo (aprox)) de J de **Reparto - Lista de Precios**,

- S (\$ x unidad pedido (sin el 8%) Aprox.) de K de **Reparto - Lista de Precios**,
- T (\$ x unidad pedido (con el 8%) Aprox.) de L de **Reparto - Lista de Precios**,
- U (Lugar de entrega) de M de **Reparto - Lista de Precios**,
- y V (Entregas) de N de **Reparto - Lista de Precios**. Información

9. **Reparto - Saldo de Cumpas**

- a. Por cada operatoria se vuelve a copiar los cumpas, se copia y pega el ID del Usuario (A) y Cumpa (B), posiblemente de **Cumpas (Grupo A y B) - Grupo A y Grupo B**. Pipi
- b. A partir de B se completa C (Compra Solicitada) la cual va a **Reparto - Reparto** y busca ese nombre en la columna B y después suma todo de la columna G. Información
- c. A partir de B se completa D (Compra Entregada) la cual va a **Reparto - Reparto** y busca ese nombre en la columna B y después suma todo de la columna L. Información
- d. A partir de A se completa E (Saldo Mes Anterior (se copia el del mes actual)) la cual va a **Reparto - Saldo de mes anterior CUMPAS** y busca ese nombre en la columna A (ID) y extrae de la columna I (Pendiente). Información
- e. Para la columna F (Importe Total a Pagar) dependiendo si esa casilla es cero, hace C+E-L o D+E-L (L es Descuento 8%). Información
- f. Ya con esto se crea la columna de Día de Entrega (H) que se pone a mano y la columna de Pendiente I que es el resultado de F-G-H (G es una columna de Anticipo). Al final de estas dos columnas se realiza una sumatoria. Información
- g. También se tienen las columnas N y P que sirven para sí tiene cero en saldo de mes anterior (E) y para comprobar que no haya un cumpa repetido (B). Información
- h. También está la columna Cumpa que cobró el anticipo (J). Esta columna más la columna G van a la hoja llamada **Reparto - Cajas** en la fila Cobro de Cumpas. Pipi

10. **Reparto - Cajas**

- a. Se utiliza para realizar un seguimiento, difícilmente se llegue a saldos concretos. El arqueo de caja no suele dar debido a lo dificultoso que es realizarlo. Información
- b. Se eliminan todas las casillas en blanco. Pipi
- c. Se rellenan los Saldos del mes anterior en la fila 2 de forma manual. Pipi
- d. La fila Cobro de Cumpas (3) se rellena buscando al Cumpa que cobró el anticipo en la columna J de Reparto - Saldo de Cumpas y genera una sumatoria con la columna G de dicha hoja. Información
- e. La fila Pago a proveedores (4) se rellena a través de la suma de las columnas E (Ingresar pago 1) si G (Ingresar Cumpa Pago 1) y/o la columna F (Ingresar pago 2) si H (Ingresar Cumpa Pago 2) de **Reparto - Proveedores**. Información

- f. Después existen sumatorias la cual dice cuanta plata debe tener cada cumpa y otra sumatoria por ingreso o costo. Información

11. Reparto - Saldo del Mes Anterior CUMPAS

- a. Se pone en gris para demostrar que es de otro periodo.
- b. Se copia y pega de **Cumpas (Grupo A y B) - Saldo mes anterior A y Saldo mes anterior B.**

12. Reparto - Pedidos por Producto

- a. Las columnas A, B, C, D, E, F, G y H son extraídas de las columnas A, B, C, D, E, K, I, J de **Reparto - Lista de Precios**. Información
- b. La columna I sale de **Reparto - Reparto**, el cual se fija si el producto existe (D) y suma cuanto se pidió (H). Información
- c. La columna J y K son producto de dos multiplicaciones, de I y H, y de J y F respectivamente. Al final se hace una sumatoria de la columna K en la columna L. También existe una columna sin color que resta N con I. Información

13. Reparto - Proveedores

- a. El listado de Proveedores (A) y B está copiado de la columna A (Proveedores) y columna B (Se paga) respectivamente de la hoja en la planilla **Carga de Precios - Lista Unificada de Proveedores**. Pipi
- b. El rellenado de las columnas en amarillo, o sea el Ingresar importe a pagar s/entegado (D), Ingresar Pago 1 (E), Ingresar Pago 2 (F), Ingresar Cumpa Pago 1 (G) e Ingresar Cumpa Pago 2, se realiza de forma manual. Todos con cada uno de sus proveedores
- c. Los listados de G y H provienen de la fila 1 de C a L de **Reparto - Cajas**. Información
- d. La columna Importe s/ pedidos del mes (C) se rellena mediante las columnas D y K de la hoja **Reparto - Pedidos por Producto**. En la columna D se fija si existe ese proveedor y toma los valores de la columna K. Información

14. Reparto - Remanentes

- a. Al final de cada operatoria se rellena esta hoja. Se cuenta cuanto quedo (B) de cada producto (A) y lo busca en la columna B (Artículo) de la hoja **Reparto - Lista de Precios** y completa la columna C (Precios) usando la columna L (\$ + 8% (aprox)) de **Reparto - Lista de Precios**. Información

15. Reparto - Registro por hora

- a. Se realiza un registro por hora de los miembros del GCC que participan en las operatorias que se les pagan (a algunos no se les paga). Información
- b. El Mes (A), Cumpa (B), Horas (C) y Compensación (F) se llenan a mano. Además la columna de Importe por Hora (D) va variando por mes. Pipi
- c. La columna de Importe (E) es el resultado de la multiplicación entre las columnas C y D. Información
- d. La columna de Efectivo (H) es el resultado de la resta entre las columnas E y F. Información
- e. Al final de cada mes se realiza una sumatoria de las Horas (C), Importe (E), Compensación (F) y Efectivo (H). Información

16. Carrito de Compras

- a. Existen dos botones uno de actualizar carrito (abrir el carrito) y el otro de para bajar los datos (cerrar el carrito). Sabri

6. Propuestas de Mejoras y de Acción

A continuación se tratarán diferentes propuestas de mejoras y de acción que están principalmente relacionadas al carrito de compras y las planillas.

Documentación

La documentación de un software es un conjunto de documentos que dan información sobre el programa, su diseño, su funcionamiento y su mantenimiento. El carrito de compras virtuales es una parte fundamental de toda la operación del GCC y no cuenta con documentación, y si bien en este informe se realizaron algunas partes que forman parte de una documentación (caracterización del software, listado de los diferentes módulos, descripción de la arquitectura, etc.) recomendamos profundizar sobre estos y seguir con otros documentos, como por ejemplo:

- Guías de usuario.
- Procedimientos de mantenimiento.
- Protocolos de diagnóstico y solución de errores.
- Registro de errores, correcciones y actualizaciones.
- Documentación del código fuente.

Guía sobre el uso de las planillas

Se propone recrear el mismo proceso realizado para la etapa “Previo a la apertura del carrito” para las siguientes etapas, siguiendo el formato y orientación brindadas sobre cómo estructurar y visualizar el proceso, lo que se encuentra indicado textualmente al comienzo de la guía, sobre la manera y razón de escritura de cada uno.

Consumidores: encuesta

Durante la realización del Mapa de Actores se posicionó a los “Consumidores” como el actor que más poder tiene en la organización, ya que sin nadie que compra y consuma los productos ofrecidos la operación no tiene sentido, por eso nos pareció importante conocer y actualizar las percepciones y opiniones de los consumidores en relación al Carrito de Compras y dinámica del GCC Al Margen. Para esto proponemos una encuesta o relevamiento realizada de forma virtual con un Google Forms o de forma presencial en un día de entrega. La encuesta podría preguntar sobre varias dimensiones o temas: el proceso de compra y retiro, el carrito virtual, aspectos de comunicación entre el grupo y los consumidores, etc.

Planillas: visualización

Al ir a las operatorias del GCC pudimos trabajar con el equipo y ver sus funciones, una de ellas, que nos pareció importante, es el reparto de los pedidos en la parte de atrás del local.

Para ello, previamente tienen separado los productos por “cumpa” y a estos se les van entregando a medida que llegan al local. En ese momento, una persona va al “locker” en el que están los productos y otra a una computadora en la cual están en la hoja de *Reparto* en la planilla de **Reparto**, esto para corroborar que los productos pedidos llegaron y se están entregando. Teniendo la dificultad que el que está en la computadora le tiene que ir preguntando al que está en el “locker” si está el producto y no al revés que sería lo más sencillo. Además que en esa hoja de datos hay mucha información que en ese momento no es relevante, como productos que se entregan en otra parte del local.

Nos resultó pertinente crear una mejora en la visualización de esta información, creando una nueva hoja de datos en la cual estén solo los productos que se entregan en dicho lugar, con las columnas que son relevantes y agregando una columna de selección. Esta columna de selección tacharía toda la fila o la cambiaría de color, esto para indicar que el producto se encontró y se entregó.

Proveedores

Los miembros del GCC nos comentaron que sus proveedores les suelen dar los precios de los productos de forma variada, ya sea por email, foto, mensaje de texto, etc. Se podría generar un sistema que haga más eficiente la obtención de estos datos, donde el proveedor cargue el precio de sus productos directamente a una planilla o similar, en ese caso los miembros del grupo de gestión solo deberían chequearlos antes de pasarlos al carrito. Incluso, pensamos que sería buena idea que este sistema esté integrado dentro del carrito de compras y que los proveedores suban sus precios ahí.

7. Conclusiones

En este informe se muestra cómo se realizó el proceso de intervención por el que se conoció de cerca el funcionamiento de una organización social, siendo el Grupo de Compras Comunitarias Al Margen. Permitiendo analizar sus logros y desafíos dentro del contexto de economía social y los circuitos cortos de comercialización.

Desde el marco de la materia, se lograron poner en práctica herramientas para el relevamiento de información realizando actividades y técnicas tales como relevamiento de antecedentes, entrevistas y mapeo de actores que facilitaron una comprensión amplia de la estructura y necesidades del GCC.

Esta experiencia permitió aplicar conceptos de economía social, tecnología social y cooperación técnica, integrando teorías con la realidad de un grupo comunitario. En conclusión, esta intervención inicial sienta bases sólidas para futuras colaboraciones y mejoras en el GCC, en busca de mayor sostenibilidad y eficiencia en su operación.

En un primer momento, desde nuestra perspectiva, pensamos en trabajar sobre el software del carrito de compras. Tras las actividades realizadas, sumado a el tiempo limitado y a la falta de documentación detallada del carrito de compras vinculada con la web, nos dimos cuenta que este enfoque era inviable. Resultando en el cambió de nuestro objeto de intervención, llevándonos a trabajar sobre la manipulación de las planillas utilizadas en los días de reparto, en el funcionamiento de la web, en la administración y gestión del GCC.

Finalmente, la intervención específica se asoció al trabajo con las planillas utilizadas por el GCC. Acá fue fundamental el vínculo de confianza generado, ya que el GCC nos compartió una copia de las planillas y nos dieron una explicación del funcionamiento de estas. Como producto final generamos una guía descriptiva de pasos metodológicos, funciones y sujetos que los llevan adelante. Algunos aspectos identificados que quedaron pendientes fueron el trabajo en el mejoramiento de la visualización en la planilla de reparto. Surgió durante una observación durante un día de reparto en el que vimos dos aspectos a mejorar: que llevaba mucho tiempo realizar un seguimiento en la entrega de productos y en el armado de los pedidos.

También quedó pendiente realizar una encuesta para relevar la mirada de los consumidores. Dado que, en el mapeo de actores, se concluye que son el actor social de mayor influencia y relevancia que afectan en la sostenibilidad del grupo.

Además se podría generar una documentación más completa en relación al carrito de compras. Ya que esto podría generar una mayor independencia de Animus.

8. Referencias

- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: Conceptos básicos. *Serie Consejeros, 1.*
- Craviotti, C. (2019). Circuitos Cortos de Comercialización. En Muzlera, J., & Salomón, A. (2019). Diccionario del agro iberoamericano (pgs 357-360). *Buenos Aires: TeseoPress.*
- Thomas, H. (2011). Tecnologías sociales y ciudadanía socio-técnica: notas para la construcción de la matriz material de un futuro viable. *Ciêncie & Tecnologia Social, 1(1).*
- Santini, S., & Ghezán, G. (2022). Importancia de las TIC en circuitos cortos de comercialización de alimentos. *RIVAR (Santiago), 9(26)*, 249-266.
- Egas, F. A. (2017). Comercio justo o economía solidaria. *Revista afese, 49(29)*, 1-4.
- Ranaboldo, C. & Arosio, M. (2016). Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial. *Food And Agriculture Organization of the United Nations (FAO)*.
- Tapella, E. (2007). El Mapeo de Actores Clave. *Universidad Nacional de Córdoba*.
- Taylor, S.J. y Bogdan, R (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación (Cap.3 La observación participante en el campo). *Editorial Paidós*.

9. Anexos

Anexo 1: Esquema y registro de la primera entrevista.

Esquema de la 1ra Entrevista

Estudiantes: Ariel Bobadilla - Rodrigo Boyé - Matías Ramirez

Profesor: Dr. Santiago Conti

Fecha: 11 de septiembre 2024

Entrevistados/as: María Eugenia (Pipi) Ordoñez, Mariano Lanza

1. Presentación (coordina santiago) 10min

- Nosotros: quienes somos
- Ellos: ¿Quiénes son? ¿Qué hacen? ¿Qué es el grupo GCC-AlMargen? ¿Cuál es su rol?

2. Encuadre (coordina santiago) 10-20min

- Presentación de la materia
 - Objetivos
 - Expectativas nuestras
- Expectativas de ellos
- ¿Por qué les interesa vincularse con nosotros? (Proyectado/possible → ajuste)
 - Su concepción de “universidad” y “estudiante”, sus experiencias previas

3. Sobre el Grupo de Compras Comunitaria (GCC) (ustedes)

- ¿Cómo surgió? ¿Cuándo surgió? ¿De dónde viene la idea?
- ¿Cómo funciona? ¿Quiénes lo integran? ¿Qué roles existen?
- ¿Qué tienen en común los consumidores del GCC? (perfil de consumidor: ¿barrios? ¿poder adquisitivo? ¿Homogéneo o no?)
- ¿Cómo llega la gente al grupo? ¿Cómo se incorporan? (¿Cómo se publicitan?)
- ¿Quiénes son los productores y cómo se vinculan con ellos?
- ¿Qué es lo que se compra?
- ¿Cómo se construye el precio? ¿Qué costos operativos tienen?
- ¿Cómo se vincula el GCC al resto del Colectivo Al Margen?
- ¿Han recibido algún tipo de apoyo? ¿cuales? ¿que les permitió?
- ¿Cuáles consideran son los principales logros del GCC?
- ¿Cuál/es es/son el/los beneficios de ser parte del GCC?

- ¿Cómo y por qué piensan que se han podido mantener en el tiempo? (sustentabilidad)

4. Problemáticas y Desafíos (ustedes) (14.20hs)

- ¿Qué dificultades encuentran actualmente?
 - ¿Cuáles son los desafíos/deseos que tienen?
 - De estos desafíos y dificultades: ¿Están abordándolos actualmente?
 - ¿Cuáles son los planes a futuro, a corto y largo plazo que tienen?
 - ¿En qué medida o de qué manera creen que podríamos colaborar con ustedes?
-
- Hay algún tema que no les hayamos preguntado que consideren interesante o les gustaría contarnos?

Registro de Rodrigo sobre la 1er entrevista

Pipi - Trabajadora Social - en Grupo de Compras Comunitarias (GCC) desde 2016

Mariano - Profesor Universitario Economía - en GCC desde 2016

experiencias c/universidad → vinculación, profesores, proyectos de extensión: 1ro fue de caracterización del GCC y 2do de encuesta a productores de la economía social (carreras economía y antropología)

algo que les gustaría hacer → índice de precios del GCC (tendencias, homogeneización)

algo que están por hacer → formalizarse: persona jurídica, cuenta bancaria, facilita aplicar a financiamiento (ya han conseguido otros financiamientos antes)

alrededor de 400 familias o clientes separadas en dos grupos (1 entrega mensual para cada grupo)

47 productores de los cuales 37 son de la economía popular

aprox 200 productos

alrededor de 25 millones de pesos por mes

local alquilado junto a otras organizaciones → infraestructura compartida

priorizan productos locales y/o de economía social (cooperadoras) pero también recurren a distribuidores más grandes para algunos productos

inician a partir de una nota (2016) de la revista Al Margen a otra organización similar (Coopate). Desde el colectivo comienzan utilizar este grupo y luego arman el suyo propio

muy importante la confianza con los productores, permite flexibilidad frente a imprevistos o dificultades

8 integrantes en el “grupo responsable”, los que se encargan de organizar y hacer funcionar el grupo. Hacen reuniones para revisiones, discusiones y decisiones. Confianza y buen trato (no necesariamente amistad) entre ellos

perfil de los consumidores: del “palo organizativo”, mayoría de clase media que tal vez eligen pagar un poco más por productos orgánicos o cosas así

para los precios → le agregan un 8% de recarga al precio del productor

costos → alquiler, servicios, pago de algunas horas de trabajo (principalmente a trabajadores del plan potenciAR y alguno más que colabore mucho tiempo)

para sumarse al grupo es por contacto → alguien que ya esté pasa tu contacto y actúa de “seguro” o “garante” por si el ingresado no paga o algo así

muy importante los lazos de confianza comprador-GCC-productor

el Colectivo Al Margen ya no trabaja como uno solo a través de sus ramas sino que están medio independizadas pero manteniendo la forma de trabajar

han conseguido financiamiento a través del “mercado de cercanía” y de algo universitario con lo que compraron principalmente herramientas como heladeras o computadoras y un “fondo de giro” para no necesitar cobrarle a los compradores antes de pagarle a los productores.

RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS - no textuales

- ¿Cómo surgió? ¿Cuándo surgió? ¿De dónde viene la idea?

Surge en 2016 a partir de una nota que le realizó la revista Al Margen al grupo de compras “Copate”, un grupo de personas del colectivo comenzaron a comprar ahí y después pasaron a armar el suyo propio, el grupo Copate les compartió información de cómo funcionaban y consejos.

- ¿Cómo funciona? ¿Quiénes lo integran? ¿Qué roles existen?

Existe un “grupo responsable” de 8 personas que se encargan de organizar el GCC, hablar con los productores, administrar el dinero, etc. No tienen roles fijos del tipo “secretario” o “contador” sino que se reparten las tareas.

- ¿Qué tienen en común los consumidores del GCC? (perfil de consumidor: ¿barrios? ¿poder adquisitivo? ¿Homogéneo o no?)

Los consumidores no son un grupo completamente homogéneo, pero principalmente se compone por personas de clase media, vinculada o cercana a las organizaciones, de todas partes de la ciudad y que buscan ser más conscientes de lo que consumen.

- ¿Cómo llega la gente al grupo? ¿Cómo se incorporan? (¿Cómo se publicitan?)

La gente llega por contacto con otros miembros, estos se comunican con el grupo administrativo para sumarse al grupo de compras, el contacto que los “ingresó” cuenta como responsable del nuevo por si estos no cumplen.

- ¿Quiénes son los productores y cómo se vinculan con ellos?

Los productores son principalmente locales y/o de la economía social (cooperativas), cada miembro del grupo responsable se encarga de comunicarse con algunos productores para realizar el encargo. También recurren a proveedores como mayoristas para productos que no encuentran en estos lugares.

- ¿Qué es lo que se compra?

Principalmente alimentos, aceite, yerba, lácteos, carne, etc. pero también artículos de higiene y estética.

- ¿Cómo se construye el precio? ¿Qué costos operativos tienen?

El precio es simplemente el precio que les presenta el proveedor con un recargo del 8%. Los costos son principalmente el alquiler, los servicios y el pago de horas de trabajo para algunas personas, principalmente de beneficiarios del plan potenciar.

- ¿Cómo se vincula el GCC al resto del Colectivo Al Margen?

Comenzó siendo una rama vinculada al resto del Colectivo, pero luego el Colectivo dejó de trabajar como un solo grupo y se seccionó, por lo que hoy en día no funciona como lo hacía originalmente. Sin embargo, el GCC continúa con el mismo modo de trabajo heredado del Colectivo.

- ¿Han recibido algún tipo de apoyo? ¿cuales? ¿que les permitió?

Han conseguido financiamiento a través del “mercado de cercanía” y un fondo universitario con lo que compraron principalmente herramientas como heladeras o computadoras y un “fondo de giro” para no necesitar cobrarle a los compradores antes de pagarle a los productores.

- ¿Cuáles consideran son los principales logros del GCC?
- ¿Cuál/es es/son el/los beneficios de ser parte del GCC?
- ¿Cómo y por qué piensan que se han podido mantener en el tiempo? (sustentabilidad)

Registro de Matías sobre la 1er entrevista

Fue creado en 2016. Se obtuvo financiamiento universitario, con ello se creó el carrito de compras mediante una cooperativa de software.

Actualmente se busca formalizar el proyecto mediante la creación de una persona jurídica.

Actualmente participan 400 familias y aproximadamente 50 proveedores, se busca crear un canal de comercialización sin intermediarios para bajar los precios.

Se realizan dos operatorias mensuales debido a la limitación del espacio (aproximadamente un poco más grande que el aula). Hubo un pico de 224 pedidos. Estas dos operatorias se dividen en dos semanas por lo general hay entre 100 y 110 pedidos, 200 juntando las dos operatorias.

Primero se solicitan los precios a los proveedores, después se abre el carrito de compras para que los usuarios puedan pedir sus productos durante 3 días. La entrega de productos se almacena por nombre y apellido.

La estructura donde se realizan las entregas es compartida con otras organizaciones y se alquila.

Hay aproximadamente 200 productos, ya sean frescos, secos, etc. Principalmente se buscan productos elaborados en bariloche o en la economía sur. También se suelen pedir productos en Mendoza, Misiones como la yerba, principalmente productos que no se elaboran en bariloche o sus alrededores, pero se busca la proximidad territorial.

Nace de otro grupo de compras llamado COPATE, este está limitado a 40 familias y a diferencia del nuestro que un pequeño grupo gestiona todo, las 40 familias se gestionan.

Primero se integró por gente de Al Margen, unas 16 personas, después se fue abriendo a más gente.

Para los productos también se suelen comprar en distribuidoras grandes (mayoristas), pero se prefiere comprar a cooperativas.

Se busca pagar a la gente que trabaja en las operatorias y en la gestión del proyecto para generar trabajo, al menos un pago simbólico.

Los productos que se compran se buscan que sean a buen precio, por la calidad y la confianza que tengan con el proveedor, por lo general se comprará a un proveedor que ya se le tenga confianza a uno nuevo que venda a menor precio.

Las decisiones se toman en grupo, todavía no hay una figura principal, se realizan reuniones evaluativas para ver en qué se puede cambiar.

La caracterización del cliente por lo general son personas que ya conocen, que trabajan con ellos en otros proyectos como puede ser en Al Margen, son de clase media, con preferencia a productos ecológicos sin agroquímicas, eligen los productos por el origen de estos y no por su precio, esto en general.

Los participantes tienen roles muy variados, por lo general cada integrante tiene a sus proveedores o los consigue, estos diferentes integrantes consiguen diferentes proveedores y se encargan de la búsqueda de precios. Al precio de los proveedores se les recarga un 8%.

Con este porcentaje se paga el alquiler del local, los servicios y el pago de los trabajadores. Para estimar cuánto se debía de pagar se utilizaba el dinero que pagaba el Plan Potenciar Trabajo (Argentina Trabaja) por hora.

A algunos integrantes no les interesa cobrar, en COPATE funciona así. Cada quien hace las horas que puede. Esto es un alivio ya que el 8% de recargo no alcanza para cubrir todos los gastos.

Las operativas se realizan los jueves y viernes, por lo general se paga por responsabilidad en estos días. También se suele buscar ayuda de los compradores (a estos no se les paga).

Se busca tener un registro para poder fraccionar bien el pago a los trabajadores.

Al grupo se llega mediante recomendación de gente que ya está en él, es un grupo que se basa mucho en la confianza y no se pueden permitir que alguien nuevo no pague ya que genera un agujero económico. Antes del carrito de compras se dividía en nodos y se buscaba que se pague una parte como seña para tener fondos (a esto nos referimos que a los integrantes se le asignaban consumidores, por lo general gente que ya conoces, y recaudaban el dinero).

Hubo problemas con publicitar el proyecto en la radio, debido a cómo contarla y además que funciona mediante la relación entre los integrantes, lo cual hace difícil que entre gente desconocida. Se busca crear un circuito de confianza.

Actualmente a los que se les tiene más confianza se busque que paguen antes para tener fondos (a esto nos referimos a que por lo general se paga en el día de la entrega y no cuando se piden los productos) el pago es en negro.

Actualmente se siguen considerando parte de Al Margen, pero debido a la reconfiguración de este, ya no se articulan juntos. Hoy no hay una orgánica con otros espacios de Al Margen como sucedía antes. Ya no se comparte estructura solo el partido. Al margen cuenta con otros espacios, llamadas siendo el Estacionamiento medido, el Grupo de Colectivo de Compras (del cual se está haciendo la entrevista), el semillero, Comunicación y Género.

Se le ha brindado apoyo universitario mediante el Mercado de Cercanías perteneciente al Ministerio de Desarrollo que brindó un Fondo. Con ese fondo se pudo hacer el carrito de compras, el asesoramiento, compra de freezer, heladera, Computadoras, balanzas, capital de giro (tener stock), dinero base para pagar a los proveedores.

A pesar de esto aún no se tiene autonomía.

Se trabajan con 281 productos, con 47 proveedores, se realizan 430 operaciones y el dinero que se mueve es de 20 millones de pesos por mes.

En los productos también hay cosmética.

Se envía un excel con los productos en total pedidos, después cada uno de los miembros se comunican con sus respectivos proveedores.

El problema actual es el espacio físico, que a su vez está muy influenciado con el monetario, además de la problemática de poder llegar a fin de mes.

En las reuniones se plantea en que se puede mejorar, no se plantea que se puede hacer a mediano y largo plazo. A principio de año se realiza la propuesta para este.

Se busca crecer en términos de abarcar más familias. Al dividir en 2 operatorias se aumentaron las horas de trabajo pero gracias a esto ahora se pueden agregar más consumidores.

También se busca tener más heladeras, para conservar más productos.

También se suelen buscar proveedores provenientes de las líneas de trabajo de Al Margen, gracias a ellos se les puede dar feedback a ellos y mejorar los productos dándoles seguimiento.

Actualmente el carrito de compras genera la problemática de no saber bien el funcionamiento de este, se busca tener más autonomía en el manejo de este ya que ante un error se tiene que comunicar con los desarrolladores de este.

RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS - no textuales

- ¿Cómo surgió? ¿Cuándo surgió? ¿De dónde viene la idea?

El Grupo de Compras Comunitaria (GCC) surgió en 2016. La idea se originó a partir de un grupo previo llamado COPATE, que también era un grupo de compras pero estaba limitado a 40 familias. El GCC buscó expandir esta idea para incluir más familias, crear un canal de comercialización sin intermediarios y así reducir precios.

- ¿Cómo funciona? ¿Quiénes lo integran? ¿Qué roles existen?

El GCC funciona a través de un carrito de compras online donde los consumidores piden productos de diversos proveedores. Cada mes se realizan dos operatorias (entregas físicas de los productos). En el grupo participan aproximadamente 400 familias como consumidores y aproximadamente 50 proveedores. Los roles dentro del grupo son variados, cada integrante se encarga de obtener productos de ciertos proveedores, gestionar precios y participar en las operatorias. Las decisiones se toman de manera colectiva en reuniones evaluativas.

- ¿Qué tienen en común los consumidores del GCC? (perfil de consumidor: ¿barrios? ¿poder adquisitivo? ¿Homogéneo o no?)

Los consumidores suelen ser personas de clase media con preferencia por productos ecológicos y sin agroquímicos. Eligen los productos más por su origen (local y responsable) que por el precio. La mayoría de los consumidores son personas que ya están vinculadas a otros proyectos de Al Margen o que conocen a los miembros del grupo, por lo que existe un fuerte componente de confianza.

- ¿Cómo llega la gente al grupo? ¿Cómo se incorporan? (¿Cómo se publicitan?)

La mayoría de los consumidores llega al grupo mediante recomendaciones de personas que ya participan. La incorporación se basa en relaciones de confianza, y el grupo tiene cuidado al aceptar nuevos miembros, ya que no pueden permitirse impagos que afecten la economía del grupo. Han tenido dificultades para publicitarse en medios masivos, como la radio, debido a esta dinámica de relaciones cercanas.

- ¿Quiénes son los productores y cómo se vinculan con ellos?

El GCC trabaja principalmente con productores locales de Bariloche y la región del sur argentino. También adquieren productos que no se producen localmente, como yerba mate de Misiones o productos de Mendoza. La preferencia es trabajar con cooperativas en

lugar de mayoristas. Existe una relación de confianza y retroalimentación con los productores para mejorar la calidad de los productos, en los casos que los productores sean de Al Margen.

- ¿Qué es lo que se compra?

El grupo ofrece alrededor de 200 productos, que incluyen alimentos frescos, secos, cosméticos, y otros. Se priorizan productos locales, aunque algunos provienen de otras regiones debido a la imposibilidad de producirlos localmente.

- ¿Cómo se construye el precio? ¿Qué costos operativos tienen?

El precio se construye solicitando precios a los proveedores y añadiendo un 8% de recargo. Este porcentaje cubre costos operativos como el alquiler del espacio, servicios, y pagos simbólicos a los trabajadores de las operatorias. Sin embargo, este porcentaje no es suficiente para cubrir todos los gastos, por lo que algunos miembros optan por no cobrar.

- ¿Cómo se vincula el GCC al resto del Colectivo Al Margen?

Inicialmente, el GCC estaba más fuertemente vinculado a Al Margen, pero actualmente ya no comparten una estructura orgánica debido a la reestructuración de Al Margen. Aunque siguen siendo parte de Al Margen, el proyecto del GCC se ha desarrollado de manera más independiente, manteniendo algunos valores y principios del colectivo.

- ¿Han recibido algún tipo de apoyo? ¿Cuáles? ¿Qué les permitió?

Sí, recibieron apoyo universitario a través de un fondo del Ministerio de Desarrollo mediante el Mercado de Cercanías del plan Potenciar Trabajo (Argentina Trabaja). Este financiamiento les permitió desarrollar el carrito de compras, adquirir equipo como freezers, balanzas, computadoras, y generar un capital de giro para pagar a los proveedores.

- ¿Cuáles consideran son los principales logros del GCC?

Uno de los principales logros es haber crecido hasta incluir 400 familias y crear una red de 47 proveedores, moviendo alrededor de 20 millones de pesos por mes. Además, han logrado crear un canal directo de comercialización con los productores, disminuyendo los precios al eliminar intermediarios.

- ¿Cuál/es es/son el/los beneficios de ser parte del GCC?

El beneficio principal para los consumidores es acceder a productos de calidad a un precio más bajo, fomentando una economía local y solidaria. Para los proveedores, el GCC representa un canal directo de comercialización sin intermediarios. Además, se busca crear trabajo remunerado para quienes participan en la organización y gestión del grupo.

- ¿Cómo y por qué piensan que se han podido mantener en el tiempo? (sustentabilidad)

Se han mantenido en el tiempo gracias a la confianza entre los participantes, la colaboración colectiva en la toma de decisiones, y el enfoque en productos locales y responsables. También la flexibilidad de los miembros para adaptarse a las limitaciones económicas, como trabajar sin cobrar o voluntariamente, ha sido clave para su sustentabilidad.

- ¿Qué dificultades encuentran actualmente?

Uno de los principales problemas es la falta de espacio físico para almacenar y distribuir los productos, lo que limita la cantidad de operatorias y productos que pueden manejar. También enfrentan dificultades económicas para cubrir los costos operativos con el recargo del 8%. Además, tienen problemas con el manejo técnico del carrito de compras, ya que no tienen autonomía para resolver problemas de software.

- ¿Cuáles son los desafíos/deseos que tienen?

El desafío principal es crecer en términos de más familias y mejorar la infraestructura, incluyendo la adquisición de más heladeras para almacenar productos. También desean formalizar el grupo mediante la creación de una persona jurídica para tener más estabilidad legal y económica.

- De estos desafíos y dificultades: ¿Están abordándolos actualmente?

Están abordando el problema del crecimiento dividiendo las operatorias en dos semanas, lo que ha permitido manejar más pedidos. También están en proceso de formalización, aunque aún no se ha completado.

- ¿Cuáles son los planes a futuro, a corto y largo plazo que tienen?

A corto plazo, buscan ampliar el espacio físico para poder almacenar más productos y manejar más pedidos. A largo plazo, desean formalizar la estructura legal del grupo y mejorar la autonomía en el manejo del carrito de compras.

- ¿En qué medida o de qué manera creen que podríamos colaborar con ustedes?

La colaboración podría enfocarse en la mejora del sistema de compras online, brindando asesoría técnica para que puedan tener más autonomía en su gestión.

- ¿Cómo funciona y para qué sirve el carrito de compras? (Pregunta Extra)

El carrito de compras es una plataforma en línea desarrollada por una cooperativa de software con apoyo universitario, y es la herramienta principal que utilizan los consumidores del GCC para realizar sus pedidos. Los usuarios tienen tres días para hacer sus pedidos a través de esta plataforma, una vez que los proveedores han confirmado los precios de los productos.

El carrito permite a los consumidores seleccionar entre una amplia variedad de productos (alrededor de 200 productos, que incluyen frescos, secos y cosméticos) y hacer su compra de forma organizada. Una vez cerrada la ventana de pedidos, los productos son clasificados por nombre y apellido de los consumidores, para ser distribuidos durante las operatorias, que son las entregas físicas de los productos, realizadas dos veces al mes.

El carrito facilita la gestión de los pedidos y evita los antiguos métodos manuales de recaudación que se utilizaban antes del sistema, como la asignación de consumidores a nodos específicos. Sin embargo, también presenta algunos desafíos técnicos, ya que el grupo aún no

tiene autonomía total en su manejo y depende de la cooperativa de software para resolver cualquier problema o actualización necesaria.

