

MetaDigital: contribuyendo a la adopción de comercio electrónico a través del compromiso social estudiantil

Ascenzi, Laura^{1,2}, Jones, Carola^{1,3}, Peretti, Florencia^{1,4}, Vélez, Juan Gabriel^{1,5}, Ladydo, Nicolás León^{1,6}

¹Facultad de Ciencias Económicas (FCE) - Universidad Nacional de Córdoba

²lascenzi@unc.edu.ar, ³carola.jones@unc.edu.ar, ⁴florencia.peretti@unc.edu.ar, ⁵juangavelez@mi.unc.edu.ar, ⁶nicolas.ladydo@unc.edu.ar

Resumen. La Universidad Nacional de Córdoba implementó en 2016 el programa "Compromiso Social Estudiantil" (CSE), que busca involucrar a los estudiantes en acciones de extensión universitaria socialmente relevantes. En este contexto, el equipo docente de la asignatura "Comercio Electrónico" desarrolló el proyecto "CSE MetaDigital" en 2022. El proyecto tenía como objetivo aplicar los conocimientos adquiridos por los estudiantes para promover el comercio electrónico y el marketing digital en una cooperativa local, la Cooperativa de Trabajo Ruta 20. Esta colaboración resultó especialmente valiosa para las organizaciones de Economía Social y Solidaria (EES), ya que buscan adaptarse a las dinámicas del mercado y mejorar sus competencias tecnológicas. El proyecto incluyó un análisis del modelo de negocio en línea de la cooperativa, la identificación de áreas de mejora y la elaboración de propuestas concretas para fortalecer su presencia digital. Los estudiantes también adquirieron competencias transversales, como el pensamiento crítico y el trabajo en equipo. La experiencia fue altamente valorada por los estudiantes, quienes destacaron su contribución al desarrollo de competencias y su interés en el compromiso social. A pesar de algunos desafíos logísticos, el proyecto logró cumplir su propósito y se espera que se replique en el futuro con mejoras basadas en la retroalimentación recibida. Para finalizar, el proyecto "CSE MetaDigital" ejemplifica la importancia de la extensión universitaria al involucrar a los estudiantes en la resolución de problemas reales de la sociedad y promover el desarrollo de habilidades valiosas.

Palabras Claves: Extensión Universitaria, Economía Solidaria, Modelo de negocio, Comercio Electrónico.

1 Introducción e importancia de la actividad

La Universidad Nacional de Córdoba instituyó en 2016 el programa Compromiso Social Estudiantil (CSE), destinado a incorporar en la formación de todos los estudiantes de la UNC acciones, tareas o proyectos vinculados con la extensión universitaria.

Estas acciones deben ser socialmente relevantes y contribuir a la formación del espíritu crítico y el fortalecimiento del compromiso estudiantil con la realidad, proyectando su atención sobre los desafíos y dificultades de su época y colaborando en el aporte de soluciones.

Promover las interacciones entre los saberes generados en la Facultad y las demandas del medio favorece la difusión social de las capacidades, resultados y experiencias de la universidad hacia el conjunto de la sociedad, lo que es esencial para el cumplimiento de la “tercera misión universitaria” (Matozo et al, 2012).

En este marco, el equipo docente de la asignatura Comercio Electrónico se propuso desarrollar el proyecto CSE “MetaDigital” durante el primer semestre de 2022, con el objetivo de que sus estudiantes pongan en práctica los conocimientos adquiridos para promover la adopción de comercio electrónico y marketing digital en una cooperativa del medio local. En el presente trabajo, se describen los objetivos, el desarrollo y los resultados del proyecto.

Para organizaciones de la Economía Social y Solidaria (EES), este aporte desde la Universidad se torna especialmente significativo, ya que estas entidades experimentan cierta tensión derivada de las diferencias entre las dinámicas del mercado y sus propios principios organizativos (Cortiñas, et al., 2017; Vázquez, 2022). Para llevar adelante su misión, requieren desarrollar competencias de autogestión y organización interna, así como también incorporar competencias TIC requeridas por el mercado, la comunidad de clientes, proveedores y competidores. En estos casos, la innovación exige procesos de aprendizaje y desarrollo de competencias tecnológicas, que pueden facilitarse a través de su capacidad para vincularse e insertarse adecuadamente en redes que les permitan asegurar la sostenibilidad como emprendimientos asociativos.

