

Cosas!

Proyecto

version 1.5



20
23

Hoy 2040

Estamos en 2040. Las últimas décadas han traído increíbles transformaciones positivas, gracias al creciente movimiento de la economía alternativa, que ahora está en todas partes.

Las nuevas generaciones nacen en un mundo donde la economía es propiedad equitativa de las personas. En lugar de ser dominada por el mundo corporativo y las élites que una vez controlaban todo. Es así que ahora existe un ecosistema colaborativo altamente interconectado dedicado a la distribución de bienes y servicios que está en poder de la sociedad, los usuarios y trabajadores.

La cultura destructiva que alguna vez rodeó al mundo ahora es cosa del pasado. No hay más grupos de élite o jefes multimillonarios, tampoco hay más publicidad manipuladora, no más creación de reglas unilaterales arbitrarias, y las instituciones públicas están libres de influencia negativa. Más allá de todo lo demás, nuestro ecosistema, que una vez casi había sido totalmente devastado, ahora se está regenerando día a día.

En el pasado, nuestro planeta fue escenario de una dinámica geopolítica competitiva y belicista, pero ahora es mucho más pacífica e integrada. Esto es gracias a las grandes instituciones globales a escala planetaria y las cadenas económicas cooperativas interconectadas que fomentan la integración global y el cuidado local al mismo tiempo.

El sector del comercio minorista, que alguna vez estuvo dominado por mega corporaciones y elites, ahora está libre en manos de la gente. La distribución de bienes es administrada mayormente por una gran red de conglomerados distribuidos de propiedad colectiva, intensivos en alta tecnología, cuáles producen y distribuyen los productos diarios de una manera equitativa, participativa y sostenible.

La red de las Cosas!, coordinada entre otras empresas cooperativas en el sector productivo, y junto con muchas otras iniciativas y organizaciones de distinto tipo en otros sectores, han logrado superar al tradicional mundo corporativo.

Aunque lejos de la utopía, la sociedad ahora es mucho más igualitaria y sostenible. Las nuevas generaciones pueden volver a soñar con un futuro mejor y tienen la esperanza de que las generaciones venideras sean incluso mejores que ellas.

Todavía tenemos muchos desafíos por delante, y tantas cosas que seguir mejorando en el futuro, como siempre lo habrá. Sin embargo, por ahora, en esta cuarta década del siglo veintiuno, podemos decir que el deber de una generación está cumplido, ya que se ha

logrado un sistema destructivo con estructuras perversas que casi se llevaron a la ruina a nuestras sociedades y al medioambiente que todos somos parte.

Ahora es tiempo de las nuevas generaciones, que están mejor preparadas para afrontar los retos de estos nuevos tiempos que sus antecesores. Tendrán que seguir construyendo sobre el progreso que ya se ha hecho, y, con un poco de suerte, continuar con la evolución positiva de la historia.



Tabla de contenidos

CONTENIDOS

01.

El contexto

02.

Cosas!

03.

Modelo governanza

04.

Sistemas-tecnología

05.

Modelo de negocios

06.

Comentarios finales

01. El contexto

Actualmente, vivimos en un momento único en la historia, donde el pesimismo y el optimismo generalizados se cruzan, y donde los problemas sociales importantes se combinan con las grandes posibilidades de transformación positiva. De acuerdo con esta realidad, están surgiendo muchos movimientos e iniciativas sociales de nueva generación orientadas hacia tratar de dar respuestas a los grandes desafíos socio-ambientales que enfrentamos actualmente.

Cada vez más, se está volviendo evidente para todos, que necesitamos nuevos sistemas económicos que estén orientados a abordar la crisis multidimensional actual, cual ha sido creada por los sistemas, instituciones y organizaciones tradicionales que imperan actualmente. Estos desafíos abarcan temas como la desigualdad económica masiva, las consecuencias negativas del avance tecnológico, la destrucción ambiental, los peligros de las tecnologías negativas, el aumento de la guerra, las preocupaciones relacionadas con la salud, y muchos otros problemas que son, de una forma u otra, producto de nuestras actuales estructura económicas destructivas obsoletas .

Sin embargo, no solo enfrentamos desafíos, sino también grandes oportunidades para impulsar transformaciones positivas, que pueden ayudarnos a responder a estos desafíos y problemas actuales, y fomentar nuestra capacidad de soñar. Estas nuevas oportunidades se derivan de nuestro vasto legado de conocimiento intergeneracional, desarrollos socio-eco-tecnológicos significativos y una gran cantidad de experiencia histórica para aprender.

En nuestro tiempo actual, las nuevas generaciones debemos ser capaces de crear, consolidar, fortalecer y articular nuevos sistemas e iniciativas sociales que puedan sostener y fomentar la regeneración ambiental, permitir la inclusión de las personas en la toma de decisiones, promover la equidad económica, y buscar un mundo más pacífico e integrado.

El creciente descontento relacionado con las corporaciones

Quizás uno de los mayores problemas que debemos abordar en este momento histórico actual es el papel que juegan las grandes corporaciones globales privadas con fines de lucro en nuestra sociedad. Hoy en día, tras conocer décadas de sus funcionamientos, es evidente que estas instituciones son más destructivas que

positivas, ya que se ha demostrado que tienen dinámicas que no solo contribuyen a no resolver los grandes desafíos que tenemos, sino que también los generan directamente.

La desconfianza generalizada hacia las grandes corporaciones privadas, no es algo casual, es producto de cómo funcionan, los incentivos negativos detrás de ellas, y la cultura destructiva que promueven. A estas alturas, hemos tenido tiempo suficiente para ver la realidad del mundo corporativo, y en qué se ha convertido después de décadas de globalización neoliberal desenfrenada.