Registro de Ariel sobre la 1er entrevista

Sobre el Grupo de Compras Comunitaria (GCC)

- ¿Cómo surgió? ¿Cuándo surgió? ¿De dónde viene la idea?
 - El GCC surgió en el año 2016 por lo que se nos mencionó, no se aclaró una fecha específica pero se reiteró el año y que los miembros llevaban 8 años trabajando en el grupo. Surgió a partir de una reunión/entrevista con el grupo Copate, quienes también formaron un grupo de compras. A partir de conocer a este grupo realizaron la coordinación de un grupo propio dentro del colectivo al margen, integrado completamente por participantes del grupo.
- ¿Cómo funciona? ¿Quiénes lo integran? ¿Qué roles existen?
 - En el grupo se hace una distinción sobre aquellos usuarios del grupo de compras y quienes cumplen roles en el funcionamiento del mismo, actualmente son 8 personas que trabajan activamente. Luego de cada operatoria de compra realizan una reunión en la que se discute cómo fue el funcionamiento, que se puede mejorar, etc. Y para las decisiones importantes siempre se busca un consenso general y no se toman decisiones individuales. En la operatoria en sí cada quien cumple una serie de roles, no se explicó en demasiá cada uno, dentro de las tareas que se realizan son el relevamiento de precios, realizar los pedidos, levantar los pedidos que se hacen desde el carrito de compras, organizar y fraccionar los pedidos cuando llegan al local, hacer la entrega a las familias. Cada uno de los que trabaja en el grupo cumple en mayor o menor medida una o varias de esas tareas y se reparten en base a la posibilidad que cada uno pueda, intentando mantener cierta estabilidad en las tareas que cada uno realiza. El trabajo que realizan es en la mayoría de casos remunerado, pero no hay una norma de cómo recibe cada uno su compensación y se ve caso a caso, haciendo el grupo un caso heterogéneo muy particular en palabras de ellos. Dentro de la logística, actualmente los socios del grupo se dividen en dos grupos, cada usuario accede a un carrito de compras en donde pueden elegir la cantidad de unidades mínimas de cada producto quieren (la unidad depende del producto) en la que tienen un precio de referencia por unidad, se va agregando a un carrito que va enlistando todo lo que compran y una vez finalizado pueden editar la compra, al estar satisfechos confirman el pedido, esto usualmente se hace de viernes a lunes y para el viernes siguiente tienen su pedido listo. Desde la organización, antes de abrir el carrito deben saber los precios estimados y que productos van a tener disponibles para habilitar las compras. Una vez cerrados los pedidos tienen que contactar con todos los proveedores para que tengan los productos el jueves para comenzar a fraccionar y armar los pedidos, que finalmente son entregados los viernes por la tarde. En todo momento destacaron la

importancia de la confianza en todos los aspectos del funcionamiento del grupo. Ya que es necesaria la confianza con los usuarios para tener la certeza de que el viernes buscarán su pedido y pagarán lo pactado, a la vez que los usuarios deben entender que el precio que tienen al realizar la compra no es un precio final y varía en función de cosas que van por peso (como carnes y verduras) y también el contexto inflacionario que atravesamos. Y finalmente la confianza con los productores, con los que en muchos casos se tiene la confianza de que el pago de la compra se haga una vez que la operatoria termine y no por anticipado.

- ¿Qué tienen en común los consumidores del GCC? (perfil de consumidor: ¿barrios? ¿poder adquisitivo? ¿Homogéneo o no?)
 - No tenían un perfil marcado de quienes son los usuarios. un par de menciones fueron que la mayoría tiene un lazo o interés en formar parte de grupos vinculantes como es el GCC y que, en rasgos muy generales, la mayoría es de un nivel adquisitivo medio, pero no existía un perfil marcado. Algo que notaron al pensar en esto es que el aspecto en común que todos tienen es que están vinculados con alguien que ya formaba parte antes del grupo de compras, luego mencionaron que el grupo comenzó por nodos en los que alguno de los actores del grupo agrupaba varios socios que hacían el pedido y hoy en día aunque no esté tan marcado se sigue manteniendo esto de que entre cada socio tiene un vínculo previo con alguien que ya formaba parte.
- ¿Cómo llega la gente al grupo? ¿Cómo se incorporan? (¿Cómo se publicitan?)
 - Volviendo al punto anterior, para formar parte del grupo aún hoy en día se necesita de que alguien lo recomiende, ya que esa persona sirve como nexo entre el nuevo socio y el grupo para cualquier inconveniente. Esto es de vital importancia ya que la confianza que se requiere para que funcione es crucial. No es un grupo cerrado, se puede unir más gente pero ese “requisito” mínimo para asegurar cierto nivel de confianza se mantiene. Nos comentaron que en el pasado tuvieron problemas al hablar de manera pública del grupo al contar su funcionamiento porque mucha gente se interesó por el grupo y en muchos casos, a aquellos interesados no se les permitió finalmente unirse. No buscan publicitarse y corre más de boca en boca la convocatoria actualmente.
- ¿Quiénes son los productores y cómo se vinculan con ellos?
 - La gran mayoría de productores con los que trabajan cumplen algunos criterios de principios y valores que tiene el grupo, como ser productores “sociales”, emprendedores, pequeños productores. Manteniendo una cierta regionalización de los productos, salvo en aquellos casos de productos muy solicitados (como la yerba o aceite) en los que no hay una disponibilidad de productores locales, se busca encontrar algún productor que cumpla los criterios mencionados al principio aunque no sean de la región, finalmente si no se cumplen estos criterios, algunos productos se termina optando por proveedores que haya en la ciudad como mayoristas. También tienen la opción de que simplemente algún producto finalmente no esté presente para la compra. Actualmente están trabajando con casi 50 productores, en el que ⅔ de

los mismos cumplen con los criterios de ser emprendedores, productores regionales, etc.

- ¿Qué es lo que se compra?
 - Nos mostraron cómo es el carrito de compras, en el que pudimos ver que en su mayoría los productos son alimentos, así como también de higiene y cuidado personal (cremas, shampoo, etc). Dentro de los alimentos la variedad es muy completa, desde productos frescos, como carnes, verduras, lácteos y demás, hasta alimentos no perecederos, abarcando la mayoría de rubros alimenticios.
- ¿Cómo se construye el precio? ¿Qué costos operativos tienen?
 - La construcción del precio es bastante simple, al precio que el productor/proveedor tenga disponible, se le hace un recargo del 8%. En cuanto a costos operativos nos comentaron que tienen los gastos de servicios por el uso del local donde realizan las operatorias, el cuál comparten con el grupo Copate. También contemplan dentro de los gastos sueldos/honorarios para quienes trabajan en el grupo, siendo que algunos ganan más o menos, llegando al caso de algunos miembros que participan ad honorem. Aparte de los costos operativos, el GCC también se permitió en su momento mantener una base monetaria para poder cambiar del sistema previo en que los pagos debían hacerse por adelantado por parte de los socios al sistema actual en el que existe la posibilidad de que paguen al retirar sus productos, aunque nos comentaron que sigue siendo necesario aunque no indispensable, que una parte de los socios puedan contribuir de manera adelantada.
- ¿Cómo se vincula el GCC al resto del Colectivo Al Margen?
 - Actualmente el vínculo con el resto del colectivo Al Margen está meramente dado por los vínculos previos que existían, ya que hace unos años hubo una reestructuración del colectivo, por lo que la estructura que unía y cubría todas las agrupaciones que lo conformaban se disolvió. Muchas de las partes se anexaron a otros proyectos y programas que trataban los mismos temas y otras actualmente se manejan de manera autónoma, que es el caso del GCC. El nombre, la identidad y el vínculo de los integrantes se ha mantenido aunque la estructura que los cubría al principio ya no exista.
- ¿Han recibido algún tipo de apoyo? ¿cuales? ¿que les permitió?
 - Sí, nos mencionaron apoyos financieros que recibieron, algunos vinculados a proyectos de extensión de la universidad que permitieron gastos logísticos principalmente. Y también sobre un programa de parte del gobierno que les permitió dar el gran salto de poder comprar artículos como heladeras, freezers, computadoras y demás, que les permitió aumentar la escala de las operatorias y la variedad de productos que tiene el grupo a disposición. También les permitió la base monetaria que se mencionó anteriormente que les habilitó a la forma en que trabajan actualmente.
- ¿Cuáles consideran son los principales logros del GCC?
 - Esta pregunta no se expresó formalmente, pero dentro de las cosas que mencionaron como progresos del grupo en otras preguntas fueron la creación del carrito de compras, que les permitió una automatización bastante

importante del trabajo que realizan. También fue recurrente el haber podido pasar de tener que pedir el pago adelantado y hacer los pedidos a fuerza propia a tener un local donde hacer las entregas y la posibilidad de que los socios paguen al momento de retirar.

- ¿Cuál/es es/son el/los beneficios de ser parte del GCC?
 - Entre las cosas que hablaron sobre los objetivos del GCC están el poder tener acceso a productos que tengan menos intermediarios, accediendo a un mejor precio en esos casos y también, principalmente, poder acceder a productos de “mejor calidad” o que tengan una filosofía detrás, como ser orgánicos o ecológicos.
- ¿Cómo y por qué piensan que se han podido mantener en el tiempo?
 - No se formuló expresamente, pero dado el vínculo existente entre los socios y la comunidad que se creó, además de poder tener una base de mejores productos y/o mejores precios ha permitido que se tenga una cantidad estable de socios activos que permitan que sea factible el funcionamiento del GCC. También un punto muy importante que mencionaron es que para muchos de los productores, el volumen de compra que les representa el GCC les da una estabilidad y una base que fomenta la longevidad del vínculo entre el grupo y productores, dando una garantía de que los productos estarán disponibles para la compra y también resulta en un atractivo para poder captar nuevos productos y productores. Otro aspecto importante es que los productos que el grupo tiene en su carrito no se pisan o solapan, por lo que si un productor vende, por ejemplo, dulces, no habrá otro que provea el mismo producto produciendo una competencia entre ellos. Cada producto tiene un único proveedor.

Problemáticas y Desafíos

- ¿Qué dificultades encuentran actualmente?
 - En un primer pensamiento, nos comentaron que actualmente la única preocupación consciente que están teniendo es mantener el funcionamiento actual del grupo, dado los cambios que han estado ocurriendo en el contexto económico y social del país y la ciudad. Sin embargo durante el transcurso de la entrevista nos mencionaron las dificultades con el espacio físico que tienen, actualmente se encuentra solventado de alguna manera gracias a realizar dos operatorias al mes en lugar de una, pero nos dijeron que cuando el nivel de pedidos era mayor tuvieron que reducir la variedad de productos en disposición porque les era imposible tener tanta cantidad de productos en el local. Finalmente, también nos expresaron que tienen problemas de autonomía con el carrito de compras, al no poder administrarlo en su totalidad. Pueden habilitarlo y modificar las características de los productos como precio y unidad, pero para agregar contenido como modificar imágenes de los productos o agregar nuevos productos, necesitan de Animus (quienes hicieron

la programación de la página) y su disponibilidad limitada para que actualice el carrito.

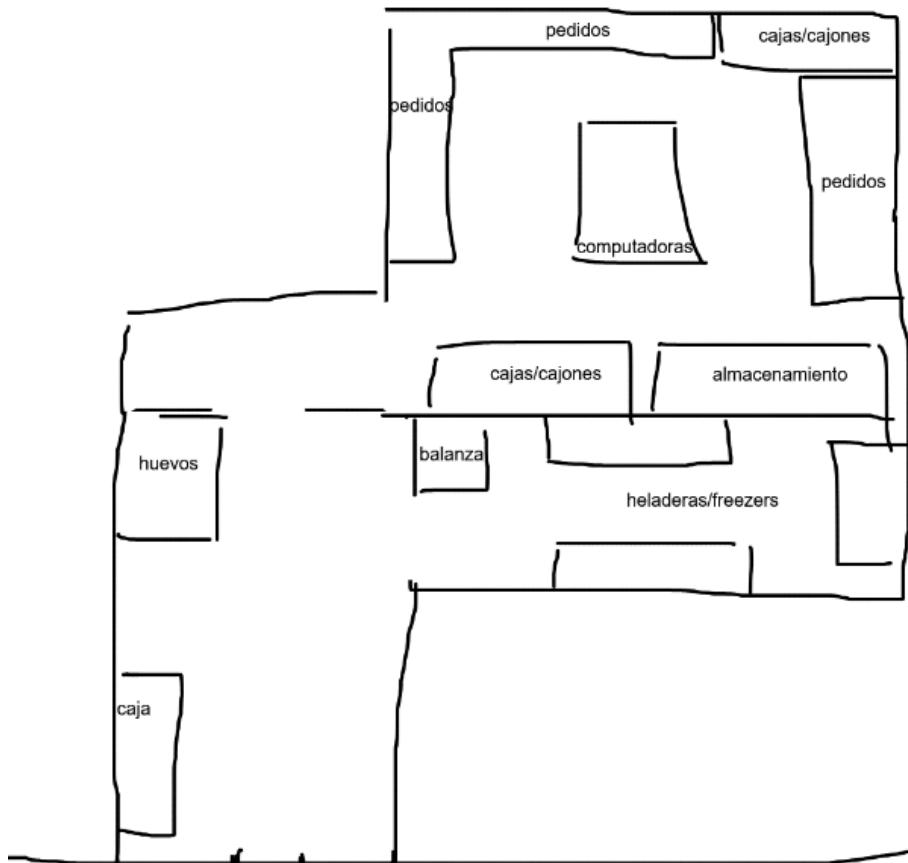
- ¿Cuáles son los desafíos/deseos que tienen?
 - Nos mencionaron que los desafíos y búsquedas actuales que tienen son el oficializar la figura del espacio para habilitarles posibilidades de cobro y facturación más transparentes y sencillas y principalmente para poder acceder a nuevas maneras de financiación y apoyo. También están en la búsqueda de expandir el volumen de compra que tienen, ya que actualmente están en unas 100/110 compras por operatoria de manera muy estable pero quieren elevarlo a unas 150 aproximadamente. Sin embargo, para llegar a estas respuestas debieron pensar un momento, su primera respuesta fue que actualmente no tenían ningún objetivo concreto, simplemente que siga funcionando.
- De estos desafíos y dificultades: ¿Están abordándolos actualmente?
 - Nos comentaron que ya tienen los documentos necesarios para poder obtener la figura jurídica pero que no han completado los trámites porque conlleva gastos y cambios que les generan dudas de realizar en el contexto actual económico general. También pensándolo un momento, nos mencionaron que estos trámites pueden completarse y no dar el alta enseguida y que es algo que se encuentran debatiendo y trabajando actualmente. Por la parte del aumento en la cantidad de pedidos no nos mencionaron un trabajo activo que estén realizando al respecto.
- ¿Cuáles son los planes a futuro, a corto y largo plazo que tienen?
 - Nos mencionaron que no tienen una planificación de ningún tipo a mediano o largo plazo y que actualmente se encuentran cómodos con el funcionamiento actual del grupo y que se están enfocando en que se mantenga funcionando de la misma manera.
- ¿En qué medida o de qué manera creen que podríamos colaborar con ustedes?
 - Fue en este momento cuando nos mencionaron que están teniendo problemas con respecto al carrito de compras y que, desde su ignorancia en el trabajo que estudiantes de ingeniería serían capaces de realizar, pensaron que sería un punto en el que podríamos ayudarles a superar la barrera actual que les presenta el no poder manipular el carrito de compras sin recurrir a terceros.
- Hay algún tema que no les hayamos preguntado que consideren interesante o les gustaría contarnos?
 - Nos mencionaron que en cuanto a los temas que se hablaron no quedó ningún punto importante sin tocar, que quizás se podría profundizar más en algunos temas pero que la información más relevante se pudo hablar.

Anexo 2: Registro de observación.