La vinculación de las Universidades con los sectores productivos implica abordajes multidimensionales complejos, con diversidad de actores. Estas relaciones generan sinergias positivas entre los participantes e impactos sobre la dinámica económica general, en la mayoría de los casos mediada por innovaciones incrementales por parte de los actores productivos (Garrido-Noguera y García-Pérez-de-Lema, 2016).

Las cooperativas de trabajo presentan características similares a las PyMEs, en tanto cuentan con recursos financieros limitados, escalas de producción pequeñas y no tienen acceso a las tecnologías de producción más avanzadas. La menor capacidad financiera y la falta de competencias internas también lleva a dificultades en relación a la profesionalización de ciertas áreas de la organización (Vélez, 2021).

A raíz de la crisis derivada de la pandemia del COVID, el comercio electrónico se ha visto impulsado por una mayor cantidad de organizaciones y consumidores que buscan apropiarse de diversas tecnologías y plataformas digitales para sostener intercambios comerciales. En este sentido, muchas MiPyME han avanzado hacia el comercio electrónico como salida de emergencia a la crisis, a través de una diversidad de canales digitales online (Jones, Alderete y Ascenzi, 2021). Según los datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, durante 2020 el comercio electrónico creció un 124% respecto al año anterior, se registraron más de 1.200.000 nuevos compradores online, la cantidad de productos vendidos aumentó un 72% y se registró un 84% más de órdenes de compra que en 2019 (CACE, 2021).

En este contexto, el proyecto CSE MetaDigital se propuso contribuir a la vinculación de la universidad con el entorno a través de la actuación de estudiantes universitarios/as formados en comercio electrónico en una cooperativa con escasa o nula presencia digital.

La actividad se desarrolló desde mayo a julio de 2022 e implicó realizar una evaluación de la madurez digital de las organizaciones vinculantes, relevando sus modelos de negocio en internet, las estrategias, herramientas y canales de e-marketing implementados o potenciales y brindar sugerencias para el mejor aprovechamiento de internet.

A partir de los intercambios y la puesta en común con responsables de la cooperativa y el equipo de trabajo de la universidad, se propició la elaboración de propuestas de factible aplicación y de utilidad para la organización. De esta manera, se buscó promover el fortalecimiento de las competencias digitales organizacionales y por ende, su fortalecimiento competitivo en un entorno crecientemente digitalizado.

2 Identificación de objetivos

2.1 Objetivo General

Promover el compromiso social de los y las futuros/profesionales en Ciencias Económicas, a través de acciones de vinculación con MiPyME y organizaciones de la economía social que contribuyan a la profesionalización de sus estrategias digitales.

2.2 Objetivos Específicos

- 1.Elaborar en colaboración con la organización propuestas de innovación y/o recomendaciones de mejora para un negocio o proyecto concreto de comercio electrónico, que fomenten su desempeño digital y su posicionamiento competitivo.
- 2.Propiciar el desarrollo de competencias transversales en los/las estudiantes: análisis, síntesis y pensamiento crítico; aplicación de conocimientos a la práctica; capacidad de planificación y organización; trabajo en equipo; expresión escrita y comunicación oral; capacidad de transmitir y defender ideas.
- 3.Fomentar en nuestros/as estudiantes su compromiso y responsabilidad social junto a la capacidad de aplicar criteriosamente los contenidos teóricos de distintas unidades del programa de la asignatura al análisis de un caso concreto.

3 Descripción general de la implementación de la propuesta

Las acciones de vinculación se desarrollaron con la Cooperativa de Trabajo Ruta 20, ubicada en la ciudad de Córdoba capital, que se presenta como fuente de generación de puestos de trabajo y apoyo a las personas de la comunidad. La misma tiene varias unidades de negocio: realiza muebles en hierro y madera a pedido para usuarios finales, también se dedica a la poda y limpieza de terrenos y produce trabajos de herrería para

obras y desarrollos. Con respecto a la unidad de negocio de herrería, actualmente está tratando de posicionarse como proveedora del gobierno de este tipo de productos.

Se designó una persona responsable del contacto desde la organización para participar de las reuniones e intercambios, a fin de realizar colaborativamente un diagnóstico de situación y delineamiento de una estrategia digital adecuada y de factible implementación.

