

Este documento ha sido descargado de:  
This document was downloaded from:

*Nulan*

**Portal *de* Promoción y Difusión  
Pública *del* Conocimiento  
Académico y Científico**

**<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS**

**+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2667/>**



## VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II Jornadas Patagónicas de Extensión en Ciencias Económicas 2016

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de la Patagonia San Juan Bosco



### **RESUMENES EXTENDIDOS DE TRABAJOS Y/ O POSTERS DE EXTENSIÓN**

#### **ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN DIGITAL DE PROYECTOS PRODUCTIVOS**

Alicia Inés Zanfrillo, María Antonia Artola, Raúl de Vega

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata

[alicia@mdp.edu.ar](mailto:alicia@mdp.edu.ar)

#### **TRABAJO**

Palabras clave: internet – proyectos productivos – voluntariado universitario – estrategias digitales

#### **Problemática que aborda el proyecto**

A pesar del elevado número de usuarios de internet en nuestro país que supera el promedio mundial, para algunos grupos el acceso a las tecnologías resulta desigual, así cobran validez las distinciones entre “conectados y desconectados” aludiendo tanto a la falta de equipamiento tecnológico como de conectividad o entre “interactuados e interactuantes”, en referencia al grado de participación activa que pueden desempeñar en la red, desde el concepto de audiencia en los medios analógicos al concepto actual de sujetos singulares en los medios digitales (ITU, 2014; Castells, 1998). En estos términos, con respecto a la dotación tecnológica, la distancia se ha reducido a través de la disponibilidad de dispositivos móviles que permiten la conexión a internet y en la participación, se observa una gran concurrencia en los *social media* que permite visibilizar su quehacer tanto en el ámbito personal como socio-productivo.

En el escenario actual de factibilidad en el acceso a las tecnologías, los proyectos productivos inscriptos bajo una problemática de larga tradición en el ámbito del emprendedurismo de la ciudad de Mar del Plata, como la falta de sostenibilidad en la comercialización de productos y servicios, encuentran en el comercio electrónico y las herramientas que dispone la web 2.0 espacios aptos para la promoción de su quehacer. Para la incorporación de estas tecnologías como canales complementarios, se requiere el desarrollo de competencias digitales, así el uso de la web social requiere no sólo los conocimientos técnicos sino además capacidades de interrelación con los grupos de interés y la ubicación del producto o servicio como un usuario más en el espacio social que configuran los nuevos medios.



## VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II Jornadas Patagónicas de Extensión en Ciencias Económicas 2016

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de la Patagonia San Juan Bosco



Dado que la presencia en internet, a través de un espacio web o por la definición de un perfil en los medios sociales por sí sola no representa para los sujetos que lo realizan un agregado de valor en sus emprendimientos, se requiere una relación más estrecha con el cliente desde los espacios de interacción y construcción de conocimiento superando los vínculos transaccionales basados en preguntas y respuestas (Cegarra Navarro, Alonso Martínez y Monreal Garres, 2006). Una respuesta efectiva en la consolidación de la sustentabilidad de este colectivo se basa en el entendimiento de los requerimientos de sus grupos de interés, integrando a su cadena de valor clientes, proveedores y socios que participen activamente en el desarrollo de los procesos de negocios y en la configuración de nuevos servicios y productos a través de la información que comparten en los medios sociales (Cegarra Navarro et al., 2006).

La falta de presencia significativa de emprendedores y productores agropecuarios en redes sociales digitales y espacios virtuales, en los que puedan interactuar efectivamente con los diversos actores que componen su cadena de valor a fin de integrarse al tejido productivo desde la valorización de su conocimiento, supone el reto al que se ven expuestos en la adopción de los espacios de interacción digital como canales de comercialización complementarios. El propósito del proyecto consiste en construir colaborativamente junto a emprendedores y productores agropecuarios, estrategias de promoción de sus proyectos productivos a través de redes sociales digitales y espacios virtuales que consideren la integración de otros actores en la definición de su quehacer.

La propuesta se centra particularmente en la intervención conjunta de estudiantes y docentes con los destinatarios objetivos del proyecto a efectos de: (i) facilitar la apropiación de los recursos de internet para la promoción de su proyecto productivo, (ii) colaborar en el desarrollo de contenido e intermediaciones con otros actores y (iii) conformar redes para que el valor agregado resultante se observe más allá de los perfiles y promociones en los espacios digitales, en la sustentabilidad de los mismos así como en la consolidación de estos espacios de participación.

