

# Grupo de Compras Comunitarias Al Margen

Presentación  
Ciencia, Ética, Intervención Socioambiental y  
Socioproduktiva

**Estudiantes:** Ariel Bobadilla, Rodrigo Boyé y Matías Ramirez

**Profesor:** Santiago Conti

**Universidad Nacional de Río Negro - 2024**

# Introducción

Esta presentación busca describir el trabajo realizado a lo largo del cuatrimestre en la materia y se corresponde con un informe más detallado. Se expondrán:

- Los **Objetivos** con los que se encaró el trabajo
- El **Marco Teórico** que se utilizó para identificar y describir los temas y conceptos que aparecieron.
- La **Metodología**, las técnicas utilizadas para relevar información que nos sea útil para conocer la situación y tomar decisiones de trabajo
- Los distintos **Resultados** alcanzados tanto para el tema general (el GCC) como el objeto particular (el carrito de compras).
- Unas **Propuestas** de acción que no se llegaron a realizar.
- Las **Conclusiones** a las que arribamos al concluir el trabajo.

# Objetivos

## Objetivo General:

- Aumentar la claridad en las diferentes etapas de las operatorias que realiza el Grupo de Compras para facilitar y hacer más eficiente su trabajo.

## Objetivos Específicos:

1. Identificar los pasos y procedimientos para realizar los pedidos con los proveedores y consumidores.
2. Caracterizar el software del carrito de compras.
3. Identificar y analizar puntos clave/críticos del proceso de realización de pedidos
4. Realizar propuestas de mejora a partir de los puntos críticos identificados.

# Marco Teórico

- Se explora la **economía social y popular** como alternativa al modelo tradicional de mercado, con ella se busca satisfacer las necesidades de la sociedad y los trabajadores a una vida digna. Dentro de la economía social encontramos el **comercio justo**, el cual promueve el desarrollo sostenible y a los productores excluidos. Un tipo de comercialización que concuerda al comercio justo son los **circuitos cortos de comercialización**, los cuales buscan acercar al productor con el consumidor.
- Un concepto relacionado que también aparece en el trabajo es el de las **tecnologías sociales** las cuales están orientadas a generar dinámicas de inclusión social y desarrollo sostenible. Las **tecnologías de la información y computación (TIC)** son las tecnologías sociales que surgen en este caso.

# Metodología - Posicionamiento

Tipo: Cualitativa. Busca conocer el contexto y las razones de los acontecimientos que le ocurren al sujeto de estudio.

Posicionamiento:

- ¿Qué es una intervención comunitaria?
  - Procesos intencionales de cambio. Lapalma.
- Niveles de participación.
  - Información, opinión y decisión. Astaburuaga.
- Intervención cooperativa
  - Participación activa e igualdad de condiciones. Astaburuaga.

# Metodología - Técnicas aplicadas

- Grupo de compras:
  - Relevamiento de antecedentes.
  - Entrevista semiestructurada.
  - Participación activa.
  - Mapeo de actores
- Carrito:
  - Relevamiento de antecedentes.
  - Entrevista grabada y transcripción.
  - Reunión con Francisco y Mariano
  - Desarrollo de las propuestas.

# Resultados - CGG

- El GCC se organiza como un espacio de consumo ético y solidario.
- Proceso de toma de decisiones basado en principios democráticos.
- Comprende alrededor de 400 familias y trabaja con 47 proveedores.
- Principal enfoque: productos de economía local y comercio justo.

## Antecedentes

### Documentos provistos por el GCC

- **Powerpoint**
- **Informe PPS**

### Búsqueda WEB

- **Noticias**
- **Grupos/Organizaciones**
- **Papers**

- Relevar precios con los productores
- Actualizar el carrito de compras
- Abrir el carrito de compras



- Cerrar el carrito de compras
- Armar lista de compras por persona y cantidad total de cada producto
- Comunicarse con cada productor indicandole la compra
- Recibir o ir a buscar la compras a los productores, pagarles
- Ir a comprar a mayoristas o similares los productos que no son de productores locales
- Fraccionar los productos y armar los pedidos, señalando el nombre del comprador y si es para delivery.