El equipo de trabajo, conformado por docentes de Comercio Electrónico y tutores graduados que cuentan con formación y experiencia en torno a la innovación en organizaciones y en especial de la EES, acompañó a los grupos de estudiantes en el desarrollo del trabajo final, que consistió en un análisis del modelo de negocio de la organización, el diagnóstico de su madurez digital y la elaboración de propuestas de mejora. A partir de la colaboración entre dos grupos de estudiantes, que se focalizaron en determinados canales digitales para profundizar el análisis y la posterior puesta en común, se elaboraron una serie de lineamientos y/o recomendaciones de mejora para profesionalizar la estrategia digital de la Cooperativa.

4 Resultados

La propuesta se implementó de acuerdo con lo planificado. Al inicio del proyecto se realizó una reunión donde se presentó el contenido y el alcance del proyecto a los/las estudiantes. Los requisitos para acreditar la participación en el proyecto que se acordaron fueron:

- Asistir a todas las reuniones de presentación del proyecto y a las reuniones de trabajo del equipo al que fuera asignado.
- Completar las tareas asignadas de acuerdo con los documentos de trabajo provistos.
- Redactar un breve informe.
- Preparar una presentación para exponer a la organización destinataria.
- Colaborar en la difusión de la experiencia.

Para llevar a cabo las actividades, el equipo docente propició la división de tareas entre estudiantes, quienes siguieron una guía de actividades organizadas en una serie de carpetas almacenadas en la plataforma Google Drive. El seguimiento se realizó a través de reuniones semanales virtuales y sincrónicas que permitieron el intercambio entre el grupo de estudiantes y el equipo docente.

Los contactos se realizaron a través de la persona encargada de la administración de la Cooperativa, quien recibió al equipo de estudiantes en el taller de trabajo, brindó la información necesaria para la elaboración del informe y participó en las reuniones virtuales de avance.

A través de estos encuentros, los y las estudiantes tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano el trabajo que se realiza en la organización, profundizar el análisis de su modelo de negocio en la unidad productiva específica que se buscaba promover y los objetivos que querían alcanzar con respecto al aporte que le generaría este proyecto de CSE. También pudieron conocer la modalidad de trabajo de la cooperativa, sus

objetivos, su presencia y desarrollo en canales digitales y redes sociales; así como realizar un análisis del mercado y de la competencia en relación con indicadores de relevancia.

Una vez culminada la etapa de relevamiento, se conformaron dos equipos de trabajo entre los estudiantes para abordar distintos aspectos del análisis. Se realizaron 2 reuniones generales de puesta en común y feedback sobre las conclusiones grupales.

Con el resultado de todas las secciones se conformó el informe final que se presentó a la Cooperativa Ruta 20 en un encuentro virtual del que participaron la representante de la cooperativa y el equipo docente a cargo del proyecto junto a los y las estudiantes, que fueron quienes estuvieron a cargo de la presentación.

En el mismo, se desarrollaron:

— Análisis del modelo de negocio en internet

Se analizó el modelo de negocio de la Cooperativa Ruta 20, focalizando en la unidad productiva de herrería, identificando como segmento de clientes a organizaciones gubernamentales.

Luego de una caracterización del perfil de cliente, se elaboró una planilla CANVAS para describir el modelo de negocios. Caracterizando la proposición de valor desde los aspectos funcional, social y personal.

Se elaboró además un mapa de valor (figura 1) teniendo en cuenta el perfil de cliente especificado, describiendo tanto las tareas básicas, como los posibles obstáculos y alegrías del cliente.

Por otra parte, se caracterizó la proposición de valor de manera que responda al perfil de cliente descrito.