Lo registrado por los estudiantes luego de participar en operaciones del GCC

Registro de Rodrigo luego de participar del día de entrega del 20/09/2024

Fui a observar y colaborar con el GCC en un día de entrega. Llegué alrededor de las 15:30 al lugar donde se realizaba, calle Ruiz Moreno 966, a pocas cuadras de la sede de Anasagasti de la UNRN. Me recibió “el Pollo” que me preguntó si iba a retirar un pedido, le contesté que no, que era uno de los estudiantes de la Universidad que había hablado con Pipi y Mariano, que iba a ver y ayudar. Me hizo una breve recorrida por el local: en la entrada estaba la caja, al fondo de la misma habitación había algunos productos (principalmente cajas de vino y maples de huevos), a la derecha había un lugar con heladeras y freezer donde habían dos mujeres las cuales se encargaban de pesar, entregar y registrar los productos guardados en las heladeras, principalmente carnes y algunos lácteos. Por último pasé a la habitación más grande donde estaban la mayor parte de los pedidos: las paredes tenían repisas y cajones con los pedidos ya preparados y una etiqueta con el nombre del comprador, había una mesa en el centro de la habitación que tenía pedidos a los costados y encima tenía un par de computadoras, cuadernos, comida y mate, también habían muchas cajas y cajones. Habían 4 personas en esta habitación y una de ellas era Pipi. Una mujer de las que estaban ahí me explicó con más detalle cómo era el procedimiento mientras el resto se encargaban de realizar algunas entregas. Me preguntaron cosas sobre el trabajo de la Universidad que estaba haciendo y me convidaron mate.



boceto de la distribución del espacio

A la hora en la que llegué no había mucha gente retirando su pedido y alrededor de 7 u 8 personas trabajando, por lo que pude primero ver a los demás hacer el trabajo y después sumarme. El procedimiento era el siguiente:

1. El comprador comenzaba por la habitación de atrás y decía el nombre de la persona del pedido que venía a retirar (no siempre era la misma persona que lo había hecho y a veces una persona retiraba varios pedidos).
2. Una persona del grupo buscaba el pedido entre las cajas y repisas (estaban ordenadas por orden alfabético) mientras otra persona buscaba el pedido en la planilla de Excel que nos mostraron el día de la entrevista.
3. La persona con el Excel pasaba lista de los ítems de la compra mientras el otro iba confirmando que estos estuvieran efectivamente en la caja ya que a veces hay productos que no llegan o llegan en menor cantidad, o se cometen errores al armar el pedido.
4. Los ítems confirmados se le pasaban entonces al comprador que los guardaba en alguna bolsa/caja que haya traído. Si no había traído nada podía agarrar una caja de las que estaban en la habitación.
5. Si había alguna diferencia entre lo pedido y lo que llegó se ajustaba en el excel para el posterior cobro.

6. Una vez terminado con la lista, el comprador pasaba a la sección de heladeras donde se repetía un proceso similar.
7. Para terminar, pasaba por la caja donde se le cobraba, en efectivo, el precio de la lista actualizada.

Yo me quedé en la habitación de atrás y me encargué de comprobar cuáles ítems estaban en la compra mientras otra persona leía y ajustaba la planilla de Excel. La primera hora fue especialmente tranquila, según me comentaban tanto las personas que trabajaban ahí como algunos de los clientes, solamente era necesaria una pareja para comprobar la compra de los clientes que entraban cada 5 o 10 minutos.

Los pedidos solían estar completos, había algunos casos donde no había llegado algún producto (por ejemplo un tipo de galletita Frutigran) y algún error al momento de preparar el pedido (por ejemplo se habían comprado 3 unidades y en la caja sólo había 2) que por lo general se podían solucionar en el momento, o luego se encontraba el ítem faltante en otro pedido. Se dió la situación de una señora que había comprado 3 unidades de higos porque le habían gustado mucho la última vez pero este mes vinieron “más secos”, se lo comentó al Pollo y él le dijo que podía quitarlos de la lista si ella quería, terminó llevando una sola unidad.

La cantidad de personas trabajando se iba modificando según sus propios horarios, algunos se iban y algunos llegaban. Durante esa primer hora pasó una proveedora (creo que era de yogurt) a cobrar.

La segunda y última hora (las entregas terminaban a las 18:00) estuvo más congestionada, con aproximadamente el doble de clientes que la primera. Ahora habían 2 parejas comprobando las compras, lo que podía causar alguna confusión ya que se decían 2 listas en voz alta al mismo tiempo, e incluso así se llegaba a formar una pequeña fila para ingresar por momentos.

Al finalizar el tiempo sólamente 1 pedido no había sido retirado, que según me contó el Pollo cumplía con el promedio de 1 cada 100 pedidos, me dijo que le gustaba llamar al comprador para retarla pero esta vez no tenía el número así que le tuvo que escribir un mail. Cuando terminó la entrega hicimos un inventario de los remanentes y los guardamos, también preparamos los pedidos para delivery, algunos se quedaron cerrando las cuentas y limpiando. Me fuí aproximadamente a las 18:30.

Datos y comentarios extra:

- Más o menos la misma cantidad de pedidos en cada grupo este mes, alrededor de 110.
- El grupo 1 fue de 10 millones de pesos y el grupo 2 de 9 millones.
- El pago es en efectivo y poseen una máquina para contar los billetes
- Los clientes son diversos y de todas las edades, algunos se conocen entre ellos y los miembros del grupo, van con niños, parejas, amigos.
- Si alguien no realiza una compra por 3 meses, se quita automáticamente del carrito de compras y debe reingresar como lo hizo la primera vez.

Registro de Ariel luego de participar del día de armado de pedidos del 10/10/2024

Los días de armado de pedidos son los jueves anteriores a la entrega que se realiza los viernes, aunque hay algunos productos puntuales con los que completan los pedidos los días viernes por la mañana. Suelen realizar los armados entre las 9 y las 15 hs. de los días jueves. Varios de los productos suelen llegar los días miércoles, otra parte el mismo jueves y algunos productos puntuales, como las verduras, el mismo viernes de entrega y finalmente, aquellos productos de la red de alimentos cooperativos les hace una entrega mensual, por lo que son los únicos productos que hasta la fecha mantienen un stock constante.

Al llegar al lugar me encontré con varios de los cumpas, en ese momento habían cuatro en el lugar con quienes me presenté. Me preguntaron cuestiones casuales relacionadas a la materia y mi carrera, también con Santiago dado que es tanto nuestro profesor y amigo de ellos. Una vez completada esta breve charla, les comenté que mi intención para ese día era conocerlos y ayudar también en lo que necesitaran, por lo que me agradecieron y ofrecieron un delantal que usan todos aquellos que cooperan con el grupo. Uno de ellos me mostró cómo funcionan las planillas de pedidos, ordenadas por productos. Por lo que para cada uno de los que se tuviera listo, se buscaba por su nombre y se obtenía la lista de todos aquellos cumpas que pidieron ese producto y cuántas unidades. Luego entre dos se repartía el trabajo, uno (en este caso yo) leía la planilla y decía quién había pedido el producto y cuántas unidades, el otro cumpa llevaba al cajón donde se arma el pedido de cada persona y una vez hecho esto se anota en la planilla la cantidad que se entregará. Idealmente la cantidad pedida y entregada debe ser la misma, pero en ocasiones hay productos que no llegan o que lo hacen en menor cantidad, por lo que se debe ajustar. También hay otros cumpas que se encargan de dividir aquellos productos que se entregan fraccionados, como lo son los quesos. Ya que estos productos se pide un peso de referencia y luego al fraccionar cambia ligeramente, se debe anotar la cantidad que finalmente se entregará, con lo que se obtiene el precio final que deberá pagarse.

En cuanto a la manera de armar los pedidos no tenía mucho más complejidad que la ya descrita, lo otro notable era el ambiente que generaban durante el encuentro. Tenían música puesta y algunas cosas para picar durante el desayuno. Charlaban y hacían chistes entre ellos durante todo el proceso, era un ambiente distendido y de amigos. Sobre los temas que hablaban era sobre cosas cotidianas de su vida y sobre cosas de actualidad que ocurrían. Los cumpas que estaban trabajando durante el día iban rotando en algunos casos, como el Pollo que se tuvo que ir más temprano o Pipi que llegó a media mañana, mientras que otros estuvieron a lo largo de toda la jornada. El momento más destacable como interacción del grupo se dió a la hora del almuerzo, momento en que se toman un descanso y generalmente hacen un pedido de comida a algún local de comida. Tuvieron la gentileza de invitarme a almorzar con ellos y fueron unos 40 minutos de descanso en los que se dieron diversas charlas. Donde lo más destacable fue su preocupación y enojo por la situación actual del país, ya que tenían una mirada opuesta a las políticas implementadas y también en algunos casos afectaba directamente la vida de algunos cumpas, ya que al estarse realizando una disminución del rol del estado, algunos de ellos entendían que su trabajo se encuentra en riesgo, dada la cantidad de despidos y no renovaciones de contratos que se está realizando.

El resto del día ocurrió sin muchos cambios, solamente hubo alguno que otro elaborador o mayorista que llegó con productos y al finalizar el día fui caminando acompañado de una de las cumpas que iba en la misma dirección, con quien tuve una charla

sobre la universidad y me contó aspectos de su vida sobre su hija, quien está en la secundaria y quien pronto deberá también comenzar la universidad y también sobre cómo fue su vida universitaria.

Como comentario sobre aquellos aspectos identificados durante el día, fue notorio lo engoroso que es el uso de las planillas en muchos casos, ya que es fácil perder de vista donde se está leyendo y también cometer errores al verificar sobre a quién se le ha agregado el producto.

Registro de Matías y Ariel luego de participar del día de entrega del 18/10/2024

Fuimos a realizar la técnica de mapeo de actores, y luego a observar y colaborar con el GCC en un día de entrega. Llegamos alrededor de las 13 hs al lugar donde se realizan las operatorias, calle Ruiz Moreno 966. Aprovechamos ese día, ya que antes de la operatoria, el grupo estaba en una reunión y por lo tanto, estaban casi todos los integrantes.

Al llegar, ya estaban discutiendo algunos temas, nos presentamos y Ariel le contaba de la actividad que íbamos a llevar adelante mientras que Matías recortaba las figuras para realizar el mapa. Primero se realizó un listado de actores sociales implicados en la sostenibilidad del grupo, se los separó por clasificación para después escribirlos en las figuras previamente recortadas. Al terminar eso, se dispuso a colocar las figuras en la gráfica. La actividad duró hasta las 14 hs, ya que a esa hora empezaba la operatoria .

Ya en la operatoria, nos dispusimos a colaborar en el área de entrega de almacén. Una habitación grande con repisas en las paredes en la que estaban los pedidos dividido por consumidor y en el centro una mesa para colocar las computadoras que se utilizan para realizar un seguimiento en la entrega de pedidos.

Durante nuestra participación, nos encargamos de entregar los productos a algunos clientes. Uno iba al estante donde estaban los productos, mientras que el otro estaba en la computadora preguntando si tal producto estaba ahí, en esta tarea nos fuimos rotando. Además discutimos sobre lo problemático que era la visualización de los pedidos en la computadora y con ello generando propuestas de mejora.

Ariel se quedó hasta aproximadamente las 15 hs debido a compromisos en la Universidad y Matías hasta aproximadamente las 16:15 por también, compromisos en la Universidad.

Matías, antes de irse, les consultó a los miembros del GCC, de forma separada, que se le podía mejorar al carrito de compras y anotó lo siguiente.

Según el Pollo:

- La gente se olvida de hacer el pedido y viene al local (se olvidan de apretar “enter” en el momento de realizar el pedido).
- Tema Stock, buscan la posibilidad de vender sin la necesidad de pedir con lo justo. Quiere funcionar un poco más como almacén. Se podría agregar en la página un apartado donde se indique el stock de productos que se venden con stock.

Según Pipi y los demás:

- Mandar información actualizada de los saldos de los clientes. La gente no tiene su información, no puede verse (no recuerdo si había un problema de visualización de esto o había otro problema). Se manda todos los meses por link, antes se hacía de otra forma que funcionaba mejor.

- Se podría agregar los saldos en la página, al día siguiente de la entrega.
- Agregar fotos sin animus de por medio.
- Mucha gente no envía el pedido. Pensó en agregar una advertencia de que te vas sin enviar el pedido.

Anexo 3: Transcripción de la segunda entrevista (22/10).

Antes de comenzar a grabar nos presentamos, hablamos sobre el trabajo que estamos haciendo en la materia, Animus se presentó y nos dio un breve repaso sobre cómo surgieron, cómo funcionan, otros trabajos que han hecho, etc.

Rodrigo (R): Ahí ya...

Francisco (F): Estamos grabando, cuidado con lo que dicen jajaj

Santiago (C): [...] El jueves tenemos entrevista con la gente de la Universidad de Quilmes que tiene un software... un carrito de comercialización que se llama Chasqui.

Guillermo (G): Chasqui si

S: Que está con FACTTIC (Federación Argentina de Cooperativas de Trabajo de Tecnología, Innovación y Conocimiento) también, fastix no sé qué

G: Si

Laura (L): Con Jona van a hablar?

S: Emm, no, vamos a hablar con uno que se llama Santiago, un vasco, Israguerre o no sé qué, que es el que está en la incubadora de tecnologías sociales de la Universidad de Quilmes

G: En la UNQui

S: Un poco, bueno, para ver...

F: Yo una vez les había escrito, antes de que lleguemos a...

G: Si, conocemos a quienes están ahí, en el proyecto Wow

L: FACTTIC tiene espacios de trabajo, entre esos espacios de trabajo hay uno que es de plataformas cooperativas, del cual formamos parte, y Chasqui también estaba, o sea estaba el proyecto WoW que no se si todos, pero fue la coope que desarrolló, junto con la Universidad de Quilmes y creo que en su momento Código Libre y no sé quién más esa plataforma (Chasqui)

S: Empezamos a identificar eso, después, hace poquito, bueno, La Justa, no sé si lo ubican. La Justa es una comercializadora de la economía social organizada desde la Universidad de la Plata, que los estudiantes para proyecto de tesis diseñaron un carrito de compras

L: Esa no la conozco

S: Hay un YouTube, un webinar que armaron en pandemia que el otro día empezamos a ver un poquito, y el otro día apareció otro que se llama em no sé, se los mandé por WhatsApp, estuve en una charla de economía social y salió, otra organización de consumo que tiene su carrito digamos. Con distintas prestaciones, ¿no? Chasqui tiene como muchas tiendas adentro

F: Claro, yo lo que había visto de chasqui no se terminaba de ajustar a nuestras necesidades particulares operativas de grupo, era más pensado para "soy una productora o un productor/elaborador de la ciudad y necesito tener un canal de comercialización online", y estaba bien pensado para eso, lo nuestro es muy particular desde la logística

G: Desde el carrito de Al Margen nace, o sea nosotros le pasamos el código a la gente de La Correntosa que están en La Angostura

F: Tenemos contacto

G: Y ellos laburaron arriba de eso, le agregaron otras cosas, por ejemplo, no sé si... quizás me estoy adelantando a las preguntas, pero quizás...

S: No no como quieran

F: Es interesante, también pueden hablar, porque también La Correntosa comparte el carrito pero tiene una lógica de funcionamiento en muchos sentidos similar pero también distinto en como organizan las horas. Yo hablé con ellos cuando empezamos la mutual pero como para conocer y son re copados

S: Tenemos un listadito de preguntas, yo haría una más general, que es como creen, como le dieron forma a ese carrito

A (A): Claro cómo se juntaron digamos, cómo...

F: Yo venía, funcionamos varios años sin el carrito, o sea el grupo comenzó a funcionar y organizarse y a crecer, vos Santi estabas, lo conocías

S: No, no sé nada jajaj

F: Con el nivel técnico de lo que yo puedo manejar que es armar planillas, entonces eran básicamente Google Docs que armábamos los pedidos, o sea originalmente era un mail, cuando me incorporé yo dije bueno en la Universidad lo voy a organizar así, de la Universidad eso se vió que eso funcionó, lo pasamos al resto de los nodos, y durante mucho tiempo funcionó como planilla de Google Doc donde cada uno entraba y veía su... Pero me daba cuenta de que tenía una limitante en la complejidad, lo más relevante era la complejidad de esa planilla una vez que estaban cargadas por las familias transformarlo en un listado de pedidos ordenados, y después la cuestión de la estética y la experiencia del que compra que "uy mirá tenemos un grupo de compra" y la planilla "uuuh" jajaj. Entonces venía pensando en la posibilidad de desarrollar eso, eventualmente un proyecto de extensión de la universidad también te empuja porque decís bueno alquito podemos pagar, yo sabiendo lo que cobran los programadores es obvio que no podés pagar el valor hora total, pero si por ahí podíamos encontrar a alguien. Conocí a Guille en una juntada de Alimentos Cooperativos creo que fue.

G: Ya ni me acuerdo

F: Si, organizaba, que todavía de vez en cuando lo organizamos, que vienen alimentos de Viedma, que estaban ustedes también, y ahí comentaste de lo que erG y yo dije "uh mirá está esto en Bariloche"

L: Serán las mesas que armaban en INAES

G: Si, las mesas

F: Claro, las mesas de INAES ¿Con Fernando era?