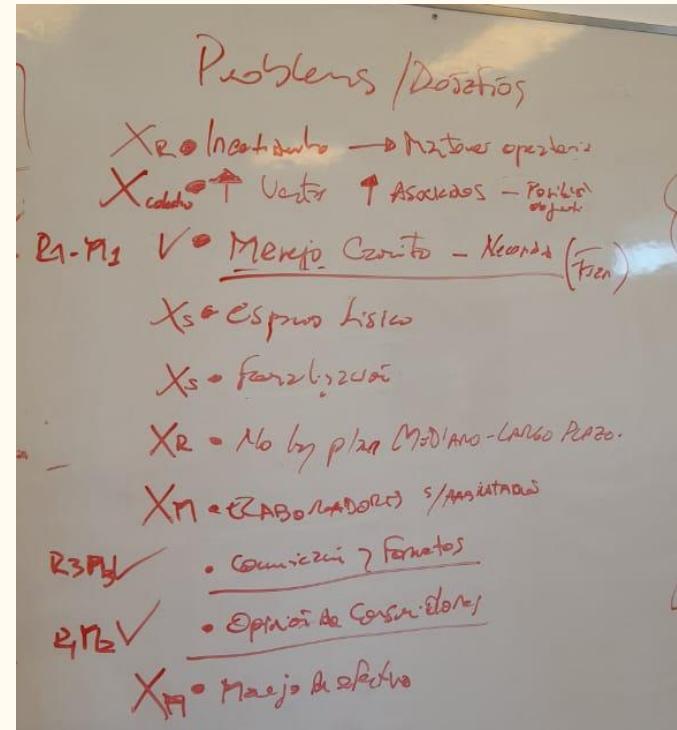
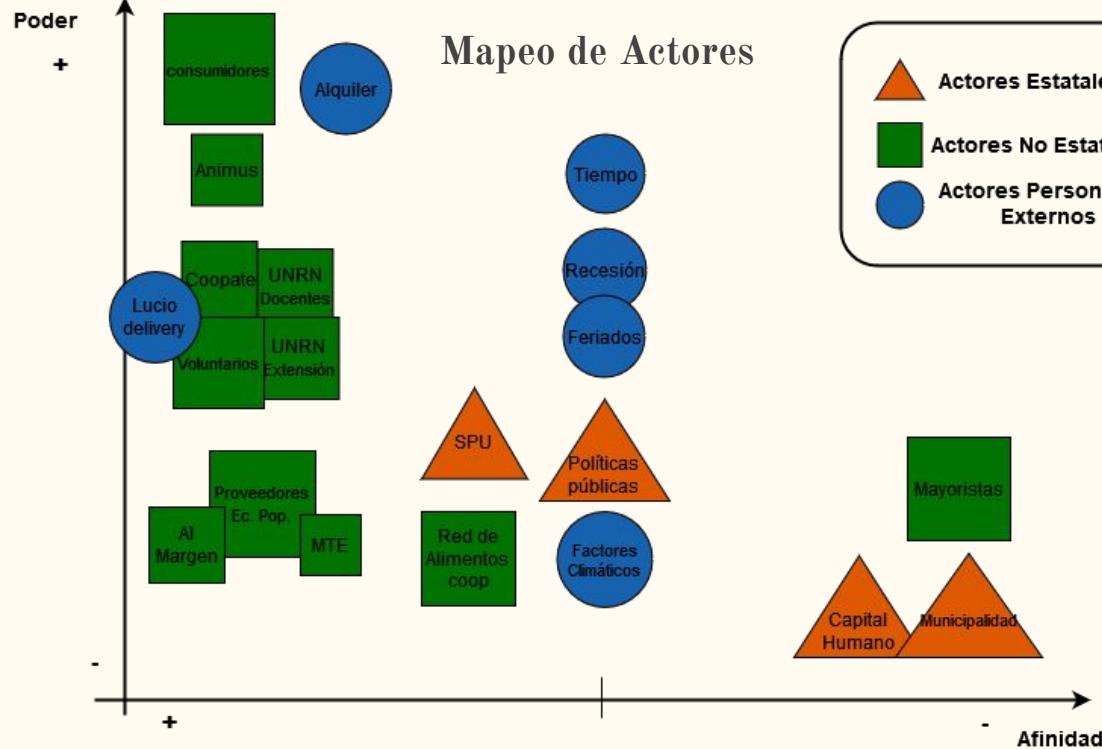
- Realizar la entrega:
  - los compradores van a la dirección y certifican que lo que compraron haya llegado
  - en caso de haber diferencias, se ajusta la lista en el momento
  - se les cobra el precio actualizado
- Cerrar la caja, registrar lo cobrado y los remanentes
- Communicarse con quienes no fueron a buscar el pedido
- Limpian y desocupar el lugar
- Realizar la entrega del delivery