Detrás de este mundo de intereses y poder concentrado yacen múltiples estructuras y dinámicas destructivas que ahora son cada vez más visibles para todos. Estas estructuras fomentan la concentración de poder, la captura institucional, los problemas de privacidad de datos, las prácticas laborales inhumanas, las actitudes financieras destructivas, el daño ambiental, el desprecio por la gente común y una falta general de preocupación por los problemas sociales importantes y el bienestar humano y de otras especies.

Al mismo tiempo, se está volviendo claro que los actores estatales y los reguladores no están abordando de manera efectiva la raíz de los problemas generados por las grandes empresas privadas mediante el uso de leyes y políticas públicas. Esto se debe a que algunos reguladores no les importa, otros son capturados por la corrupción y otros simplemente carecen del poder suficiente para tomar medidas efectivas contra ellos. La única forma de crear acciones de transformación más efectivas, es combinar estrategias desde la sociedad civil con la de las esferas estatales, y especialmente intentar consolidar nuevas instituciones económicas en el sector económico productivo que puedan funcionar como contrapoder de estas corporaciones privadas en el ámbito económico.

Con el inminente fin de la era de la globalización neoliberal, se abre la oportunidad para estas búsquedas activas de alternativas viables, orientadas a la configuración de mejores modelos organizacionales y nuevas configuraciones económicas institucionales que puedan propiciar bienestar y progreso hacia los que más lo necesitan.

En ese sentido, en estos tiempos, si somos capaces de escalar y generalizar nuevas alternativas económicas en las próximas décadas, tal vez estemos viendo el principio del fin del mundo corporativo. Porque, fundamentalmente, no hay nada anclado a las leyes del universo que establezca que este tipo de instituciones deban existir. Son solo invenciones humanas y, como cualquier otra, son solo una fase y estado de la civilización humana.

Un ecosistema alternativo en crecimiento

En las últimas décadas, y especialmente después de la crisis financiera mundial, han surgido una amplia gama de ideas y proyectos económicos alternativos que buscan reestructurar las instituciones económicas hacia prácticas más positivas que prioricen el bienestar humano, social y ambiental.

Este floreciente ecosistema alternativo incluye organizaciones como cooperativas, empresas sin fines de lucro, bancos y empresas estatales, instituciones de ayuda mutua, movimientos sociales a favor de la igualdad y contra la discriminación, sindicalización laboral, proyectos ambientales regenerativos y otras manifestaciones positivas de una evolución social solidaria creciente.

Hay numerosos ejemplos de estos modelos, como los grandes supermercados cooperativos propiedad de consumidores como *Migros* o el *grupo coop* en Europa, las cooperativas de plataforma como *Drivers* o supermercados *Publix* en los Estados Unidos, las cooperativas de trabajo relacionadas con los medios de comunicación como *Associated Press*, empresas sin fines de lucro como *IKEA* o *Bosch*, la *Fundación Mozilla* o *Linux* en el desarrollo de software, la banca cooperativa como *Crédit Agricole* en Francia o *BVR* en Alemania, y muchas otras empresas alternativas con miles de millones de miembros y usuarios en todo el mundo que al menos son miembros de una cooperativa.

Estos modelos organizacionales alternativos como las cooperativas y las empresas sin fines de lucro son mucho más positivos que las grandes corporaciones privadas, ya que generan estructuras y dinámicas que mejoran la igualdad de ingresos y riqueza, son más resistentes financieramente ante circunstancias macroeconómicas adversas, incentivan la participación horizontal y una buena cultura, y pueden incorporar dinámicas de la economía circular mucho más fácilmente que sus tradicionales competidores privados.

Muchas de estas ideas y modelos organizativos no son novedosos, ya que han existido durante un tiempo considerable a lo largo de la historia. Sin embargo, han sido reprimidos por la cultura neoliberal y las estructuras de poder en las últimas décadas. Con el fin de la era neoliberal a la vista, está surgiendo una nueva ola de iniciativas de economía alternativa, rejuvenecidas por nuevas ideas y tecnologías innovadoras en muchos sectores.

02. Cosas!

Además de la proliferación de organizaciones y empresas alternativas que fortalecen este nuevo ecosistema, se necesita una iniciativa a gran escala en el sector de comercio digital, que en Latinoamérica es actualmente es dominado por plataformas como *MercadoLibre* o empresas semejantes.

El comercio minorista digital es fundamental para nuestras sociedades, ya que contribuye significativamente a la economía mediante la generación de empleos de calidad, proporciona bienes y servicios a los consumidores, ofrece comodidad y opciones de compra, y si es desarrollado de manera correcta es muy relevante para fomentar la interacción social a través del apoyo a las comunidades locales.

Por lo tanto, debido al gran impacto que tiene el comercio minorista en nuestra economía, existe la necesidad y la responsabilidad de fomentar un sector minorista de alta tecnología que sea de propiedad de los trabajadores y sus usuarios, enfocado en promover una cultura colectiva y horizontal, una distribución justa de las ganancias, servicios centrados en el cliente y en las necesidades de la comunidad local, y la priorización del impacto ambiental positivo.

Aunque muchas empresas éticas bien intencionadas han intentado crear un sector minorista más justo, a menudo son adquiridas por grandes corporaciones privadas una vez que crecen a una escala significativa. Además, aunque han surgido algunas pequeñas cooperativas minoristas alternativas, generalmente se enfocan solo en su región geográfica local y carecen de la infraestructura y el enfoque tecnológico adecuado para escalar significativamente y convertirse en alternativas a gran escala que puedan competir con las corporaciones minoristas actuales.

Las alternativas de nueva generación en el sector del comercio minorista deben ir más allá de lo que están haciendo algunas empresas minoristas alternativas ya existentes. Esto incluye no solo tener una estructura organizativa en donde la propiedad sea de los consumidores y trabajadores, sino también se debe poner mucha energía en incorporar los avances tecnológicos existentes relacionados con planificación logística y que estén enfocadas con un balance correcto entre lo local y lo global a través de una perspectiva *glocalista*.