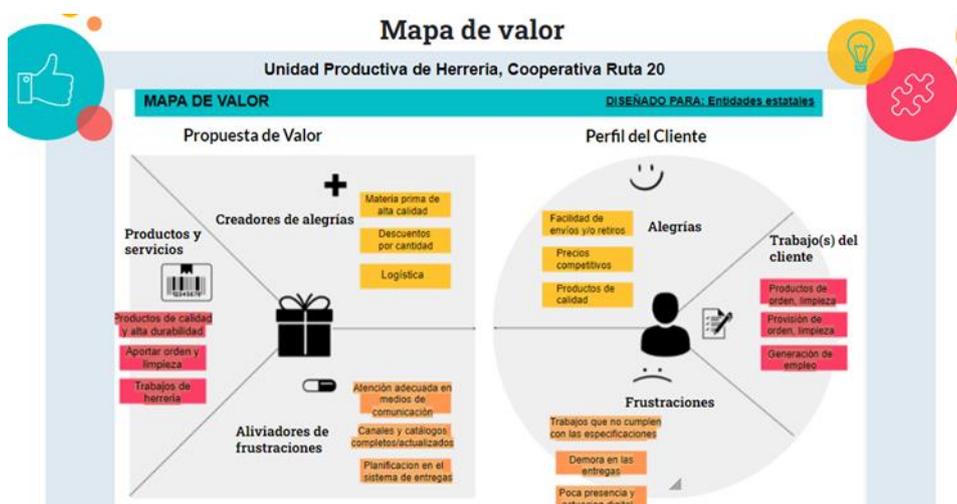


Fig. 1. Mapa de valor. *Fuente:* Informe final de MetaDigital 2022

Además, se realizó un análisis comparativo con posibles competidores, utilizando curvas de valor (figura 2). Se seleccionaron indicadores de presencia y actuación digital de las organizaciones analizadas.

Se explicó a los representantes de la Cooperativa sobre la utilidad de aplicar de manera recurrente estas herramientas para analizar e innovar el modelo de negocio.

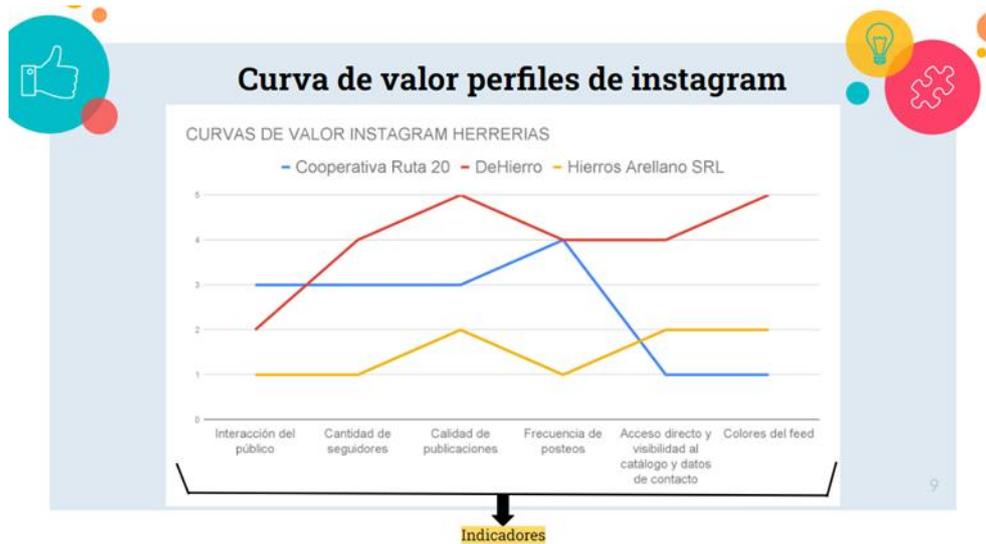


Fig. 2. Curvas de valor perfiles de Instagram. *Fuente:* Informe final de MetaDigital 2022

— Propuesta para potenciar la presencia digital de la Cooperativa Ruta 20

La Cooperativa no cuenta con sitio web institucional, por lo que se analizó su actuación en la red social Instagram y se propusieron complementariedades con otros canales potenciales. Se identificaron puntos claves de mejora y se realizaron recomendaciones para profesionalizar la generación de contenidos y la imagen de marca.

Se propuso una maqueta de catálogo digital para la unidad productiva de herrería, como instrumento para facilitar la difusión de la proposición de valor de la Cooperativa, explicando su utilidad y elementos claves a considerar para su efectividad. También se explicaron las ventajas de incorporar en el corto plazo presencia digital en Google My Business (figura 3) y en la plataforma ESSAPP; y en el mediano plazo, contar con un sitio web institucional transaccional, sencillo y escalable (figura 4).