G: Si, antes de que arranque la pandemia

F: Claro, ahí es cuando me enteré de la existencia de Animus y después bueno, con el proyecto del SPU les escribí y ahí arrancamos digamos. Y después la precisión vino mucho de este intercambio de nuestra necesidad y la respuesta que dieron, o sea nosotros ni lo imaginábamos, ni ahí imaginábamos el nivel que terminó teniendo el carrito. Es algo super práctico, fuimos encontrando soluciones como la validación que sea directo por Google, esas cosas fueron dándole forma y después nada, en este diálogo me parece de necesidades y capacidad de observar respuestas que están más allá que nuestro escenario de posibilidades

digamos. Pero también con criterios limitados, o sea lo único que nosotros me acuerdo en las reuniones decíamos era necesitamos que sea una fila que diga Pepito pidió tantas unidades de tal producto, o sea ese era el feed, digamos el resultado, el output que nosotros necesitábamos en función a eso y también sabiendo que nosotros manejábamos, porque hay toda una parte del grupo, que es compleja, que siguen formando planillas, y que no sé, yo tampoco puedo ver de sacarlos de ahí, pero eventualmente se podría ver de programar de otra manera, pero un poco la idea fue que el carrito solo nos gestione el pedido y una vez que salimos de ese pedido poder integrar con toda la lógica de la planilla que ya tenemos, que las armamos con Mara, que básicamente hacen un seguimiento de cuenta de los distintos cumpas y está toda la información de reparto y las diferencias que pueden haber entre lo que pidió la persona y lo que se entregó, que son cosas

S: Un balance

F: Y después el balance, balance de proveedores, hay como varios temas que cada uno de ellos, que eso siguió con la lógica anterior pero el carrito tiene también la ductibilidad de haberse podido adaptar a nuestra necesidad específica, que nos simplificó un montón y creo que mejoró muchísimo la experiencia del comprador, que también se ve en familias, o sea crecimos, yo creo que en eso cuando a alguien le comentas “bueno mirá está esto” y abre y dice “ah mira que cheto el carrito” jajajaj, y como que te invita un poco más a eso, no sé de la parte de ustedes cómo lo vivieron pero.

G: No me acuerdo jajaja. No, bueno creo que después lo cuenta Isa, pero creo que la parte más compleja fue salir desde las planillas, ¿no? Porque nosotros normalmente no hacemos, no salimos de una planilla, sino que salimos de algo que se llama backend, donde está toda la lógica del back, entonces nosotros tuvimos que conectar con las planillas de Google, meter un backend, y después si, meter el carrito propiamente que es el frontend digamos. Entonces ahí hubo un, o sea ustedes usan las planillas como si fuera un backend

F: Claro

G: Entonces fue una cosa muy muy específica para eso, ¿no?

F: Claro, porque también ese backend al ser planillas lo podemos manejar nosotros y también los cumpas, que si yo soy limitado en el manejo de planillas los cumpas un poco más, de hecho algunos el tema de una formula, de entender qué, nos cuesta. Pero eso permitió que sea manejable por los que llevamos el carrito en general.

Isaías (I): Si quieren, lesuento así a nivel técnico más o menos lo que hice

S: Ah, sisi, meta meta, muy bueno.

I: Bueno, vimos el Excel de Al Margen, y lo primero que hicimos fue como reducir la hoja, los modelos, ¿viste? Porque tenían muchas entidades en el backend, tenía proveedores, productos, bueno, socios, tenía varios, ¿viste? Entonces yo dije bueno agarro a los más importantes que son: los productos, los socios, y bueno una entidad nueva que es como el pedido, que eso también estaba en el Excel, había un Excel que tenía todos los pedidos de los socios. Agarramos a esas tres entidades y lo que hicimos fue hacer unas migraciones de Mongo, que es un gestor de base de datos que queda en el backend, entonces hicimos unos scripts que levantan un servicio de Google con mis credenciales de Google jajaj, vos le diste permisos al Excel, hice un servicio para conectarme a Google y en ese script agarrábamos todos los datos del Excel y los migrábamos a la base de datos de Mongo, entonces teníamos como duplicados los datos.

G: Que es lo que pasa cuando vos apretás el botoncito de “actualizar producto” hace eso, trae todo lo de Google y lo guarda en una base de datos. Porque no se puede transaccionar sobre Google, es muy riesgoso para la operación, entonces todas las transacciones se hacen sobre el Mongo

S: O sea el Mongo es como una especie de intermediario

G: Es una base de datos

S: Entre donde ustedes trabajan y lo que el usuario ve, o carga digamos

I: Claro, es como una copia del Excel, porque si vos le haces muchos request a Google llega un punto donde te bloquea porque dice bueno ya tu cota de uso está excedido, que nos pasó...

F: Con las fotos nos pasó

I: Con las fotos nos pasó porque fue como mucho, entonces ahí tuvimos que hacer la copia de todas las fotos porque no nos dejaba consultar a la API de Google, no es ilimitada, ¿viste? Así que bueno, fueron como varios, fue evolucionando, porque ahora es un botón, pero antes era un comando que se ejecutaba desde el servidor para agregar los productos. Primero fue, era en la terminal del servidor, ahí estaba “update products”, después si fue un endpoint, y después el botoncito. Así fue como evolucionó.

G: Y tenemos, esto que no salga en la entrevista, que haya un botoncito para actualizar las imágenes

F: Si, eso sería, así no los jodo todos los meses jajaj.

A: Claro, si, porque ustedes siguen trabajando digamos, dentro de lo posible le van agregando cosas todavía al carrito, no?

G: Si

F: Cuando les rompemos mucho las pelotas jajaj

G: Nunca nos escribieron un sábado a la noche

F: En las últimas dos, bueno en la última no sabemos bien que pasó

G: No, no sabemos

F: Porque esa fue la más rara, que los productos nuevos no aparecían, y justo era el delivery, una operatoria que tenemos delivery y la otra no, entonces nada

G: No sabemos, reiniciamos el servidor y salió andando

S: ¿Ah sí? ¿Reinició y salió?

I: Siempre funciona. No reiniciamos todo el servidor sino que el servicio que levanta la página. Está hecho en javascript con NextJs, una versión vieja, y NextJs tiene esto que se llama “server side rendering” que es como que: vos tenes el backend y el cliente, y vos renderizás antes en el server side todo lo que le vas a mostrar al cliente, entonces se descarga como una versión así más simplificada del frontend y es más rápido. La manera convencional sería como mandar la vista html normal y vos empezas a hacer peticiones para obtener productos, entonces en esas peticiones lo que hacen es que la página ande más lenta o depende de la velocidad de internet del cliente, entonces ponele que el cliente tiene velocidad lenta, con cada consulta que hace se pone más lenta. Entonces se renderiza, se arma todo desde el servidor.

G: La potencia se usa la del servidor en lugar de usar la potencia de procesamiento del browser del teléfono o de la computadora, entonces si tenés una conexión más o menos lo podés ver, podés comprar bien, sino tenes problemas

S: Libera la carga de la conectividad

F: Eso también fue una re mejora del carrito, poder comprar en el celular. Nosotros con las planillas de Google, si bien te deja abrirlos, bueno jajaj

A: Es inmanejable

S: Teníamos algunas preguntas, no? De estructura, de arquitectura

A: Si, la arquitectura que tiene, cómo está armado

Isaías agarra un marcador y se dirige a un pizarrón a escribir

I: Es bien básica en realidad

A: La lógica con la que está pensado

I: Así mira, esto es Google, esto es nuestro servidor de alguna manera y este es el software. Yo lo que hago, es que cuando inicia el software en el servidor levanto un servicio que se conecta con Google, y acá uso un patrón de diseño que se llama Singleton, que no se si lo conocen, el Singleton levanta como una instancia, una clase cuando se inicia el servicio, o sea vos inicias todo el software con un comando de NextJs, un start ponele, eso lo que hace inicialmente se conecta con Google con unas credenciales que yo tengo, unos archivos locales que yo tengo en mi celular que son mis credenciales de Google. Con mis credenciales de Google levanto la instancia del servicio de Google, entonces ya no me tengo que loggear desde el código más de una vez, cada vez que levanto el servicio se conecta a Google y ahí quedo loggeado, tengo una llave de acceso para Google. Entonces, después, acá adentro de este conjunto de APIs donde está el cliente, donde está todo ¿Este que dije que era? Este era Google y este era el servidor, entonces el servidor a través del software le hace las peticiones a Google, después está el cliente que hace llamada a una API, a través de una API se conecta, que este es software

G: Te falta el Mongo

I: Si, falta el Mongo, entonces, el cliente es el navegador, es el teléfono celular, es el cliente final, llama a una API que se conecta con el servicio de NextJs

G: Pero primero lo tenés que validar.

I: Claro, todas las API primero entran acá, y después se conectan al servicio de Google que está inicializado, que esta es una API también. Pero esta API ya no se ejecuta desde el lado del cliente, sino que se ejecuta desde el lado del servidor, o sea el NextJs que está alojado en el server, acá en el server es donde tenés el Mongo, que este no se usa en cada petición, porque en realidad primero va acá, ponele el login por ejemplo: el login sale del cliente con el botoncito ese de Google, va al NextJs y el NextJs ya tiene la instancia de clase inicializada con mis credenciales, entonces yo con el token de acceso que me da Google mando la información del cliente que se está loggeando. Es bastante complicada esa parte.

G: Algo importante, por ejemplo, no hay usuario y contraseña

I: Claro

G: No tenemos una tabla de usuario y contraseña. Hay una columna en el Excel que tiene el mail de la persona que está habilitada, el único dato que tenemos es el mail de la persona que está permitida de comprar en el carrito, entonces vos cuando entrás tenés un login que es el login de Google, que ingresas con Google. Si vos ya estás loggeado en Google lo que hace es desde el cliente manda a Google, pregunta ¿Esta persona está loggeada? Entonces le devuelve que sí, entonces lo que hace es: ese cliente le crea una sesión.

I: Claro, es: vos llegás acá y Google lo que te obliga es si el Gmail existe, si es una cuenta de Google real, cuando esto me devuelve que sí, te devuelve el nombre, te devuelve hasta el

avatar, te devuelve el e-mail, no me acuerdo que otra información, un montón de datos te devuelve. Después, yo con esa información, yo ya sé que la persona que está presionando el botón tiene una cuenta de Google y es una persona real, no es un bot, no es una petición falsa ni nada.

G: No es una persona que tiene una cuenta de Gmail pero no está en la columna esa, habilitada del carrito.

I: Despues, cuando Google me responde ahí sí me fijo en la base de datos del Mongo, donde están los socios, ah no, despues me conecto al Google Drive, entonces aca uso como varias APIs de Google, porque está la API de Auth, y despues está la API de Google Drive, que es otra API, y que son dos clases distintas, son dos instancias distintas del servicio de Google, una es para autenticar...

F: ¿Google Drive para qué es?

I: La de Google Drive es para chequear si la persona está en la listita de socios.

G: Si vos entrás con una cuenta de Google, que no está validada...

S: Claro, porque chequea tu cuenta de Google, y además que esté en la listita que está en ese Drive.

G: Claro, si vos tenés cuenta de Google, y le das loggearse, despues de eso, te valida Google, pero te dice “no podés comprar porque no tenés una cuenta”

S: Claro

I: Acá la cuestión era, vos podías poner, no sé acá podría resolver también con un correo electrónico y contraseña ponele, pero si nosotros hacíamos así teníamos que hacer la validación del usuario y contraseña acá, entonces como no teníamos mucho tiempo y tampoco, no teníamos tiempo para hacerlo dije bueno, lo desvíe con Google.

G: Pero quedó mejor.

I: Quedó más rápido.

G: Porque no hay que gestionar la contraseña, imagínate, ¿Cuántos socios son ahora?

F: Como cuatrocientos y pico

G: Imaginate gestionar 400 contraseñas y te dicen “che me olvidé la clave, ¿me la reseteas?”

F: No, y despues las cosas locas, o sea en el momento que lo armamos ni lo pensamos pero ahora duplicamos la operatoria, y no todos pueden pedir en las dos operatorias, o sea, porque la idea era: se nos estaba estallando la operatoria entonces dijimos dividimos al grupo en dos, y gracias a esto básicamente nosotros cambiamos el listado de mails y pueden entrar solo los del grupo A y despues ponemos la lista del grupo B y sólo pueden... si hubiese sido contraseña, hubiesen siempre podido entrar.

A: Una logística mucho más grande para gestionar.

S: Cambias el Excel ese, que toma el Google Drive

F: Claro, cuando es la operatoria del grupo A ponemos la lista del grupo A, cuando es la del grupo B ponemos la del grupo B, y ya está. Re fácil además, o sea, copiar pegar.

L: Claro, por turnos

I: Bueno, y Google Auth, el autenticador de Google, es re seguro porque tenés que estar loggeado con tu cuenta de Gmail como para poder pasar ese filtro de seguridad. Entonces Google me dice “sí, esta es una cuenta real, está todo bien” yo ya busco en el Google Drive si está, y si está vuelvo acá, y acá uso una librería que se llama Iron Session, que es como la más fácil de implementar que encontré jajaj, que esto lo que levanta es una sesión en el

NextJs, que es una sesión en el lado del servidor, que la sesión se encarga de gestionar las cookies. Yo después, con esta librería de Iron Session le mando al cliente como respuesta cuando se aprieta el botón, se autentifica y todo, yo después la mando como un conjunto de cookies al navegador, entonces cada petición ¿qué hace? Ya loggeado, se puede identificar en el NextJs con esa cookie, que es como un token bastante zarpado.

G: Esa cookie te permite si vos entrás, por ejemplo, empezás a comprar y decís bueno, sigo comprando después, después seguís y seguís en la misma, en el mismo estado en el que estabas, te mantiene todo en la misma, en el mismo estado.

I: Te mantiene loggeado

G: Te mantiene también el estado de lo que fuiste eligiendo.

I: Claro, ese es otro caché

S: El del carrito, la carga que hiciste.

I: Claro, esa fue una cuestión también, podíamos guardarla acá en la sesión esta, pero decidimos guardarla en la computadora, en el cliente, la parte de los productos.

F: Cuando vos estas pidiendo y actualizas o cerrás el carrito y después volvés a entrar, ahí si se resetea, creo que fue a propósito.

I: Claro, no, en algún momento lo teníamos acá en el cliente, pero vimos que se generaba como un conflicto y lo sacamos.

F: Salvo cuando, o sea, una vez que lo mandan ahí sí queda.

I: Claro.

F: Pero si vos estás pidiendo, pediste tres boludeces y bueno, se puso a llorar el nene, entonces te fuiste y te olvidaste y cerraste después cuando volvés a entrar se limpió el carrito.

I: Tal cual. Si queda cuando ya se hace el pedido.

G: Vos tenés una instancia de guardar y después podés agregarle cosas.

F: Claro, cuando vos ponés realizar el pedido, ahí se manda al servidor.

I: Claro, cuando... acá el cliente, bueno recibe toda la data de... del Mongo, no? Porque acá ellos tienen un botón viste, de actualizar productos que lo que hace es: se conecta a la API de Google Drive y llena una colección de Mongo donde están los productos. Esto es lo que se envía al cliente, no? El cliente entra al slash products por decir, como le pusimos no me acuerdo, llega a la API, llega acá y este, el NextJS se comunica con el Mongo y te devuelve la lista de productos, no? Y es en esto donde se usa el server side rendering, porque vos esta lista puede ser gigante, viste? Entonces... nada, como para emm, el NextJS tiene eso que es re rápido pero precisamente eso. Porque arma toda la potencia en el servidor y después lo manda al cliente así como un HTML así pelado, viste? Entonces está bueno.

Y cuando se envía el producto lo que hace, llama a una API, si? Que llama al NextJS, completa en el Mongo y queda ahí, no? Y después ustedes tienen para enviar todos los pedidos, no?

F: Claro.

I: Con enviar todos los pedidos lo mismo, es una API que va a NextJS, que se comunica al google drive y va llenando.

F: Claro, eso sería como el output. Cuando cierra el carrito... este, están todos los pedidos como ahí colgados en el Mongo.

G: Ahí te los pasa al Google Drive.

F: Claro, cuando tocamos un botón ahí se vacía del Mongo o sale del carrito por lo menos, de lo que vemos nosotros y va a la planilla del Drive en el formato pedido. Que eso después nosotros lo transformamos en pedido a proveedores y así.

F: Que quilombo eh.

I: Sí.

Todos: *Risas*

A: Pareciera que no, pero...

I: A mí al menos, así como comentario, a mí me pareció re divertido hacer esto. Porque hice una, osea hice cosas que no había hecho antes, como esto de usar Singleton. Eh, porque sino, si vos no usas Singleton cada vez que alguien llama a la API te tenés que autenticar en Google, viste? Entonces con el Singleton yo inicio el software, inicio el NextJS, ya se loguea y te queda logueado, queda como conectado directo, entonces ya tener esas instancias levantadas, cada API ya se ahorra memoria de hecho, porque antes tenías que autenticarte en Google y ya estás autenticado, entonces vas derecho a obtener la información. Esa parte me gustó.

G: Si, sirvió para aprender en su momento porque estabamos aprendiendo algunas cosas nuevas que se yo, participó una compañera también que hizo el diseño. Que, que bueno, todo el diseño está, está hecho en base a... no sé que teníamos de input? Creo que teníamos un...

F: Un par de fotos.

G: Un par de fotos, el color, osea, de los lineamientos de diseño que teníamos de que nos había pasado Fran en una foto, en un banner, no?

F: Claro, sí el grupo de compras en algún momento hicimos stickers o algo así. Creo que era eso.

G: Sí, en base a eso ella diseñó el carrito, eh, nada. Y estuvo, estuvo bueno, lo sacamos rápido creo también.

F: Sí, no me acuerdo ya.

S: Teníamos una pregunta así, no?

A: Cuánto tiempo estuvieron más o menos trabajando en esto.

F: No me acuerdo bien.

G: No me acuerdo.

I: Y al principio costó porque lo iban a hacer algunos chicos que venían a aprender a programar acá. Porque teníamos un espacio de labs donde venía gente a, a codear.