Que es?

Cosas! es una red-empresa alterantiva en el sector **digital-retail** para **Latinoamérica**



Propiedad de usuarios

Es propiedad de sus usuarios, como miembros parte de la red-organización, en forma de cooperativa sin ánimo de lucro



Plataforma digital

Tienda en línea, en donde la gente puede comprar productos



Sistema logístico

Servicio de entrega de productos directo a los respectivos clientes utilizando un sistema de distribución propio

3. ¡Cosas! como alternativa en Latinoamérica

La idea principal de *Cosas!* es una red de producción y distribución minorista *propiedad del los usuarios*, referida al área latinoamericana. Consistirá en una plataforma de comercio electrónico donde las personas puedan comprar productos y un sistema logístico que los distribuya.

En ese sentido, nuestra empresa competirá en el sector de otras empresas de retail digital como *MercadoLibre*, pero tendrá un enfoque y modelo de propiedad diferente, basado en propósitos sociales y propiedad del los respectivos usuarios. En ese sentido, la idea se intentará posicionar como una empresa de tipo alternativo que compita directamente en este sector de ventas minoristas del mercado, como parte del nuevo ecosistema de economía alternativa que está emergiendo.

El nombre de nuestra plataforma, *Cosas!*, representa nuestro objetivo de ser un lugar donde las personas puedan encontrar todo lo que necesitan, conectando a los usuarios con los productores en la economía.

El sistema se dividirá en dos partes diferenciadas:

En primer lugar, estará la red de las *Cosas!*, donde los usuarios y productores podrán formar parte o asociarse a la red de producción, para vender sus respectivos productos.

En segundo lugar, se tendrá una plataforma de comercio electrónico, que ofrecerá servicios de entrega urgente y logística para los productos que las personas compran en la tienda en línea.

La configuración estructural de la empresa se inspirará en el modelo *Alternative-novel network-enterprise* (ANNE), basado en ideas y marcos similares a los de la economía social y el movimiento cooperativo. Sin embargo, nuestro modelo busca mejorar e innovar estos conceptos para crear un nuevo modelo que se adapte mejor a los contextos sociales e históricos actuales, así como a los últimos avances en ingeniería y tecnología organizacional.

Nuestro modelo se basa en varios elementos de organizaciones ya existentes, como por ejemplo a *Migro* de Suiza en cuanto a la estructuración de un sistema de gobernanza cooperativa de consumo federada de propiedad de los usuarios, la escala internacional y el enfoque de alta tecnología de Amazon o Mercado Libre, y el modelo de negocio sin fines de lucro/con bajo propósito social y la colaboración externa de la comunidad parecido a la Fundación Mozilla o Linux.

Como orientaciones abstractas, el modelo *ANNE* se inspira en valores como la solidaridad, la humildad, el mutualismo, la economía democrática, la colaboración, la horizontalidad, la transparencia, el pensamiento sistémico, entre muchos otros similares que sirven de guía. Más allá de los valores, nuestro proyecto también sigue ciertos principios prácticos como un enfoque de red, *glocalismo*, gobierno abierto participativo, fin de propósito social, aplicación de alta tecnología, funcionamiento basado en la ética y una referencia dinámica emergente-adaptable.

Un enfoque de propiedad del usuario sin fines de lucro

Por un lado, la empresa se apoyará en un modelo de *propósito social*, que significa que no es de propiedad privada, y está enfocado a lograr un propósito organizacional específico más allá del beneficio lucrativo. Como resultado, no hay utilidades de apropiación privada, a diferencia del modelo privado basado en los accionistas. El modelo de *propósito social* opera basado en un *principio de restricción de no distribución*, que redirige todas las ganancias que exceden los gastos hacia el propósito de la organización. Este modelo promueve la redistribución del ingreso equitativa, evita el acaparamiento de valor y recursos, y permite que el valor generado por la empresa reingrese a la economía de manera circular en diferentes áreas o hacia fines sociales específicos.

El marco legal de este modelo existe desde hace mucho tiempo en casi todos los países del mundo. Esto significa que puede configurarse y funcionar fácilmente en casi cualquier lugar con la infraestructura legal existente. Estos aspectos relacionados al enfoque de *fin social*, junto con la recirculación económica constante de los recursos, son componentes muy importantes para lograr una economía más equitativa y sustentable.

Propiedad de los usuarios

La empresa será propiedad de los usuarios, en donde los usuarios también no son solo consumidores, sino que si lo desean, también puede ser miembros, con voz y poder de decisión en la empresa a través de la participación democrática, como votar en las decisiones importantes y elegir a los miembros de la junta directiva. Siendo así, que este tipo de empresas suelen estar estructuradas como cooperativas u organizaciones mutuales.

En ese sentido, las utilidades generadas por la empresa o bien se reparten entre los socios en lugar de distribuirse a los accionistas o propietarios privados, o también pueden destinarse en a propósitos sociales específicos determinados por la

organización empresarial. Este modelo tiene como objetivo priorizar las necesidades de los usuarios en lugar de maximizar las ganancias para los inversores. Las empresas propiedad de los usuarios se pueden encontrar en varios sectores, incluidos el financiero, la agricultura, el comercio minorista y la energía.

Ejemplos de empresas *propiedad de los usuarios* incluyen cooperativas de ahorro y crédito, sistemas de producción y supermercados, o hasta incluso muchas en el área de servicios.

La misión detrás de Cosas!