Fig. 3. Propuesta de presencia digital en Google My Business. *Fuente:* Informe final de Meta-Digital 2022

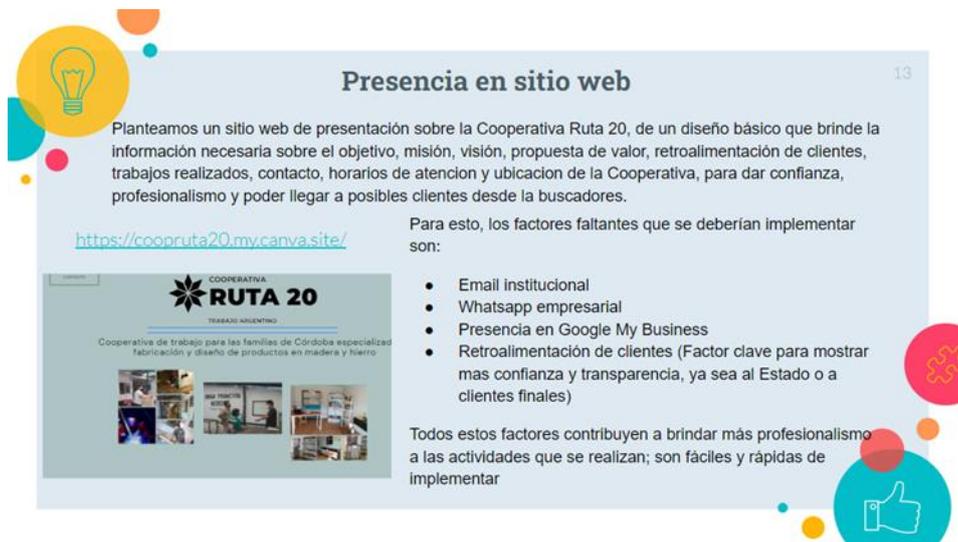


Fig. 4. Propuesta de Presencia en sitio web. *Fuente:* Informe final de MetaDigital 2022

También se plantearon las ventajas de desarrollar el canal de email marketing y brindaron recomendaciones para su profesionalización, siguiendo un modelo de desarrollo adecuado a la cooperativa e incorporando aspectos de factibilidad.

Los prototipos y recomendaciones se acompañaron de tutoriales, ejemplos y herramientas de apoyo que buscaron brindar acompañamiento a la cooperativa ante la eventual implementación de las sugerencias.

— Evaluación

Por último, se realizó una encuesta en la que los equipos de estudiantes evaluaron su experiencia en la realización del proyecto.

La encuesta fue completada por estudiantes que participaron de las actividades. Cursan cuarto y quinto año y en su mayoría declararon no trabajar.

Se les preguntó en qué medida la elaboración del proyecto contribuyó a desarrollar las siguientes competencias transversales que se habían planteado como uno de los objetivos a promover:

- Análisis de información
- Síntesis y pensamiento crítico
- Aplicación de conocimientos a la práctica
- Capacidad de planificación y organización
- Trabajo en equipo
- Expresión escrita y comunicación oral
- Capacidad de transmitir y defender ideas
- Capacidad de aportar soluciones a problemas y desafíos en la comunidad de pertenencia.

Los resultados se muestran en la figura 5, siendo en la mayoría de los casos muy valorado el aporte del proyecto.

7. En qué medida crees que la participación en MetaDigital contribuyó a que desarrollaras las siguientes competencias transversales:

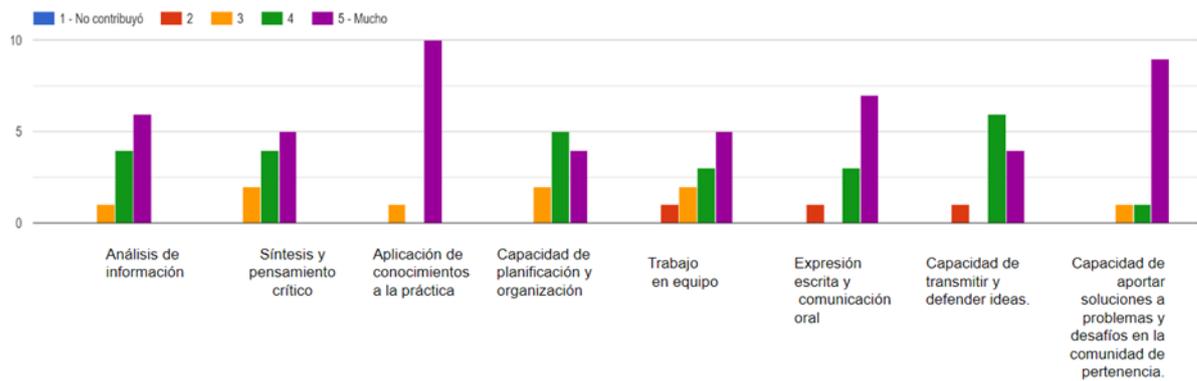


Fig. 5. Valoración estudiantil de la contribución del proyecto al desarrollo de competencias transversales. *Fuente:* Encuesta realizada a Estudiantes tras la finalización del proyecto.