G: Si, los viernes a la tarde, después de que terminábamos de laburar, tipo a las 5 venían, no sé chicos chicas de eh, a juntarse a programar acá en la oficina eh y la idea era hacerlo con ellos, pero bueno no, como que no logramos la continuidad. Bueno después agarró Isa, Juanma.

I: Si después lo agarramos entre...

G: Mati también.

I: Sí, entre nosotros tres y Flor hizo el diseño. Sí, Flor hizo el diseño y lo sacamos bastante rápido porque nos dividimos tareas.

F: Yo tengo como el recuerdo, que habrán sido, tres meses, cuatro, algo así. Osea desde que empezamos a hablar hasta que hubo un formato que lo probamos un poco nosotros primero y...

G: Claro, porque nos juntábamos una vez por semana.

I: Sí, todos los viernes nos juntábamos a la tarde y le metíamos así, las tardes de corrido.

G: Este, y quedó. Por lo menos quedó bastante estable, bueno eso.

F: Re, si si.

G: Sí, quedó estable tiene, tiene cosas como para ir mejorandole a futuro.

F: Sí pero son detalles, osea de vez en cuando pasan estos eventos digamos que, cosas que, osea nosotros a veces nos gustaría tener, bueno es cuestión de nosotros tener más capacidades, porque dependemos y te termino escribiendo sábado 8 de la noche.

S: Ah, no era una ironía solamente

G: No, no, pero fue, fue algo medio catastrófico, se había muerto todo porque se venció el dominio.

L: Igual eso pasa.

I: Sí, pasa

L: Pasa siempre osea, no es que solo te pasó a vos.

S: Es administrativo.

G: Pasaste a la lista negra.

Todos: *Risas*

F: Eso de escribir los sábados a la noche, no es que sea...

L: No, digo de urgencias, de “uy se cayó todo y justo tenía que... y esto”

F: Y es que nosotros también es justo, es como que en realidad el carrito no se usa en todo el mes y se usa en dos momentos específicos que son fines de semana.

A: Claro, porque se usa como seis días al mes.

F: Dos veces al mes. Primer fin de semana y segundo fin de semana. Es el momento en donde está activo el carrito.

L: Pero digo, no sé, Bariloche a la Carta “uh no se qué” está por salir y *pum* no sé, la app del encuentro de mujeres también, el día... te acordás el día anterior? “Che, lo puedo llamar a Mati porque no está saliendo, no está...” no sé, no se cargaban las fotos y ya había que salir eh con todo pasa siempre.

A: Siempre son inoportunos.

L: Cuando lo necesitas.

F: También hay como que más demanda no, en general eso genera.

L: Ahí te das cuenta.

F: Una cosa es practicar así uno solo, dos y otra cosa es estar metiendo cien personas al mismo tiempo.

I: Esto no es tan escalable, porque yo creo que le pones veinte mil productos y diez mil usuarios y creo que colapsa.

G: Claro, se muere. En algún momento hay que...

L: Claro, hay que ver si ustedes quieren crecer a diez mil usuarios.

F: No podemos, porque yo creo que ahí hay un límite em físico en el espacio en donde hacemos la entrega que nos establece un límite más bajo que el que tendría la app. De hecho llegamos a 225 familias en un pedido, fue un quilombo y ahí abrimos . Y ahora son dos operatorias que en promedio piden cien familias en cada operatoria, osea mantuvimos el mismo pero en dos. Entonces es redujo la exigencia de cuando se está usando el carrito y del espacio y de las personas.

G: Claro, porque el límite lo tenés en la logística más que en el carrito.

F: Sí, yo creo que hoy en día si, sin dudas.

L: Y eso es también lo que permite que se pueda hacer esto, digo, por ahí si fuesen otro tipo de organización y bueno, entonces esta solución no sirve. También es como, la optimización de lo que se tiene, de las necesidades, los recursos en cada momento y en cada situación para lo que va necesitando.

F: Sí es que es us, es muy específico como funciona el carrito, osea como funciona el grupo, este, no es lo mismo que la gran mayoría de los comercios de cercanía. Osea tienen otra lógica, una lógica más constante, nosotros es como aparecemos en un momento del mes, concentrados, que para mí sirve porque uno de nuestros objetivos es especialmente favorecer la comercialización de elaboradores que si fuese algo constantemente abierto no les sirve. Nosotros al concentrar es, les hacemos un pedido, tienen que traer, no se, diez milanesas de soja, este, demás que es en un momento y les sirve porque es traer con volumen.

S: Claro, no es una tienda virtual como tienda 24 hs. abierta digamos.

F: Claro.

S: Entonces te cambia todo. Te cambia el acceso.

F: Mismo la logística de las cosas que traemos de El Bolsón.

S: Porque los otros carritos te dejan hacer casi, algunos no. Eh yo trabajé con uno pago, Empretienda, para la venta de los chivos y los corderos, porque era el que tenía con, el único que yo encontré, eso hace como cuatro años, que tenía control de stock. Porque nosotros no podemos vender más animales que los que se van a faenar. Entonces no podemos recibir más pedidos que, eh y vos podés hacer todo el encargo y al final ponés tu... quien sos y todo eso, es como, es exactamente al revés. Vos acá al principio ya filtraste si estás en la lista de Google Drive, no entrás, no?

G: Claro, nosotros hicimos unos carritos en la época de la pandemia. Habíamos hecho, te accordas los carritos que hicimos?

L: Sí.

G: Le hicimos los carritos a varios, no? Le hicimos los carritos a Giglio.

S: A Giglio, mirá.

G: A Tienda de Mascotas. Para Palm, para quién más?

L: Jaja, no sé.

A: Claro, estaba todo el mundo necesitando

G: Claro, estaban todos, todos salieron a hacer carritos, no? Entonces hicimos carritos, unos carritos bastante, y el de Giglio en especial era bastante espe, específico porque, cuál era el problema? Tenían las piezas de carne, no? Vos querés comprar un pedazo de paleta, no? Ponele un pedazo de paleta entero, tipo una tapa no

F: Nosotros tenemos el mismo tema.

G: Claro, vos decís eh, vos compras una paleta de diez y vos le decís, ¿cuánto pesa esto? Entre un kilo y dos kilos.

A: Claro, y cuánto pesa? Y no sé.

G: Y no sabés, entonces decís bueno, le ponés un kilo y medio, promedio, que sale y le cobrás un kilo y medio. Y cuando ellos te arman el pedido, ahí se reajusta y te llega a vos para pagar. Cuando ya tienen el peso exacto de la pieza, no? Eso es un carrito diferente.

S: Una vez que vos ya cerraste el pedido. Eso después lo procesan y lo pesan.

G: Vos hiciste el pedido, no se, una horma de queso, no? La puede pesar dos kilos, puede pesar dos kilos doscientos, más o menos. Entonces, cuando ellos pesan todo, ahí te llega a vos.

F: Para que pagues.

G: Para que paguen, con exactamente el valor de lo que tenés para pagar, que es diferente a lo, a los carritos comunes porque cuando vos pedis cosas unitarias o cosas así

S: Envasadas que ya tienen el peso fijo y estable.

F: Claro a nosotros nos pasaba lo mismo. Nos pasa lo mismo.

S: Claro, se sigue pensando.

F: Pero lo nuestro es en el momento de la entrega y bueno, te llevas este pedazo de carne, pesa tanto, se te cobra por peso digamos.

G: Claro.

F : Pero, ahí está también la posibilidad de tener saldos , osea las familias a veces quedan a favor, a veces quedan en contra, que con Giglio es pagamela y nos vimos y por ahí no nos vimos nunca más.

G: Claro, claro. No no, es que sí tenés que hacer ese ajuste pero lo habíamos hecho porque nada, era...

F: Ahí estaba mi hermana en Giglio, también de ahí los conocía.

G: Ah! Tu... bueno, lo hicimos con tu hermana.

S: Con tu hermana, con los Aristimuño, son demandantes de software.

G: No sabía que era tu hermana, ví que era el mismo apellido pero no sabía que era tu hermana.

F: Si si, es mi hermana.

G: Bueno., era bastante especial, no? Em.

F: Mi hermana? Uff. Jajaja.

G: No, macanuda tu hermana, macanuda. Es la única macanuda en todo Giglio.

F: Complejo Giglio, si.

G: Eh, así que nada, está bueno de ver quizás que, que cosas, no? Se pueden mejorar del proceso, no? Como ejercicio, eh, de la, del, osea a medida que vamos rodando siempre Fran va tirando ideas, no? Que cosas se pueden mejorar y algunas las vamos haciendo, no? A medida que se va pudiendo, no? Que se yo, vos decías recién lo de cambiar las listas de las operatorias, nada, quizás sería una boludez ponerles A o B, no? Y dos columnas y nosotros después decir, bueno, vos podes entrar a la A y vos en el carrito decís, que operatoria es? La A? O la operatoria B?

F: Sí, igual así está funcionando bien digamos, porque también nosotros vamos llevando el listado por separado, pero sí, sería también fácil decir: este va al A, este va al B.

S: Ustedes cargan los, la gente que se suma?

F: Sí

S: Es también en un...

F: Nosotros también tenemos ahora listados aparte.

S: En un Excel.

F: Claro y un otro Excel que es toda la gente del grupo A, toda la gente del grupo B y básicamente el cumpa cuando arma el carrito que es Sabri, agarra bueno, si es el grupo A agarra esta.

S: Y lo pisa ahí.

F: Y lo lleva, también ahí los saldos que eso también en algún momento fue una mejora que hicimos.

A: Ah, osea si queda un saldo queda reflejado en la cuenta?

F: Claro. Ahora cuando entrás al carrito y estás haciendo tu pedido te dice bueno, tu pedido sale tanto, tenés un... debés o tenés un saldo a favor del mes pasado de tanto, entonces el total es tanto. Que ahí hubo que, de hecho ahora lo mejoramos un poco porque venía pasando que copiaba los saldos mal Sabri, o traía saldos de meses anteriores, ahí lo puse como para que sea más automático y, y no falle al cliente. Pero cada cosita viste tiene sus, bueno, se suma alguien nuevo, no tiene saldo y entonces em, no aparece ese saldo y cuando entraba al carrito no podía entrar, o descubrimos que era bueno, tenes que poner cero de saldo, pero ese cero después te tenés que acordar de actualizar la fórmula para que...

A: Claro, hay un tema de las planillas.

F: Siempre hay como cuestiones que se pueden seguro automatizar si todo fuese más, pero bueno, tiene sus complejidades.

S: Más preguntas?

A: Bah, una sería que, osea, porque a ver, me dí cuenta que no me quedó muy claro de cuándo es que hicieron el carrito, en qué año más o menos?

Rodrigo: Tipo posterior a todas estas experiencias con...

A: Claro, después de la pandemia o cuando?

G: Si si si, fue después, si si.

F: 2021 fue?

G: Si, no me acuerdo... no me acuerdo.

F: Yo creo que te lo podemos buscar exacto porque está el proyecto del SPU, pero 2021.

A: Ah sí, tenemos el...

L: ¿Qué?

F: Cuando lo hicimos.

G: No me acuerdo.

L: A ver, yo lo busco.

A: No, igual lo debemos tener, pero bueno está la información seguro. Y... Ah, una pregunta que teníamos era las diferencias que hay por ejemplo, entre el usuario, digamos el cliente que entra solamente a comprar y después ya más ustedes que son como administradores del carrito. Qué diferencia hay entre un personaje y otro.

F: Yo les digo bueno, desde mi punto de vista del usuario administrador es básicamente el, el dominio, barra creo que es products entras al general, nosotros podemos entrar a barra admin, que básicamente en esa mismo listado donde están todas las familias que pueden entrar, hay una columna que es admin, que nosotros somos uno y el resto son cero, entonces nosotros tenemos la llave y entrás a, que eso no sé si se lo mostramos pero la página en donde está el botón de actualizar productos, este, en donde vamos, vemos los pedidos que se van a haciendo.

G: La fecha en que abre el carrito. La fecha en que cierra.

F: Claro, donde podemos configurar si abrir o no el carrito, que es básicamente es poner la fecha y si ponemos, queremos abrir el carrito entonces ponemos que el carrito se abre hoy a las no se, once, entonces ahí se abre el carrito y cuando cierra?

G: También, lo mismo.

F: Si, por eso. Y no sé si hay otra cosa que podamos manejar.

G: No, creo que no, es eso.

F: Los que nos manda si, también vamos viendo los pedidos que van entrando, osea cuando las familias terminan su pedido y tocan el botón de enviar pedido ahí se manda este, al servidor y aparece, nos aparece en esa lista, cosa que también al principio que habían dudas de si estaba funcionando, las familias nos pedían “che entró el pedido” y nosotros podíamos decir “sí, está”, digo.

G: Si, y tienen una validación por mail también, te llega tu pedido tuyo eso.

F: Claro, cuando haces el pedido, te llega automático. Pediste esto.

A: Claro, te llega al mail.

F: Claro.

A: Ah, porque esa era una de las dudas. Justo el otro día cuando fuimos, el viernes ahí al Margen, a la operatoria, la reunión. De la gente que, uno comentaba que se había olvidado de hacer el pedido y yo dije, no sé, me pregunté internamente si te llegaba una verificación al mail o algo así. Y sí, te llega. Osea que son varias cosas que se salteó antes de olvidarse el pedido en su momento.

Todos: *Risas*

S: Claro que te puede... Yo como usuario, ¿qué puede pasar? Guardar y no enviar.

F: Es típico. Vos vas haciendo el pedido y se va metiendo en un carrito y lo ves acá, lo ves abajo. Pusimos varios, pusimos un cartel que dice “no te olvides de confirmar tu pedido”.

S: Ah mirá, tenés que apretar un botón que es como despachar descargo.

A: Claro, uno guardar y otro confirmar.

S: Y después la advertencia que mandaron varias veces es “confirmen que recibieron el mail”.

F: Claro, si no recibiste el mail...

S: Consultá.

F: Más allá de que puede pasar que el mail llega a spam... Raro igual, no nos pasó muchas veces, pero puede ser. Y gente, ponele este mes pasó una, este, que pide todos los meses y dice “bueno, te transfiero el pedido” “dale, bueno” y después voy a cargarlo y le digo “pero no pediste”

L: No!

S: Sí, a mí me pasó.

F: Y no estaba y bueno, se olvidó de tocar el enviar pedido.

S: Dos veces, caí y “no Conti, no hay nada” y me armaban algo con lo que estaba en la mesa viste, que sobró y bueno “llevate algo de esto” y bueno, ya está, mala leche.

A: Los remanentes.

F: Como para que no te vayas con las manos vacías.

S: Claro!

S: Alguna pregunta más de, de estructura o así de...

A: Ah, bueno, una sería... una sería si, si tienen alguna documentación de esto, si documentaron el proceso que hicieron o fue la típica de siempre, se hizo y...

G: Y no, la verdad que no, no.

A: A nosotros igual nos pasa con los programas de la carrera, es como, lo ves un mes después y “uy, esto que era?”

F: “como lo había hecho?”

A: O lo entendés vos que lo hiciste y ...

I: No, no documentamos nada.

G: No, está todo subido al repositorio y todo pero, pero no, no está documentado. Pero bueno, tenemos proyectos más grandes que tampoco documentamos. Así que no, no es nada personal.

A: Se que es algo constante y que pasa a todos los que programan. Más si programas mucho.

S: Una pregunta para ustedes (Animus) y para Fran, o sea yo también estoy y ellos saben más que yo. Hay como modificaciones que se pueden hacer sobre lo que sería Software y toda esta dinámica de permisos y de aplicaciones, bla bla bla bla. Son sobre la planilla, o sea por ejemplo si vos (sonido con la boca). Nosotros estábamos, por que no lo sabemos, nosotros estábamos hipotetizando algunas cosas sobre las planillas o algo que vimos cuando vinieron Mariano y Pipi.

A: Claro cuando fueron Mariano y Pipi todavía no estaba se había resulto lo de las fotos y ahora sí y ...

S: No, lo que vimos ahí, por que no los mostraron, capaz que esta el carrito, bueno si, en realidad era una semana de operatoria.

A: Creo que nos lo abrieron para que lo veamos igual.

S: Claro aparecía por ejemplo Santiago y pidió no se una aceite de oliva, no se una aceituna, un cacho de carne, bla bla bla. Y entonces lo que teníamos la duda o incluso pensamos si ellos podían hacer un aporte, era el output resumido. Por que yo, lo que no sabemos era, vos tenes que entrar, al sistema, al google drive y decís bueno a ver, que cantidad de eh inputs tengo y tentes tantos como productos hay, o sea por que apareciera mis compras con mi nombre, por cada pedido y después aparecía el pedido de otro, digamos y como que tipo vos tenes que trabajar sobre esa lista, tenés que hacer un filtrado, un pulido de eso. Para decir, total ¿cuántos paquetes de aceitunas tengo que comprarle a Frilop. ¿Eso lo haces a mano? (A F).

G: No, eso hace las planillas, creo, automáticamente.

S: O sea vos ya tenes ...

F: Claro, tenemos las planillas, emm con formas.

S: Ta, pero tenes una plantilla ...

A: Ya está formulado, como bajas y te dice si.