Cosas! es una empresa que enfocara en una misión de compromiso con la sociedad. No solo busca funcionar como cualquier otra empresa en el mercado, sino que también se dedica a promover ciertos valores y objetivos sociales. Su misión general es crear una empresa cooperativa que contribuya a una sociedad más igualitaria Latinoamérica. Para lograr esto, se buscará generar acciones y resultados orientados a empoderar a personas y comunidades históricamente marginadas y excluidas de los sistemas económicos tradicionales.

Además de su compromiso con la justicia social, también la organización estará profundamente comprometida con la creación de un futuro más sostenible. Esto incluye el uso de prácticas respetuosas con el medio ambiente en las operaciones y cadenas de suministro, la reducción de residuos y la implementación de soluciones de energía renovable.

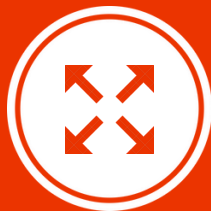
La empresa también busca potenciar el ecosistema de la economía alternativa, trabajando con otras empresas y emprendimientos que tengan la misión de construir una economía alternativa más fuerte y resiliente que priorice a las personas y al planeta por encima de las ganancias. Dada esta misión, *Cosas!* se estructurará como un lugar para fomentar la economía alternativa, en tanto como que funcionara con una tienda en línea donde las cooperativas y las empresas sin fines de lucro puedan vender sus productos y servicios, y también a través del servicio logístico necesario para distribuir lo vendido.

Además de potenciar proyectos de economía alternativa, se plantea la misión de incorporar a las comunidades locales y globales en el proceso de toma de decisiones de la empresa para construir un futuro más sostenible que beneficie a todos. La organización también se dedicará a brindar recursos financieros y tecnológicos a las comunidades necesitadas a través de donaciones directas, subvenciones, préstamos o acceso a su tecnología y herramientas.

MISIÓN

Empoderar

Directlly helping needed communities with financial resources, technological tools, and voice



Extender

Ser un sitio donde los vendedores de la economía alternativa y los negocios éticos puedan poner sus productos



Proporcionar

Poner a disposición de los clientes productos sostenibles y de buena calidad a un precio asequible.

Por último, la organización buscará vender productos asequibles al costo de producción para que todos tengan acceso a bienes de alta calidad producidos de manera sostenible, independientemente de sus ingresos. Es así que se convive desde la organización que el acceso a bienes y servicios básicos es un derecho humano fundamental, y por lo tanto se mantendrá un esfuerzo continuo para garantizar que todos tengan acceso a los elementos esenciales que necesitan para vivir una vida saludable y plena.

La oportunidad en Latinoamérica

Actualmente, existe una gran oportunidad y un deber de establecer una red de comercio electrónico y logística minorista alternativa en Latinoamérica, y evitar que toda la economía digital sea cooptada por empresas predatoras como MercadoLibre.

Hay tres oportunidades principales que vemos en Latinoamérica que son propicias a generar cierta facilidad para que se desarrolle el proyecto:

1. La primera oportunidad está relacionada con la situación macro-contextual actual, donde estamos viviendo un cambio de época geopolítica-histórica.
2. La segunda oportunidad se relaciona con las capacidades socioculturales y financieras crecientes que están emergiendo en el continente
3. La tercera es una oportunidad de entrada al mercado, dado que todavía no existe ningún competidor a MercadoLibre en el ecosistema de la economía alternativa.

Factores macro-contextuales

La situación macro-contextual actual se encuentra en una transición de la época neoliberal predominante en la década de los noventa. Esta situación presenta una doble oportunidad. Por un lado, el capitalismo financiero-cultural hegemónico ha mantenido subdesarrollada y restringida a la economía alternativa en la región, especialmente en sectores relacionados con los servicios de plataformas. Por otro lado, las duras prácticas corporativas han generado un creciente escepticismo hacia el neoliberalismo y han creado un impulso para la economía alternativa, incluyendo el surgimiento de un creciente movimiento de cooperativas y empresas sin fin de lucro en todo el mundo.

Debido a esto, existe una oportunidad importante para expandir una nueva red minorista alternativa en los Latinoamérica, y formar parte de un movimiento creciente

de ecosistemas de proyectos alternativos que pueden generar un efecto en-red emergente.

En cuanto a factores más específicos, hay un interés creciente en modelos económicos alternativos y la idea de propiedad alternativa, impulsado por el deseo de una mayor democracia económica y equidad, así como por los beneficios potenciales de la propiedad y gestión cooperativas en términos de productividad, innovación y satisfacción de los empleados.

También existe una creciente importante cultura de iniciativa empresarial e innovación en Latinoamérica, particularmente en el sector de tecnología, lo que puede ser aprovechado para apoyar el desarrollo de una cooperativa de alta tecnología que sea innovadora, ágil y receptiva a las condiciones cambiantes del mercado.

Finalmente, existe un creciente ecosistema establecido de apoyo para nuevas empresas y emprendedores que puedan generar condiciones de desarrollo, cual incluye acceso a financiamiento, tutoría, oportunidades de creación de redes, y muchos otros recursos que pueden brindar apoyo y orientación a una nueva cooperativa glocal de alta tecnología en sus primeras etapas.

Factores de entrada al mercado

Existen diversas razones de mercado por las cuales una nueva empresa-plataforma minorista propiedad de los usuarios puede competir con MercadoLibre y otras corporaciones minoristas tradicionales, que principalmente se relacionan con nuevas ventanas de oportunidad en la estructura de mercado actual.

En primer lugar, las grandes corporaciones, como *MercadoLibre* o *Amazon*, están enfrentando fuertes críticas por cuestiones como el trato de los trabajadores, sus prácticas monopólicas y la privacidad de los datos, entre otras cosas, que han llevado a una mayor exigencia de rendición de cuentas y a un creciente escrutinio público. Una empresa minorista cooperativa sin fines de lucro privado que priorice los derechos de los trabajadores y las prácticas éticas se diferenciará de estas corporaciones y atraerá en un principio a personas como nosotros que buscan alternativas socialmente responsables.