Además, en el 90% de los casos, asignaron los puntajes máximos de la escala (4 y 5 en una escala de 5 puntos) a la pregunta “En qué medida crees que la participación en MetaDigital contribuyó a que desarrollaras interés por continuar trabajando en relación a la comunidad”.

El 72% asignó el máximo puntaje a ¿Cómo valorarías la experiencia de tu participación en MetaDigital en relación con tus expectativas al inscribirte?, y el porcentaje restante asignó la segunda valoración más alta a responder esta pregunta.

Algunas de las respuestas brindadas con relación a “Si tuvieras que contar a otros/as estudiantes sobre la importancia de CSE, ¿qué dirías?” se citan a continuación:

Fue un desafío trabajar con una cooperativa ya que en mente estaba la idea de trabajar con una empresa comercial (no desarrollada en lo digital) o un emprendimiento. Pero me enseñó mucho acerca de las mismas y me quitó el prejuicio de tratar (en el estudio) a ese tipo de organización con menos importancia que el resto. Además, reforzó nuestras habilidades para trabajar en equipo y la organización que la misma requiere.

Esta experiencia me dio la oportunidad de ver un análisis de circunstancias que atraviesan a la comunidad, aplicar diversas herramientas, recopilación de información y presentación de propuestas para generar un crecimiento estratégico de un área tan desarrollada en los últimos años como son las plataformas digitales.

Es muy importante ser conscientes de devolver algo bueno a la comunidad, en forma de retribución por lo que los estudiantes recibimos de la Facultad. El Trabajo de CSE te ayuda a crear conciencia que el día de mañana, como Profesionales, nuestro trabajo estará destinado a una comunidad de la que somos partes y nos rodea, por esta razón debemos ser comprometidos y siempre dar lo mejor de uno.

Todos estos comentarios responden a uno de los indicadores de evaluación propuesto en el proyecto inicial: “proporción de valoración positiva de la experiencia por parte de las personas participantes”, y la retroalimentación recibida permite concluir sobre lo valiosa que resultó la experiencia de intercambio y diálogo entre las personas participantes e interés por continuar trabajando en relación con la comunidad.

En relación con los puntos de mejora, hubo que adecuar la consigna de acuerdo al modelo de negocio, ya que la cooperativa no contaba con sitio web y no aspiraba (en lo inmediato) a la implementación de una tienda online porque se está enfocando en ser proveedora del estado, teniendo otras necesidades asociadas al desarrollo y profesionalización de su presencia digital. Si bien no se presentaron dificultades que impidieran lograr los objetivos del proyecto, se plantearon algunas demoras para concertar las entrevistas por disponibilidad de los alumnos o la organización y se sumaron reuniones semanales de avance con los grupos para que pudieran consolidar el análisis con acompañamiento del equipo, lo que ocasionó un desplazamiento de 2 semanas del cronograma inicial.

De manera general, esta experiencia nos permite valorar la importancia de planificar instancias de encuentro a lo largo de todo el proceso. Desde el comienzo, es fundamental abrir espacios de diálogo entre los participantes para generar confianza recíproca y así fortalecer el trabajo conjunto en cada etapa del proceso. Un momento clave es la

etapa de diagnóstico, ya que permite ajustar las expectativas de todos los participantes del proyecto. La generación de confianza facilita las instancias de intercambio y la comunicación, con ello se mejoran las posibilidades de incorporación del conocimiento producido durante el proyecto.

En este sentido, un aspecto a implementar en próximas ediciones de MetaDigital tiene que ver con la devolución del análisis y las propuestas hacia la organización, ya que una sola instancia puede resultar insuficiente para transmitir toda la densidad del análisis y recuperar la mirada de la organización para incorporar en las propuestas de mejora.

5 Conclusiones

En función a los objetivos planteados y a las características de la experiencia de extensión desarrollada, consideramos que los resultados obtenidos han sido ampliamente superadores.

Teniendo en cuenta que la actividad se enmarcó en el programa CSE, se logró contribuir a la misión de extensión de la universidad en el medio, involucrando a los y las estudiantes en el aprendizaje a partir de la experiencia de tomar contacto con la realidad de una entidad de la economía popular y solidaria.