G: Después hay otra planilla que tiene todos los productos y te dice que pedís de cada uno, en base a las cuentas de la otra.

F: El pedido por producto. O sea, tenemos el, nosotros flashamos la hoja de reparto que es el detalle que es una fila por individuo, por producto, por pedido, es decir. Santiago, pidió aceite de oliva por dos, cada fila es así y después tenemos otra planilla que es el dividido por producto, que es aceite de oliva, se pidieron, 30 unidades mínima, que así que junta lo pedido S: A vos te sirve para hablar con el proveedor?

F: Si, eso es pedido a proveedores. Cuando cerramos el carrito, Pipi hace esos ajustes. Hace armar la planilla para que podamos trabajar, trabajar con Mara, que sabe como hacer todo ese pasaje es Mara y nos manda el listado de proveedores que es el listado donde cada uno busca

su proveedor. Entonces baruc, bueno tortillas las rapiditas tantas, pan de hamburguesa tanto, y yo copio y pego todo eso y se lo mando al proveedor, mismo excel así, tucun, se pidió esto y ahí lo manejamos.

G: Y cuando se hace el pedido desde el, digamos, desde el front, lo que hacemos desde ahí es, cuando vos compras, tenes todos tus productos, agarra e insertamos en la planilla de Google y ya estamos. Insertamos Santiago, el código del aceite de oliva y la cantidad. Y así, ¿no?. Se crean 15 filas y vuelven

S: Eso es lo que pasa del Font al Drive, entonces ustedes con las planillas absorben esos datos.

G: Claro.

I : Y eso se podría automatizar si en el mismo enviar pedidos, acá, agregar un módulo nuevo. En el New Jeas, con la lógica de, ir iterando sobre los pedidos, e ir sacando nuevas, bueno cuantos aceite de olivas pidieron en total, listo

G: Claro, una es una sumatoria

I: Una consulta, de Mongo que agarre los productos de los pedidos y te los agrupe por código de producto y la cantidad, que.

A: Si agregar un ... a cada ...

I: Claro, ahí tenes que hacer una cuenta que te ocupe menos memoria de google. Y antes (o acker) no si tenía algún mail

F: E igual es algo que no complica tanto

S: No lo habíamos visto y dijimos ¿manual? noooo

F: Si hay varios cosas, saldos, proveedor también, por planilla por producto es baruc tortillas tanto, pan de hamburguesas tanto. Pero después tenemos baruc en total se le debe tanto y ahí manejamos el saldo. Lo mismo con, esta el reparto, Santi Conti pidió todas estas cosas y después está Santi Conti debe tanto. Y ahí es el saldo con el proveedor ... son un montón de cosas. Y nosotros también cuando nos metimos, bueno dale vamos a organizar esto (risas)

S: Nooo un grupito de compras

G: Claro nosotros interactuamos con una partecita nomas que son los pedidos. Toda la parte que ya venian manejando, ellos ahí de la logística, todo eso ya quedo, queda fuera. De hecho nosotros no tocamos esa planilla para no hacer ninguna cagada. básicamente tocamos la de los pedidos. La de los pedidos y la de los usuarios. Productos, pedidos, usuarios, así.

F: Si es como el carrito entra en la parte de simplificarnos la gestión de pedidos. Que de algún modo ya lo teníamos diferenciado, lo que eran las planillas, estas raras de google docs, que usábamos donde cada persona era una columna. O sea reemplazo eso y todo el resto sigue igual, digamos.

G: Fusionó los precios, que vienen directamente, de ahí de la planilla de google. No los tocamos los precios por nada. Si hay alguien que mete un dedo mal en la planilla de google, ahí si se va para el carrito

F: Claro, claro. Hay un proceso de armar el carrito, que es armar las planillas de donde recibe información el carrito, que es actualizar precios, productos, y actualizar los cumpas que puedan salir, básicamente.

G: Si, y después la otra cosa es, es diferente de un carrito normal, que vos podes entrar a las dos de la mañana y compras, ¿no? y todo tiene que estar actualizado, esto tiene que, como, se cierra, se queda, se freeza, no podes ir cambiando los precios sobre la marcha, ¿no? En un

carrito vos podes seguir cambiando, actualizando los precios, el que compra en ese momento es porque, en verdad toda la operatoria que dura unos cuantos días, esos días el precio queda freezado, no se toca nada.

F: Bueno, a veces no ha pasado, o sea, ponele. Le pusieron punto (.) en vez de coma (,), y no se aparece el aceite de oliva que sale 300 mil pesos o lo pones en el carrito y te das cuenta y nosotros vamos y lo ajustamos eso, tocamos actualizar producto y va, funciona.

G: No, lo que digo es, por ejemplo, no podes poner sale 27 y después que sale 29. Porque vos tenes un delay entre la compra y el pago, sino no te da ahí. En un carrito normal si lo podes hacer

F: Claro, es más tiempo real.

G: Porque el pago y la compra se corta ahí, en el mismo instante.

F: Si, igual también sucede en el carrito, nosotros, ponele, Diarco, los grande proveedores. Nosotros vamos, juntamos precios, no se no compramos aceite de oliva ahí, pero ponele que compramos aceite de oliva ahí. El precio estaba a no se, 1000 pesos y después cuando vamos a comprar, cuando tenemos el pedido y tenemos que comprar, por ahí nos lo cambiaron. Y sale 1100, ahí tenemos reglas de que bueno, creo que es 15 o 20 por ciento de diferencia, compramos igual, ya si se pasó de 15 o 20 no compramos. Pero eso lo ajustamos, y a las familias, eso es una variación que puede suceder.

S: Claro, lo aceptamos, lo convalidamos.

F: Claro como al igual, también hay diferencias en lo que es los quesos, en cuanto a peso, no de los quesos, de la carne. No siempre lo que, en el carrito dice que va a salir el pedido es lo que efectivamente te sale. también nos pasa, nos falla los proveedores, en general hay menos. Bueno, tal cosa no vino y entonces eso se descuenta, a veces las cosas salen menos la gran mayoría de las veces salen mal. Que eso es distinto en proveedores, un elaborador, alguien que tenes un contacto humano, hay un respeto del precio. A Diarco, nada el precio que está en góndola es el precio que está ahí, y no hay espacio a la negociación.

F: Pero bueno, ahí también vienen las oportunidades de reemplazar. O sea, como Alimentos Cooperativos, esas cosas que como un gran Diarco, que reemplaza en gran parte de las cosas, no en todo, pero en gran parte si.

F: Che yo me voy a tener que ir, ya estoy re tarde.

A: Si, no, igual creo que, de lo que tengo acá anotado, creo que llevamos todo y si no, un par de preguntas de más igualmente.

G: Cualquier cosa nos escriben o lo que sea.

A: Creo que tomamos todos los puntos. así que nada. Gracias por el espacio y muchas gracias.

S: Nosotros el, tenemos ahí, después vamos a hablar con Mara, con F, con Mariana, con Pipi, digamos como el objetivo, es como tenemos una materia de solamente un cuatrimestre. Siempre tenemos como una tensión de querer hacer un aporte y al mismo tiempo, el poco tiempo que tenemos para laburar.

A: Llegar a hacerlo.

S: Llegar a hacer algo. Es como una tensión. Entonces, ¿como se llama?, la solución de compromiso que tenemos hasta ahora para resolver esa tensión es, nosotros construimos un escenario de intervención y un escenario de trabajo y pensamos en propuestas de aportes de mejoras. Yo les digo dos cosas nomas, analicen esto y a ver que se les ocurre y después

inventen, deliren, ¿no? tipo innovación por ruptura. Vamos a ir intentando trabajar en esa clave, digamos, de decir ¿que piensan que se puede ejercer acá? y ¿qué cosa más delirante se le puede incorporar a esto? Y en general F no nos suele dar el tiempo para llevarlo adelante, solamente una situación se nos dio, que en el Barrio de Los Coihues. Había una discusión ahí en el barrio, entre los vecinos, bastante caldeado porque había un grupo de vecinos, que pasa mucho acá en los barrios, que quería el tema de la iluminación. Que querían poner la jirafa grande y los otros, un grupo que no quiere iluminación. De esa se había armado terrible bondi con eso, entonces nos. Cuando justo entramos en ese año a trabajar y con la junta nos dijeron, bueno che nos pueden a ayudar a ver esta cuestión si encontramos alguna zona intermedia entre lo no y bueno lo ni. Y bueno se llegó a pensar un diseño, un prototipo, con una iluminación a demanda. Con Bluetooth y con señal. Con baliza.

F: Con circuitos electrónicos.

A: Más nuestro.

S: Los estudiantes llegaron hasta ahí nomas y terminó el cuatrimestre, se llevaron unas lamparitas y entonces estaban todos uhhh (asombro). Entonces paso, cómo, paso una pandemia. No pero a mitad de la pandemia, dicen 'che esto nos quedó picando, ¿podemos hacer un piloto?'. Entonces ahí armamos con los mismos estudiantes, que cada uno ya estaba egresado. Y ya avancemos en una posible, ya cambio, ya hay un diseño, hay una app que te permite controlar que antes no había.

F: ¿Ya está funcionando? Porque está buenísimo.

G: Ya había escuchado de ese prototipo.

L: Ya sabía, solo había escuchado del problema.

G: Es una app que tiene Bluetooth, y entonces por cercanía te va prendiendo la luz.

F: Si vos lo aprietas.

L: Si vos queres luz.

F: Claro, si vos queres luz, pones en el celular y se te van prendiendo las luces. Zarpado. Pero hay que ver que ...

S: Pero funciona, hicimos un piloto de prueba. Funcionó bastante bien, ya procesamos las encuestas, porque pusimos un QR con los carteles, entonces los vecinos tenían que, los invitamos a completar una encuesta. Y ahora estamos en la parte, en una de las partes de los problemas de la innovación tecnológica que es la dimensión política, ¿no? Uno tiene que ... Ahora falta que la CEB, que es la autoridad de aplicación, lo quiera validar e incorporar como ... Y después hay una parte de desarrollo del producto que habría que ver como, y eso otra tensión que, porque nosotros no sabemos producir lámparas digamos. Entonces ahí hay ... nada hay caminos así, bueno ustedes saben mucho consolidados. Bueno, hasta ahí es donde solemos llegar, ¿no?.

G: Bueno, vos pensá que la CEB hace un año atrás no nos quería entregar los postes para poner fibra óptica. Estábamos sin internet, teníamos un internet de mierda con una antena, viste, pegándole allá, a la punta del Catedral.

A: Se nubla y no te anda.

G: Claro, y vos queriendo tirar fibra, y la CEB diciendo 'no, estos postes son míos, nadie tira fibra'. Siendo una cooperativa ¿no? Tenemos nuestras diferencias con ...

A: No es muy cooperativa ¿no?

S: Y las cooperativas de servicios de estos de, son toda una tradición, de servicios de narrativas de iluminación, tienen una lógica que, no por una lógica en sí, pero desde una cuestión implica que se, funcionan de una determinada manera. Pasan en los pueblos, digamos, también tienen su autonomía, y es como medio ... Es un bloque, básicamente.

G: Pero esta bueno, esta bueno ese desarrollo. Quizás ¿Y cuando se da la materia? ¿solo el segundo cuatrimestre o el primero también?

S: No, solo el segundo pero el año que viene, la idea es darlo el primero. Le propuse a los directores darlo el primero.

G: Che tengo una idea, si queres para el cuatrimestre que viene, voy a decir una boludez quizás. Estamos haciendo una aplicación de auto-cultivo de cannabis.

S: Okey.

G: Emمم y vamos a necesitar toda la parte de sensores para medición de PH, medición de ¿como se llama? cantidad de luz. De osea, hay una parte de electrónica vinculada a la aplicación, que por ahora no la tenemos, pero quizás más adelante si estaría bueno y quizás, quizás sirve como investigación.

S: Si yo pienso que hay dos cosas, puede ser materia y puede ser eh, algo de materia, PTS. Proyecto Social y proyecto de Tesis, también.

A: Sí porque en la universidad hay ambas materias, digamos, que emm, proyecto social o sea todos los alumnos tienen que participar en...

F: Esta buenísimo como proyecto de trabajo

G: Si, no se cuánto de social tiene, la verdad.

A: Si, no, pero bueno, son

G: Pero le va a servir a la gente

F: Hay una asociación de cannabis Bariloche.

G: Hablamos con profes de la facultad, si, pero nos pasó ahí, tuvimos una reunión en el CONICET con, nada. Estamos impulsándolo a través del sistema de ciencia y técnica. Vamos a tratar de ir validándolo con los factores de ese lado. Pero nada, si se suma la Universidad, que se yo.

F: Te veo a la tarde a vos.

S: Gracias.

A: Bueno en una de esas materias justamente, tenemos que participar de hacer anteproyectos.

S: Bueno, sería interesante, lo que están haciendo y pensando en la aplicación para analizar.

G: Para pensar, si si. Yo estudié electrónica, pero bueno, este, hace mil años que no hago nada, así que, estaría bueno, nada. Hay toda una parte de sensores ¿no?. Si y eso conectado con, o sea, el tema es una aplicación que te vaya guiando, osea que te vaya diciendo, no sé. Cuando regar, cuando cambiar la iluminación, cuando. no sé. Toda la ...

S: Viste, si supieran de la escuela, decí lo que queres decir Ari.

A: No que justo lo estábamos, no era para eso pero justo estuvimos en una materia el cuatrimestre pasado que era Arquitectura de Computadoras y teníamos que hacer unos mini proyectos. Y varios hicieron como 'aaah bueno un sensor para saber cuando regar las plantitas'. Ideas hay, para algunos se dio como tres compañeros de la clase diferentes que, después se dieron cuenta y fue como 'ay hicimos el mismo proyecto, uy que no se enoje el profe', así. O sea no pero, si, más allá de eso, no se es algo que seguramente podemos hacer.

G: Si, no, además que se le puede integrar, nosotros estamos más por software y no estamos en todas las partes electrónicas. Las partes electrónicas las tenemos que bascular y que se yo. Hemos hecho, así, boludeces con ESP8266, con las Raspberry, que se yo. Pero no, no es nuestro palo la electrónica.

A: Bueno, y ahora esta universidad que empezó hace poco era la carrera de Ingeniería Informática, bueno creo que los estudiantes más grandes están en tercer año, por ahí.

G: Si, si, estuvimos ahí dando charlas. Pero si, se puede hacer. Nada, está bueno encararlo y que sea de, nada, que tenga. Por ahora nosotros, está en una etapa de desarrollo ¿no? Pero nada, si ...

L; Y la, y la idea era como en la primera parte del proyecto, pensar algo simple, sin sensores, pero con la idea de avanzar hacia sensores, que es, digamos, lo más interesante. O sea, tomando información, que te da el sensor para con eso, poder armar el plan, más ajustado y no un plan general.

S: Claro, como un plan teórico.

G: Si. Claro después, la idea es procesar toda esa data. Y decir bueno, no se en tal genética funciona tal tipo de cosa y entonces ir entrenando un modelo de IA para poder generar planes, para cultivo. Pero bueno.

S: Interesante. Yo lo que sabía, era si, invernaderos así o cultivos automatizados, me dijo Julio Gera que está en la Agencia de Extensión de INTA, que la escuela esta, ¿como esta la escuela técnica que está allá en el Brugen? No se que número es.

A: La Técnica 2.

S: La técnica 2C2. Si. Los estudiantes de quinto habían hecho un invernadero automatizado manejado con teléfono. no se que hicieron, que interfaz manejan e incluso no se con el teléfono, no le habría una bisagra para ventilar el invernadero, ¿no?

A: Por lo que es la, pero esa imagino que es más la parte de manejar los, las válvulas y esas cosas, no se si tendrán muchos sensores. No tienen mucha electrónica, no tienen pero imagino yo que, lo que sería esa escuela solamente hacen toda la parte mecánica y esas cosas.

L: ¿Cuál es? ¿La que está cerca del gastronómico?

A: Una que está al lado. Si, es esa, salen con algo mecánico ellos, un título pero relacionado a mecánico. Bueno, bueno esta buena, hay muchos.

R: Si se puede pirurar con esta carrera mejor capaz que el carrito, es más...

S: Estas, estas criticando la cosa. Esta bien. Espera a última clase (risas). Es más directo con la electrónica.

A: Sabemos más que el hecho de programación web. Poquito y nada. Pero bueno, aprendemos más entonces. Claro, con eso sabemos más, con esto aprendemos más.

R: Si si.

L: Ahora queres arreglarlo.

S: Esta bien, esta bien, lo recibo. No existe una decisión que cumpla con todo.

R: No, para nada la crítica.

S: No bueno, incluso ha pasado esto de, la pata de algunas actividades o de algunos proyectos que hemos laburado. Pero es un poco ...

R: Claro, pero es que aparte, ahora este año somos solo nosotros de electrónica,

A: Somos solos de las dos ingenierías

S: Rarísimo que en este año, en este cuatrimestre no haya nadie de ambiental. Pero no, pasa algo que también tiene que ver con, em haber para, me voy a defender. Quien puso en orden 1 trabajar el carrito.

A: Fuimos nosotros.