En segundo lugar, una empresa minorista cooperativa puede aprovechar las ventajas del modelo cooperativo, como la propiedad compartida y la toma de decisiones democrática, para crear un negocio más inclusivo y participativo que involucre a trabajadores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede llevar a una fuerza laboral

más comprometida y motivada, así como a un mayor compromiso y una mejor satisfacción del cliente.

En tercer lugar, una empresa minorista glocal puede enfocarse en construir una fuerte presencia en la comunidad y apoyar las economías locales, lo que puede ayudarla a competir con estas corporaciones que menosprecian o incluso destruyen las economías locales. Al enfatizar acciones en el abastecimiento local, apoyo en las asociaciones comunitarias, y una experiencia de compra personalizada, una empresa minorista cooperativa puede diferenciarse y atraer a clientes que buscan alternativas más sustentables, socialmente responsables, personalizadas y auténticas.

En general, este proyecto plantea varios puntos de anclaje para competir en el mercado, centrándose en los derechos de los trabajadores y las prácticas éticas, aprovechando las ventajas del modelo cooperativo, y construyendo una fuerte presencia en la comunidad. De esta manera, puede ofrecer a los consumidores una alternativa a la posición dominante de MercadoLibre y otras corporaciones digitales en la industria minorista, y crear un modelo comercial socialmente más responsable e inclusivo.

Además, de lo anterior, se espera que el sector minorista siga creciendo exponencialmente en los próximos años. El comercio digital ha estado en constante aumento durante muchos años, y la pandemia de COVID-19 ha acelerado aún más su crecimiento. Muchos consumidores han optado por las compras en línea debido a la comodidad, la seguridad y la amplia selección de productos que ofrecen los minoristas digitales.

Según datos del *Reporte E-commerce Q2 2022.*, las ventas de comercio electrónico en el continente latinoamericano se estiman que crecerán un 30% hacia 2025, hacia alcanzar los 170 mil millones de dólares para ese año.

03. Gobernanza

Para lograr una estructura de gobernanza inclusiva, abierta, eficiente y empoderada, es necesario establecer una red productiva de gobernanza efectiva basada en principios como la *glocalidad*, la participación abierta, la distribución equitativa de roles y responsabilidades y la aplicación tecnológica.

La implementación de una estructura organizacional de gobierno concreta, que incluya entidades de nivel superior e intermedias, mecanismos de toma de decisiones multicapa glocales-distribuidos-participativos, y entidades de auditoría para la transparencia y la cohesión, puede lograr esto.

La entidad de nivel superior será responsable de las decisiones sistémicas que integran a las entidades descentralizadas. Las entidades intermedias serán sub-organizaciones descentralizadas con alto grado de autonomía, pero que aún dependen de la entidad de nivel superior en relación con las decisiones sistémicas. Las entidades auditoras son responsables de supervisar y hacer cumplir las normas y reglamentos para mejorar la transparencia y el funcionamiento organizacional.

La toma de decisiones participativa se basará en el principio de *glocalización y relevancia técnica*, relacionado con las regiones geográficas de referencia y la capacidad técnica de las comunidades. El primero permite a las personas crear decisiones locales basadas en su ubicación, mientras que el segundo permite decisiones específicas basadas en el conocimiento, la experiencia u otros criterios.

Las instituciones complejas deben utilizar diferentes tipos de participación abierta, sumado aún fuerte compromiso de las personas para hacer frente a la complejidad de la toma de decisiones. Para generar estos sistemas participativos se intenta aplicar distintos tipos de participación, que serán la *directa*, la *indirecta*, y la *liquida*.

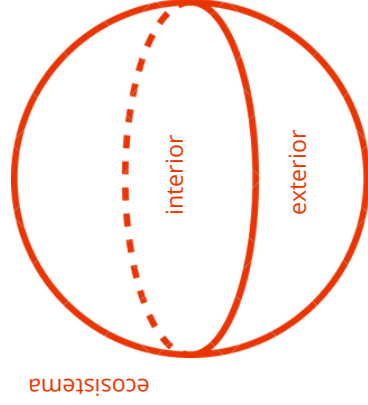
En general, la estructura de gobierno propuesta tiene como objetivo generar un proceso distribuido de toma de decisiones que sea inclusivo, eficiente y empoderado.

Afiliación

Como organización de membresía abierta que es propiedad de sus usuarios, cualquier persona u organización puede formar parte de nuestra empresa y, por lo tanto, participar en la toma de decisiones, recibir beneficios y tener voz en las consultas.