- Reunirse para revisar la operación, tomar decisiones a futuro

# Resultados - CGG

Proceso de toma de decisión



# Resultados - Carrito



## Antecedentes

Hecho en los Coihues, Asociación mutual La Correntosa (VLA), Almacén Campesino (Mza), Alimentos Cooperativos, Chasqui (Qui), La Justa, CPO, El Arca (Mza), Hecho en Trevelin

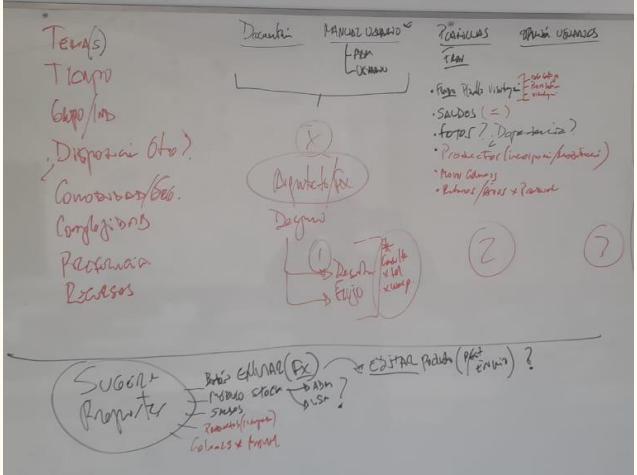
## Ventajas:

Mejora la gestión de los pedidos  
Interfaz más amigable con el consumidor.

## Desventajas:

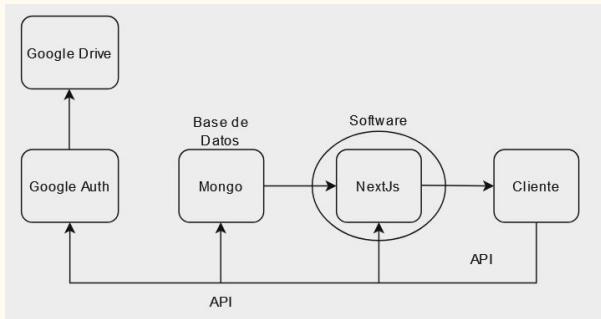
Dependencia con Animus.  
Olvido de pedido.  
Saldos de los consumidores

## Proceso de Toma de Decisión



## Resultados - Carrito

# Planillas



# Propuestas



Documentación



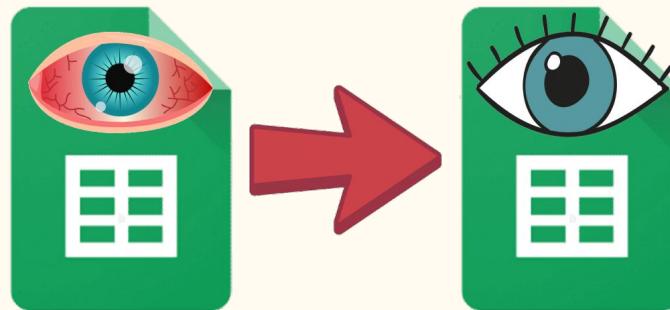
Guía sobre el uso de las planillas



Proveedores



Consumidores



Visualización

# Conclusiones

- Haber podido aplicar las herramientas aprendidas en la materia para cumplir los objetivos propuestos.
- Identificar nuestras capacidades y limitaciones para enfocar apropiadamente el alcance de nuestro trabajo
- El poder de generar un vínculo de confianza con el sujeto intervenido.
- Identificación de problemáticas y propuestas de mejoras futuras.