S: Pero hay algo que también tiene que ver con la materia que es una materia de intervención social que es que. Nosotros, no va a definir qué se interviene y qué tema se va a trabajar. Trabajamos sobre haciendo una malla, una conexión con temas, entonces. Y esta es también una cuestión que nos ha pasado incluso, como que da, que hay que superar, en la cuestión de lo interdisciplinario y que no se. Estudiantes que habían empezado a trabajar con unos grupos de huerteros y había y estaba la posibilidad de decir 'che podemos hacer algún tipo de desarrollo de sensores de bla bla bla'. Y los huerteros estaban en una crisis interna, que se estaban disolviendo. Y entonces el trabajo fue, decir bueno, armemos un taller de capacitación, cartilla de información y salgamos a buscar gente interesada en la huerta porque ellos no querían aparecer como espacio y querían re-fortalecerse y entonces los estudiantes de Ingeniería Electrónica, ¿que hicieron? Fueron a la minga un sábado, a sembrar papa. No llegamos al punto, viste, tecnológico de ver ¿como se dice?, un chip o nada porque el tiempo de ese grupo está en otra, digamos.

A: Si, la solución técnica que podríamos poner a andar, no daba en ese momento.

S: Claro, pero y bueno. Claro entonces, capaz que, capaz que el, ay claro, hay temas que él, como son de muchas carreras, que también esta Administración de Empresas y capaz que, viste, que para ese momento y claro, que más despliega es un área. Y esto que vos decís, para el que representa una novedad es más para otra área. así que, bueno, hasta ahí veremos. Hasta ahí hacemos.

G: Igual, todavía le falta, es para el año que viene.

S: Esta bueno, esta bueno. Podemos crear entornos.

A: Si, para la materia o si no para la universidad seguro.

S: E incluso, la carrera al menos electrónica, que es la que yo más conozco, más que teleco, me imagino que se hará lo mismo, e la Universidad en sí, necesita fortalecer lazos, esos espacios de circulación presupuesta, para salir de la necesidad que es la construcción de esto que es PTS, que son proyecto de trabajo social, que son obligatorios y los docentes están todos colapsados de trabajo. Y hay un montón de estudiantes con distintas demandas y entonces, como que, hacen falta, se necesitan nuevos proyectos o líneas temáticas para laburar en ese tema.

A: Sí porque muchas veces llegas, no hay nada y es como 'uh'.

S: Los estudiantes no tienen donde meterse.

A: E intentas de tutor y mientras seguís ...

R: Una Clase de Computación Básica voy a dar yo.

S: ¿Cómo PTS?

R: Si.

S: Claro, se trata de dar una clase. Está bueno.

A: Pero cuando te quedas sin proyecto vas de tutor.

S: Yo me acuerdo que Areta, ¿lo conoces? que es el director de la carrera de electrónica.

G: No.

S: Bueno, Areta en un momento cuando empezamos a encaminar la materia me dijo 'Santi, me encanta lo que están haciendo porque sino el PTS, de acá lo que están haciendo es, vayan y arreglen el tablero de luz en la casa de alguien' es una parte técnico, si. Pero si yo no veo intercambio, no veo producción de conocimiento, como que bueno, así que digo, seguramente lo que la materia o la carrera constitucionalmente lo que quiere, lo pueden recibir re bien. Toca un punto ahí muy relevante.

G: Nosotros ya tenemos firmado convenios igual con la Universidad, si, convenio-marco donde emitimos unas charlas así virtual. Hay convenio-marco. así que, nada, que a veces cuando se quiere hacer estas cosas, a veces.

S: Esta bueno, esta bueno.

G: A veces se necesita un papel.

S: No no, está bien, primer cuatrimestre. Justo le pedí el cambio. Bueno, les agradecemos un montón por el tiempo.

G: Gracias por venir acá.

Anexo 4: Guía sobre el uso de las planillas

Guía sobre el uso de las planillas del Grupo de Compras Comunitarias Al Margen

A continuación se realizará una descripción sobre las planillas utilizadas en cada operatoria, con su nombre y sus función general y luego se detallará cada una de las hojas internas que compone cada planilla. Esto a modo explicativo en primer lugar, luego se realizará una explicación descriptiva, mostrando y detallando puntos claves en el armado y mantenimiento de cada planilla para que funcionen correctamente y evitar errores o problemas. También se explicarán ciertos elementos que contienen con el fin de que se comprenda la importancia de respetar algunos de los pasos claves para que se mantengan en buen estado cada planilla y sus hojas.

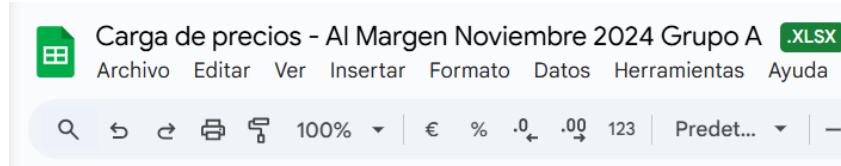
Se utilizarán ciertas guías y caracterizaciones visuales tanto en el texto como acompañando con imágenes para así poder realizar una lectura más simple de esta guía y evitar confusiones, a continuación se darán ejemplos de cómo se mostrarán visualmente estos aspectos para que el lector pueda seguir la lectura conociendo estas marcas de antemano:

- **Texto en negrita:** Se indicará con texto en negrita el **Nombre** de cada planilla.
- **Texto en itálica (cursiva):** Se indicará con texto en itálica el *Nombre* de cada hoja que compone internamente las planillas
- **Subrayado:** Se subrayará el nombre de cada columna a la que se está haciendo referencia, también siempre el nombre de una columna irá acompañado de su [columna]

A parte de estas guías visuales incluídas en el propio texto, se incluirán imágenes de la parte de la planilla de la que se está hablando para terminar de concretar la explicación.

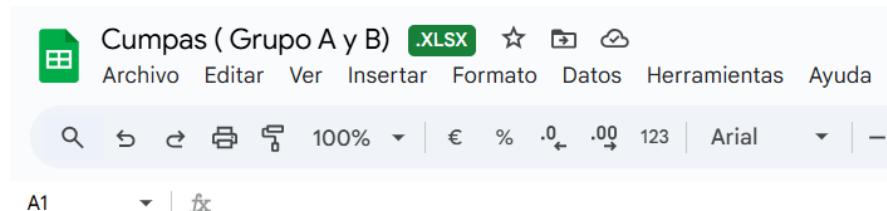
Explicación las planillas

- **Planilla Carga de Precios:** Sirve para cargar los productos y proveedores, junto a sus cualidades y precios. Se le va cambiando el nombre por cada operatoria. Y está integrada por diferentes hojas:

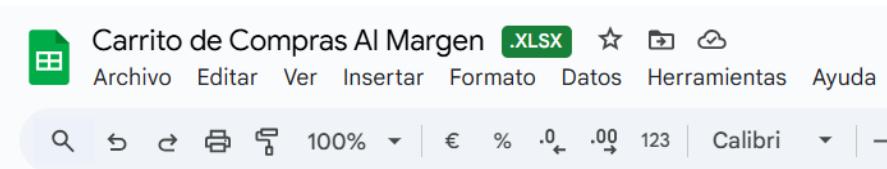


- *Hoja Lista de Precios Vigente:* Se categoriza el artículo a vender. Se describe su rubro, proveedor y tipo de proveedor, el precio del producto (con y sin el 8%), la unidad del precio (unidad, bulto, peso), la unidad del pedido, por cómo se cobra y el lugar de entrega.
- *Hoja Lista unificada de Proveedores:* Es un listado de los proveedores, indica cuando se les paga, a cargo de quién está, si está activo, datos de contacto y la logística/transporte.
- *Saldos del mes anterior:* Es un listado de los saldos de los cumpas de la operatoria anterior.

- *Hoja de validación de datos:* Unifica los nombres en cada uno de los Rubros vigentes que se utilizan en las operatorias. Se indican los rubros, lugar de entrega, el tipo de cobro, el proveedor, el precio por delivery y a quien hay que hacerle delivery.
- **Cumpas (A y B):** Sirve para organizar las operatorias dividiéndolas en dos grupos, el A y el B. Está integrada por diferentes hojas:



- *Grupo A:* Consiste en un listado de los cumpas que integran dicha operatoria. En ella están sus datos de contacto, si son administradores, el saldo que tengan, un contacto de referencia dentro del GCC y tres columnas de control. Estas sirven para detectar si no hay algún nombre repetido, algún mail repetido o alguna ID repetida.
- *Grupo B:* Lo mismo que el *Grupo A* pero con los integrantes del *Grupo B*.
- *Saldos mes anterior A:* Informa el saldo de la operatoria anterior más con lo que debe pagar en la operatoria actual. Esto indica que se tiene registro de los saldos que han habido en los últimos dos meses y en qué operatoria surgió. Además indica a cuál miembro del GCC se le debe transferir.
- *Saldos mes anterior B:* Lo mismo que *Saldos mes anterior A* pero con los integrantes del *Grupo B*.
- **Carrito de Compras Al Margen:** Sirve para recibir y enviar información al carrito de compras. Consta de 3 hojas:



- *Products:* Se debe de subir la información de los productos. Su stock, código, producto, unidad de pedido mínimo, precio (con el 8%), rubro y proveedor.
- *Socios:* Se sube la información de los cumpas, por grupo, para que puedan realizar sus pedidos.
- *Órdenes:* Esta información sale del carrito de compras. Cuando se cierra se llena esta hoja. Es la unión de la información de cumpa (ID de usuario, email), producto, código y cantidad.
- **Reparto (A y B):** A pesar de su nombre, no solamente sirve para los días de reparto, sino que esta plantilla contiene información general del GCC necesaria para la parte administrativa.



- *Lista de precios:* Contiene la información de la planilla **Lista de precios**, específicamente de la hoja *Lista de precios*. Agregando unas cuatro columnas extras de control, siendo estas: precios de la lista original, solo ceros, si repite nombres y si repite la ID.
- *Reparto:* Contiene los productos pedidos por cumpa. Acá se encuentra la ID y nombre tanto del cumpa como del producto, unidad de pedido mínimo, precio (con y sin el 8%), cuánto se pidió, el precio del proveedor, características del producto y donde se entrega.
- *Saldos Cumpas:* Se da la información de la compra solicitada (con y sin el 8%), saldo del mes anterior, importe total a pagar, si se pagó un anticipo, lo que debe de pagar en la entrega, cuánto le queda pendiente y el cumpa que cobró el anticipo.
- *Cajas:* Es una hoja de costos e ingresos resultantes de las operatorias. Acá se dividen los ingresos de los miembros del GCC y cual es su responsabilidad a pagar (alquiler, proveedores, etc).
- *Proveedores:* Aca se listan los proveedores, el cómo se les paga (ya sea con anticipo, en el momento o después), dos cuotas de pago, que miembro del GCC debe pagar y un total.
- *Pedidos por producto:* Es un listado de los productos con sus características. Además de tener un cuadro final el cual muestra el tipo de proveedor, cuanto se les compró y un porcentaje que representan del total.
- *Saldo del mes anterior CUMPAS:* Se muestra el saldo del mes anterior de los cumpas. Se indica la compra solicitada, la entregada, saldo del mes anterior, importe total a pagar, lo que se pagó en el día de entrega, lo que queda pendiente y que miembro del GCC cobró un anticipo.
- *Remanentes:* Cantidad y precio de los productos que quedaron.
- *Registro de horas:* Se indica la cantidad de horas que trabajaron los miembros del GCC y cuánto deben cobrar.
- *Saldo mes anterior PROVEEDORES:* Se muestra cuánto le deben de pagar a los proveedores, las columnas son casi las mismas que en *Proveedores*.
- *Caja Mercado de Cercanías:* Estado de Caja de Mercado de Cercanías.
- *Lista Unificada de Proveedores:* Lista general de proveedores, se los describe, como se les paga y a quien están a cargo.
- *Instructivo de registro:* Tutorial de como realizar un registro de anticipos cumpas, pagos a proveedores y compensaciones.

Descripción de las planillas

A continuación se hará una descripción de pasos importantes a realizar con cada planilla en las diferentes etapas de las operatorias, explicando cuándo, cómo y por qué de estos pasos. La explicación se realizará de forma escrita acompañada de un refuerzo visual mostrando el lugar de la planilla mencionado. También se comentará que cumpa(s) se encarga usualmente de tal tarea hasta la fecha (Noviembre 2024).

Etapa: Previo a la apertura del carrito

A continuación se realizará una guía de los pasos a seguir antes de que se realice la habilitación del carrito de compras. Estos pasos son necesarios para que en la página figuren de manera correcta todos los productos que estarán a disposición, además de delimitar el grupo que lo usará en dicha operatoria junto con sus características de usuario, como sería su saldo vigente por ejemplo.

1. **Planilla Carga de Precios - Hoja Lista de Precios Vigente.** Esta planilla se utiliza antes de comenzar cada operatoria, concretamente debe verificarse que se cumplan los siguientes pasos antes de que se abra el carrito de compras.



- a. Se coloca la Fecha actualizada en [D1], ya que se tiene que actualizar por cada nueva operatoria. Cumpa a cargo: Sabri.

	D	
	1/11/2024	
Rubro		

- b. De las columnas englobadas por Precio de referencia se eliminan las columnas en blanco Precio (sin el 8%) y Unidad del precio a partir de la tercera fila y se deja sin tocar la columna Precio (con el 8%) ya que mediante una fórmula se actualizará automáticamente una vez puedo el precio sin el 8%. Multiplica por 1.08 lo que tenga esa fila en la columna Precio (sin el 8%). Esto se realiza para no causar confusiones sobre si un precio es nuevo y se cargó en esta operatoria o está desactualizado, además aquellos que no tengan precio luego no serán cargados al carrito de precio, simplificando la tarea de elegir que se mostrará para que cada cumpa arme su pedido. Cumpa a cargo: Sabri.

Precio de referencia		
Precio (sin el 8%)	Precio (con el 8%)	Unidad del Precio
	0,00	\$/Unidad
	0,00	\$/ botella

- c. Una vez estén limpias las columnas Precio (sin el 8%) y Unidad del Precio cada cumpa debe completar con el precio y unidad de pedido cada uno de los productos de los proveedores que tenga a cargo. Cumpa a cargo: Todos (los que más proveedores a cargo tienen son el Pollo y Pipi).

- d. Dado que los productos que se venden son únicos, es crucial revisar en caso de que haya un cambio de proveedor o si el producto presenta diferencias como puede ser la unidad de medida. Este ajuste se debe realizar en el resto de columnas que indican cada característica del producto. Es importante notar que todas estas columnas que describen cada producto contienen un menú desplegable, por lo que no se debe escribir manualmente el cambio. Debe ser elegido de entre las opciones del menú. Esto unifica y normaliza nombres para evitar errores. Si no existiera la característica necesaria, se debe actualizar en otra planilla, no directamente en esta. Cumpa a cargo: Todos.

Rubro	Proveedor	Tipo de proveedor	Precio (sin el 8%)
Almacén	Almacen Natural	Comercio pequeño	
Almacén	Almacen Natural		
Almacén	A.R.B		
Panificados	Al Margen / Colectivo		
	Alimentos Cooperativos		

- e. Cada uno de estos listados que aparecen en los menús desplegables proviene de la *Hoja de validación de datos* incluida en esta misma planilla (**Carga de precios**)
- f. También existen las columnas Control 1 y Control 2 que sirven para verificar que las columnas Código y Producto no estén duplicadas. Si en estas columnas se viera un número diferente a un “1” indica que existe un producto o código duplicado.

R	S
Solo unos	Solo unos
Control 1	Control 2

2. Planilla Carrito de Compras Al Margen - Hoja products:

- a. Se deben copiar de la planilla **Carga de precios - Hoja Lista de Precios Vigentes** los valores de las columnas Código, Artículo, Rubro, Proveedor, Unidad del Pedido Mínimo, Cantidad para UPM y \$ x UPM inc 8%. Esta última columna en la que se incluye en Precio (con el 8%) en *products*. El resto de columnas se copiarán a las columnas del mismo nombre en *products*. En caso de que exista un precio para un producto, la columna Stock pasará a tener un “1”, si se mantiene en “0” es que el producto no tiene un precio cargado. Aquellos productos que sí tengan precios cargados aparecerán en el carrito para su pedido una vez se abra. Cumpa a cargo: Sabri.

E	Precio (con el 8%)	Rubro

- b. En la hoja *Socios* se debe copiar la información que se encuentra en la planilla **Cumpas (A y B)** en la hoja *Grupo A* o *Grupo B* dependiendo de qué operatoria se vaya a realizar. Se copian tal cual las columnas desde la de códigos hasta la de mail adicional.

Aquellos cumpas que contengan un “1” en la columna Administrador quedan resaltados en naranja y son quienes pueden manejar el carrito de compras como administradores. Se debe tener especial atención a la columna Saldo ya que no puede estar vacía, en caso de que exista un cumpa nuevo en su posición debe existir un 0 mínimamente, pero se debe verificar a futuro que sea incluído en el resto de planillas que lleven registro de sus saldos. Cumpa a cargo: Sabri.

	E
0	-268
0	-15
0	0
0	0
0	0
0	0