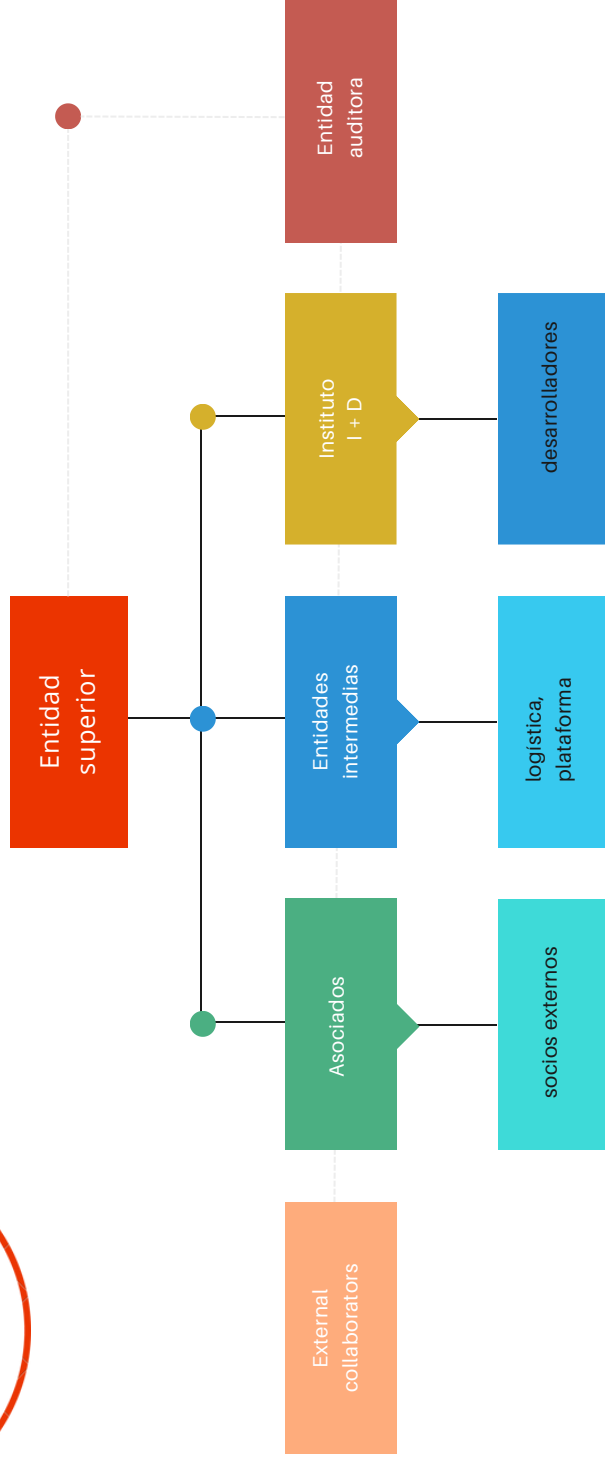
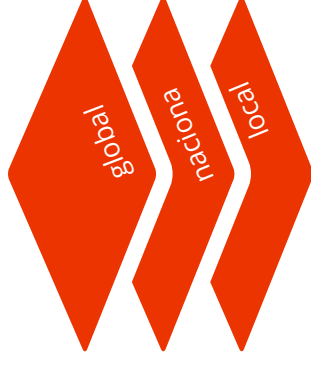
ESFERAS

ORGANIZACIONALES



Modelo organizativo

CAPAS



Para obtener la membresía completa, tanto usuarios individuales como grupos deben demostrar un compromiso real con la misión de la organización y el marco de normativas a través de un proceso de evaluación y trabajo constante.

Un modelo de ingreso de miembros factible y práctico para la red cooperativa debe basarse en criterios claros de membresía y un proceso de solicitud transparente. Estos criterios deben reflejar los valores y objetivos establecidos, y pueden incluir requisitos como residencia, ocupación o participación en actividades comunitarias. El proceso de solicitud debe ser fácil de seguir, con instrucciones y pautas claras, y brindar oportunidades para que los solicitantes hagan preguntas y reciban apoyo. También se podría considerar formas de promover la diversidad y la inclusión entre nuestros miembros, como llegar específicamente a grupos subrepresentados u ofrecer incentivos especiales para nuevos miembros. Por último, la organización debe revisar y actualizar regularmente sus políticas y procedimientos de membresía para garantizar que sean justos, efectivos y alineados con nuestros objetivos generales.

Cada miembro de nuestra sociedad tendrá la capacidad de votar sobre la continuación o remoción de los órganos de administración de nivel superior u descentralizado una vez que se establezcan las elecciones, siguiendo el principio de *una persona, un voto*. Además, podrán presentarse como candidatos elegibles para formar parte de la junta en las estructuras de nivel superior e intermedio.

La red intermedia

La capa intermedia incluirá a personas que están en proceso de convertirse en miembros plenos de nuestra organización, así como a asociados que desean formar parte de nuestra red cooperativa, pero sin intención de ser miembros directos. Esto puede abarcar a usuarios regulares, productores no asociados que desean vender en nuestra plataforma, trabajadores no miembros, profesionales asociados y muchas otras categorías que se ajusten a esta esfera de nuestra red.

Por lo tanto, aunque no tendrán poderes electorales, los miembros y partícipes de esta red interna disfrutarán de ciertas capacidades y beneficios que no tendrán las partes externas de la organización. Estos incluyen la capacidad de votar en ciertos asuntos no electorales, descuentos especiales para la compra de productos, la capacidad de vender ciertos bienes de manera preferencial, la capacidad de enviar comentarios específicos y muchas otras cosas.

La red externa

La red más amplia de una organización se refiere a las entidades externas que están de alguna manera conectadas con la organización, pero no forman parte institucional de la empresa en sí misma y, por lo tanto, están dentro del ecosistema más amplio. Esta red puede incluir proveedores, clientes no asociados, agencias gubernamentales, organismos reguladores y otras partes interesadas que tengan interés en las actividades de la organización.

La red más amplia es importante para las organizaciones, ya que puede afectar sus operaciones y desempeño general. Por ejemplo, la incapacidad de un proveedor para entregar los bienes a tiempo puede afectar el cronograma de producción de la cooperativa, mientras que los cambios en las regulaciones gubernamentales pueden afectar la capacidad de la organización para realizar negocios en un mercado en particular. Por lo tanto, es esencial que las organizaciones comprendan y gestionen su red más amplia para garantizar su éxito y sostenibilidad.

Como parte relacionada, pero no asociada de la empresa, la relación y participación de las capas organizacionales exteriores se basará principalmente en las capacidades de consulta y la toma de decisiones sobre temas específicos, siempre y cuando la red interna de la organización lo considere apropiado.

Sistema de soporte de decisiones

Para tomar decisiones eficaces e inclusivas, es fundamental no depender únicamente de la experiencia humana y la buena voluntad, sino también establecer un sistema actualizado de apoyo informático a la toma de decisiones que sea accesible para todos.