En este sentido, esta experiencia también resultó muy significativa desde la práctica profesional, ya que posicionó a los equipos de estudiantes en el rol de analizar una organización y proponer mejoras, con el agregado de valor de tratarse de una organización no tradicional en términos del tipo de organizaciones que habitualmente se toman como objeto de estudio en las asignaturas que se dictan en nuestra Facultad.

Se evidenció un gran compromiso de los/las estudiantes que participaron en las actividades de perfil extensionista. Destacamos el entusiasmo que mostraron en el trabajo de campo y en la elaboración de las actividades volcadas en el informe. Tenemos el convencimiento de que harán lo posible desde su profesión para contribuir con el compromiso social que asumieron.

El desarrollo de este proyecto permitió identificar una serie de desafíos y oportunidades que presenta el desarrollo digital de la Cooperativa Ruta 20, considerando su tamaño, escala, equipo de trabajo y criterios de factibilidad.

Confiamos en que el trabajo realizado servirá a la Cooperativa de base para reflexionar sobre las oportunidades de aprovechamiento actual y potencial de los canales digitales, contando con criterios y fundamentos para implementar mejoras. Además de saberes, se transfirieron herramientas y elementos concretos para facilitar la adopción de estas mejoras en el corto plazo y con el menor esfuerzo por parte de la organización.

Finalmente, esta experiencia se replicará en futuras ediciones con las mejoras necesarias que surgen a partir de la evaluación de esta. Consideramos que la primera edición de MetaDigital cumplió su propósito de colaborar en la transformación digital de las organizaciones a través del compromiso social estudiantil, honrando la misión extensionista de la Universidad.

6 Bibliografía

1. Alderete, M.; Jones, C. (2019). ¿Hacia el social commerce? El valor de las redes sociales en la MiPyME de Córdoba, Argentina. *Entramado*, 15(1), 48-60. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.5149>
2. KANTAR. (2021). *Los argentinos y el eCommerce: ¿Cómo compramos y vendemos online?* <https://cace.org.ar/wp-content/uploads/2022/06/cace-estudio-anual-2020-resumen.pdf>
3. Cortiñas, V., Leiva, V., Odriozola, S., Puente, I., y Vázquez, G. (2017). Formas de autorregulación en Cooperativas de trabajo. *Observatorio Social sobre Empresas Recuperadas y Autogestionadas*, 13, 35-54
4. Garrido-Noguera, C. y García-Pérez-De-Lema, D. (2016). Introducción general. “La vinculación de las universidades con los sectores productivos en iberoamérica. una historia rica y plena de oportunidades”. En, C. Garrido-Noguera y D. García-Pérez-de-Lema. (Coords.). *Vinculación de las universidades con los sectores productivos. Casos en Iberoamérica, vol. 1* (pp. 9-17). UDUAL.
5. Jones, C; Alderete, M; Ascenzi, L. (2021) *Hacia un indicador de adopción de comercio electrónico multicanal* [Presentación de Paper]. XXVI Reunión Anual de la Red Pymes Mercosur: Desarrollo sustentable e innovación productiva a nivel sectorial y territorial, Villa de Merlo, Argentina.
6. Jones, C.; Ascenzi, L.; Peretti, F.; Nuncira, G. (2019) *Competencias digitales y su articulación transversal en la currícula de estudios de la FCE UNC: reflexiones y avances* [Presentación de Paper]. XIV Jornadas DUTI: los desafíos de las competencias digitales, La Plata, Argentina.
7. Jones, C.; Brunello, M.; Ascenzi, L. (2015). *Comercio Electrónico y el desarrollo de competencias profesionales: revisión de la propuesta de enseñanza*. X Jornadas DUTI, Salta, Argentina.
8. Matoso, E. (Ed.). (2012). *Gestión de la Comunicación: aportes y desafíos de la vinculación tecnológica: experiencias de la Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad Empresa*. Ediciones UNL.
9. Vázquez, G. (2022). Aportes para pensar y actuar en la gestión de las organizaciones autogestionadas. *Otra Economía*, 15(27), 33-48.
10. Vélez, J. (2021) *El proceso de organización del trabajo en la cooperativa Abrapalabra y sus capacidades innovativas. Un estudio de caso* [Presentación de Paper]. XXVI Reunión Anual de la Red Pymes Mercosur: Desarrollo sustentable e innovación productiva a nivel sectorial y territorial. Red Pymes.