### **Objetivos**

**Objetivo general:** diseñar en conjunto con emprendedores y productores de economía social y solidaria estrategias de interacción y de promoción de contenidos con su público objetivo en la web social.

### **Objetivos específicos**



## VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II Jornadas Patagónicas de Extensión en Ciencias Económicas 2016

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de la Patagonia San Juan Bosco



- Instalar en la comunidad la temática de la inclusión digital desde una perspectiva social.
- Elaborar contenidos para la promoción de productos y servicios en el ámbito digital, en forma conjunta con emprendedores y productores.
- Ofrecer talleres con agentes de economía social que desarrollen estrategias en la web social, para la socialización de experiencias sobre el uso de las tecnologías.
- Generar espacios de promoción del voluntariado universitario.

### **Descripción de las actividades**

- Configuración de espacios de reflexión sobre la falta de apropiación de la tecnología en el sentido del "uso", más allá del acceso o no a la misma.
- Comprensión de la importancia de la calidad de los contenidos que se publican en los entornos virtuales.
- Identificación del valor agregado de la presencia web para los proyectos productivos y el empoderamiento de los agentes.
- Socialización de experiencias en el uso de las tecnologías.
- Reconocimiento del papel transformador del voluntariado desde la vivencia de los valores en la práctica concreta.
- Participación en redes, procesos de construcción del conocimiento entre los actores del proyecto, en particular estudiantes, desde diversos espacios de intervención como las prácticas comunitarias y jornadas de difusión.

### **Grado de impacto generado**

Con el interés de desarrollar estrategias que promuevan el quehacer productivo de emprendimientos y formas asociativas en el Partido de General Pueyrredon, se estructuran las acciones del proyecto en base a dos ejes principales:

- instalación del uso de las tecnologías desde un enfoque post-tecnocrático, que implica la asociación con su implementación de un conjunto de efectos, tanto positivos como negativos, bajo el carácter de consecuencias inseparables de su aplicación,
- socialización de buenas prácticas en los medios digitales a partir de un relevamiento de experiencias en la promoción de la actividad productiva en el ámbito digital.



## VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II Jornadas Patagónicas de Extensión en Ciencias Económicas 2016

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de la Patagonia San Juan Bosco



Para instalar la temática se han llevado a cabo jornadas de divulgación que exponen frente al público objetivo las implicancias sobre la definición de un perfil digital en las plataformas sociales, tanto en las ventajas de su reconocimiento como las características de su público objetivo, señalando las desventajas que implica la visibilidad de su accionar en estos medios, elaborando para ello materiales específicos de difusión.

Con respecto a la socialización de experiencias, la selección se efectuó en función de los siguientes criterios: forma asociativa que agrupa al conjunto de emprendedores, diversidad de actividades productivas relacionadas, compromiso con el medio ambiente, responsabilidad social, interacción con el público en el medio digital y fomento de actividades culturales. La presentación de las experiencias sistematizadas en torno al uso de las tecnologías, se estructuraron bajo el formato de taller junto con el material diseñado, a fin de presentar aquellas tecnologías que resultan más utilizadas para la constitución de canales complementarios de comercialización en las plataformas sociales. La inclusión efectiva en la sociedad de la información y del conocimiento de este colectivo se ha fundado en la valorización del conocimiento que poseen, en la importancia de la definición de un perfil digital y las acciones asociadas con el mismo así como la conexión con sus grupos de interés a través de diversos canales, entre ellos los espacios digitales.

### **Aprendizajes esperados/logrados al interior del equipo extensionista**

En el grupo de trabajo se destacan tres prácticas que modelan las intervenciones diseñadas y que brindan a los integrantes evidencia empírica sobre la importancia de la colaboración y cooperación así como la acción reflexiva respecto de las previsiones iniciales: (i) articulación de organizaciones para el desarrollo de las actividades ofreciendo cada una de ellas sus recursos y posibilidades para finalmente reflexionar en común sobre objetivos y logros, (ii) incorporación de los destinatarios de las acciones en los procesos decisorios, constituyendo una parte activa en la elaboración de las estrategias en el ámbito digital y en la selección de experiencias y (iii) valorización del conocimiento de emprendedores y formas asociativas para la transferencia de conocimientos que puedan ser replicados en favor de la inclusión digital de los integrantes de este colectivo.