Este sistema de apoyo de código abierto, impulsado por inteligencia artificial, no solo debe brindar asistencia en las compras al proporcionar soporte y sugerencias a los usuarios, sino que también debe ayudar en la toma de decisiones y otras tareas relacionadas con la gestión que la empresa debe enfrentar.

A través de este enfoque, el compromiso con este tipo de sistemas de soporte de decisiones puede mejorar significativamente la experiencia del usuario, reducir errores humanos, mejorar la toma de decisiones en colaboración y automatizar ciertos procesos repetitivos que pueden simplificarse.

Participación

En una empresa cooperativa de propiedad de los usuarios, la participación de todos los miembros es fundamental para el éxito de la organización. Para permitir una mayor colaboración y participación, se pueden utilizar tecnologías digitales para mejorar la comunicación, la toma de decisiones y el intercambio de información entre los miembros.

Una plataforma de colaboración social es una tecnología digital que puede usarse para facilitar la participación en una empresa cooperativa. Estas plataformas permiten que los miembros se conecten y colaboren entre sí a través de funciones como mensajes grupales, videoconferencias, uso compartido de documentos y herramientas de gestión de proyectos. Al utilizar una plataforma de colaboración social, los miembros pueden trabajar juntos de manera más efectiva y eficiente, independientemente de su ubicación física.

Otra tecnología digital que se puede utilizar para permitir la participación es una aplicación móvil. Una aplicación móvil puede proporcionar a los miembros un acceso fácil a información importante, como calendarios de reuniones, registros de votación e informes financieros. Además, una aplicación móvil puede permitir que los miembros participen en sondeos, encuestas y otras formas de comentarios, brindándoles una mayor voz en el proceso de toma de decisiones.

Una plataforma de votación digital es otra tecnología que se puede utilizar para facilitar la participación en una empresa cooperativa. Esta plataforma puede permitir que los miembros voten sobre decisiones relevantes, como la elección de miembros de la junta o cambios en los estatutos de la empresa, independientemente de su ubicación física. Mediante el uso de una plataforma de votación digital, los miembros pueden participar en el proceso de toma de decisiones de manera más fácil y conveniente, lo que aumenta la probabilidad de un resultado exitoso.

Finalmente, se puede utilizar un sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para permitir una mayor participación y colaboración entre la empresa cooperativa y sus clientes. Este sistema puede proporcionar a los miembros acceso en tiempo real a los datos de los clientes, lo que les permite comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes. Al utilizar un sistema CRM digital, los miembros pueden trabajar juntos para mejorar la experiencia del cliente e impulsar el crecimiento del negocio.

En general, las tecnologías digitales pueden desempeñar un papel crucial para permitir la participación en la economía del futuro. Al aprovechar estas tecnologías, las personas

pueden trabajar juntas de manera más efectiva, tomar mejores decisiones y lograr un mayor éxito en el panorama comercial competitivo.

05. El modelo de negocio

Un modelo de negocio es un plan o estructura que describe cómo una empresa generará ingresos y obtendrá rentabilidad. Este plan incluye varios componentes clave, como el público objetivo de la empresa, los productos o servicios que ofrece, los canales de distribución que utiliza, la estrategia de precios que implementa, los flujos de ingresos que espera recibir, la estructura de costos que maneja y su propuesta de valor.

En resumen, un modelo de negocio es una representación de cómo una empresa planea mantener su estabilidad financiera. Proporciona una guía para la organización y ayuda a alinear sus actividades con su estrategia general. Un modelo de negocio efectivo debe ser viable, escalable y adaptable a las condiciones cambiantes del mercado. También debe ser fácilmente entendido y comunicado por todos dentro de la empresa, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea.

Los ingresos de la red-empresa

Los ingresos de una empresa, también conocidos como ventas o facturación, representan la cantidad total de dinero que la empresa ha obtenido por la venta de bienes o servicios durante un período específico de tiempo. Esto incluye todos los ingresos generados antes de deducir los gastos asociados con la producción y venta de los bienes o servicios, como el costo de los bienes vendidos, los gastos operativos, los impuestos y los pagos de intereses. En resumen, los ingresos de una empresa son un indicador clave de su capacidad para generar ganancias y mantenerse solvente en el mercado.

Cosas! Se espera que dependa de tres flujos principales de ingresos diferentes: *pequeño margen* en la reventa productos en línea, *ventas directas*, y la *financiación inicial*:

Pequeño margen

En los últimos años, se ha producido un aumento del interés por las prácticas de producción éticas y sostenibles entre los consumidores. Muchas personas están dispuestas a pagar más por productos que se producen de manera socialmente

Modelo de ingresos

Margen pequeño

Como sitio en línea que tiene productos de terceros, cuando se vende un producto, tendrá un pequeño margen de beneficio

Ventas directas

Como parte del proceso de integración vertical y horizontal, la red con tener su propio producido productos a la venta



Contribuciones

Los socios propietarios también tendrán la capacidad de dar regularmente aportes para la organización

Fondos

Como entidad sin fines de lucro con fines de lucro, la organización tendrá derecho a recibir fondos para los objetivos sociales que las instituciones establezcan.

responsable y desean apoyar a pequeñas cooperativas y comunidades locales. Sin embargo, puede ser difícil para estas cooperativas llegar a un público más amplio y vender sus productos a gran escala.

Para abordar este problema, la plataforma presentará y venderá la producción de empresas alternativas, y también empresas privadas con una prioridad menor, con un pequeño margen de beneficio para financiar la plataforma. Esta plataforma puede proporcionar un nuevo mercado para que las empresas y las personas vendan sus productos y obtengan un ingreso sostenible, al mismo tiempo que facilita que los consumidores socialmente conscientes y también a la población general puedan comprar estos productos en línea.

La clave de este modelo de negocio es mantener un precio justo por los productos vendidos en la plataforma, al tiempo que genera suficientes ingresos para financiar sus operaciones. Al mantener el margen de beneficio bajo, la plataforma puede ofrecer a los clientes precios competitivos y generar ingresos suficientes para cubrir los costos de la plataforma, pagar los servicios de logística y entrega, pagar los préstamos y cumplir con los objetivos sociales de la organización.

Venta directa - integración vertical

Como sistema y red de producción, más allá de la plataforma de comercio electrónico, se pretende considerar las ventas directas de bienes y servicios bajo un mismo paraguas, intentando salir de los intermediarios que generalmente explotan las cadenas de valor, y permitiendo una mayor integración en toda la cadena de suministro.

En la etapa inicial de integración vertical, la empresa-red puede comenzar explorando asociaciones con cooperativas locales que producen los bienes que se revenderán. Al colaborar con estas cooperativas y empresas normales en relación para integrar sus procesos de producción en la cadena de suministro de la plataforma, se puede tener un mayor control sobre la calidad y la sostenibilidad de los productos que ofrece, como también venderlos en un precio final más bajo.

Por ejemplo, si la plataforma tiene algún enfoque en la venta de productos alimenticios sostenibles, puede asociarse con cooperativas agrícolas locales para obtener sus productos. Al trabajar en estrecha colaboración con estas cooperativas e integrar sus procesos de producción bajo una única cadena de suministro, la plataforma puede garantizar que los productos que vende sean verdaderamente orgánicos, cultivados de manera sostenible y de la más alta calidad.

Además de obtener sus productos de empresas locales, la plataforma también puede considerar integrar sus operaciones de logística y entrega. Al establecer su propia red de distribución, como por ejemplo lo hace Amazon, la plataforma puede tener un mayor control sobre la entrega de sus productos y reducir su dependencia de proveedores de logística externos. Esto puede ayudar a mejorar los tiempos de entrega, reducir los costos de envío y mejorar la satisfacción del cliente.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la integración vertical puede ser un proceso complejo y que requiere muchos recursos, especialmente para las redes que aún se encuentran en las primeras etapas de desarrollo. La plataforma deberá considerar cuidadosamente los costos y beneficios de integrar varios aspectos de su cadena de suministro y asegurarse de que cuenta con los recursos y la experiencia necesarios para gestionar de manera efectiva el proceso de integración.

En general, la etapa inicial de integración vertical puede ser un paso valioso para la plataforma-red en tanto a lograr aumentar su competitividad y mejorar su control sobre su cadena de suministro.

Financiamiento inicial

Se plantea como principal opción, entre otras, lanzar con éxito una campaña de *crowdfunding*, para lo que debe desarrollar una estrategia de marketing que incluya alcance en las redes sociales, marketing por correo electrónico y publicidad para promover la campaña en gran medida. Además, ofrecer recompensas o beneficios atractivos a los patrocinadores potenciales es crucial para aumentar las posibilidades de éxito.

Una vez que la campaña esté lista para lanzarse, debe ejecutarse durante un período de tiempo determinado con actualizaciones periódicas proporcionadas a los patrocinadores. Después de una financiación exitosa, es importante cumplir con las recompensas prometidas a los patrocinadores y entregar el proyecto mientras se les mantiene informados sobre su progreso.

Préstamos colectivos

Además del crowdfunding normal, el crowdlending -o préstamo colectivo- es una forma de crowdfunding que consiste en recaudar fondos a través de préstamos de prestamistas individuales. Para una plataforma minorista de comercio electrónico, una

campaña de crowdlending puede ser una forma valiosa de recaudar capital y expandir las operaciones.

Al lanzar una campaña de crowdlending, es importante comunicar claramente los objetivos de la campaña a los posibles prestamistas. Esto incluye proporcionar una descripción detallada de la plataforma de comercio electrónico, su potencial de crecimiento y el uso previsto de los fondos recaudados. La campaña también debe describir los términos del préstamo, como la tasa de interés, el cronograma de pago y cualquier requisito de garantía.

Para maximizar el éxito de la campaña, la plataforma de comercio electrónico debe desarrollar una estrategia de marketing integral que incluya alcance en las redes sociales, marketing por correo electrónico y publicidad física.

Además, la plataforma de comercio electrónico debería ofrecer incentivos convincentes a los prestamistas. Esto puede incluir acceso exclusivo a los productos de la plataforma, descuentos en compras futuras u otras recompensas que sean relevantes para el público objetivo de la plataforma.

Una vez que se ha lanzado la campaña y se han recaudado los fondos, es importante mantener informados a los prestamistas sobre el progreso del crecimiento de la plataforma y pagar los préstamos de acuerdo con los términos acordados. Esto puede ayudar a generar confianza y fomentar relaciones a largo plazo con los prestamistas.

06. Últimas observaciones

1. Este documento se enmarca como un marco teórico que trata de fundamentar la *¡Cosas!* proyecto red-empresa, como también orientaciones posteriores a los despliegues de diferentes proyectos concretos que se materializan en diferentes áreas geográficas.
2. Los desarrollos presentados aquí están destinados a ser procesables en la práctica, factibles en el contexto histórico actual y con los estados actuales de la tecnología y las capacidades sociales de las sociedades existentes.
3. La arquitectura del sistema presentada aquí está integrada en una teoría económica macrosistémica más abstracta, programas de movilización sociopolítica y acciones concretas para encontrar alternativas efectivas a la actual dinámica destructiva de la economía actual.
4. Este documento es un proceso de desarrollo continuo y abierto, lo que significa que está abierto a la retroalimentación, la colaboración, la integración y el desarrollo posterior.

cosas!

**gracias
por
leer**

**escrito por
colaboradores**