

X. COMUNIDAD DE PRÁCTICA COMO ESTRATEGIA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE PROYECTOS PRODUCTIVOS

Alicia Inés Zanfrillo¹

Universidad Nacional de Mar del Plata

Olivia Allende Hernández²

Universidad Tecnológica de la Mixteca

Introducción

Constituidas en un período de gran vulnerabilidad social, un conjunto de organizaciones agrupadas bajo la categoría operativa del Tercer Sector, tienen su inicio a partir de los primeros años del nuevo siglo en la República Argentina como consecuencia de la baja tasa de empleo y de la nueva legislación que beneficiaba su constitución (INDEC, 2017; Ley N° 20.337, 1973). La reunión de emprendedores y microemprendedores de la Economía Social bajo formas organizativas como cooperativas y asociaciones son sustentadas por diversas entidades públicas y de la sociedad civil bajo la forma de programas y proyectos para la formación de sus integrantes y la mejora de sus procesos productivos.

La ciudad de Mar del Plata en la provincia de Buenos Aires, presenta altos valores históricos en las mediciones de desocupación y economía informal, que se traducen en décadas de exclusión, con sectores tradicionalmente desplazados del tejido social y productivo. Diferentes organizaciones se abocan a establecer acciones para la inclusión de los sectores más vulnerables de la población, generalmente

¹ Dra. Alicia Inés Zanfrillo es Profesora adjunta e investigadora, con dedicación exclusiva en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Es Licenciada en Sistemas, Especialista en Innovación Pública, Magister en Gestión Universitaria y Doctora en Tecnología Educativa: Aprendizaje Virtual y Gestión del Conocimiento. Su campo de estudio se centra en la vinculación científica y tecnológica y en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación en particular para las organizaciones del Tercer Sector, así como para emprendedores de la Economía Social.

² Dra. Olivia Allende Hernández es Profesora-Investigadora de tiempo completo en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Tecnológica de la Mixteca. Obtuvo el Título de Doctora en Tecnología Educativa: Aprendizaje Virtual y Gestión del Conocimiento con mención honorífica *Cum Laude* por la Universitat de les Illes Balears y la Universitat Rovira i Virgili. Es Maestra en Ingeniería de Software, Licenciada en Administración de Empresas y Especialista en la Gestión del Capital Humano. Su formación y experiencia profesional se ha dirigido a especializarse en el campo de: Prospectiva del futuro del conocimiento y nuevas tecnologías en el contexto socioeconómico y cultural de las organizaciones formales e informales, con énfasis en los pueblos originarios.

aisladas, en el orden de la formación, el asesoramiento y el desarrollo cultural y productivo y en los últimos años reunidas bajo diferentes estructuras que permiten a diferentes entidades colaborar en las acciones de mejora sobre este colectivo (Mayoral, Álvarez, Herrero y Pearsson, 2015). Emergentes de la exclusión, los sectores de mayor vulnerabilidad en el orden social y económico, se insertan en el tejido productivo a través de emprendimientos en el área textil, artesanal y agroecológico representativos de la identidad local.

La investigación tiene como propósito comprender la dinámica en que se desarrollan las trayectorias y conductas para la promoción de proyectos productivos enmarcados en la Economía Social bajo las características distintivas de la comunidad de práctica que conforman: dominio, comunidad y práctica. Se presenta como caso de estudio la Asociación RUMI (Red Unida de Microemprendedores Independientes), organización civil sin fines de lucro, radicada en la ciudad de Mar del Plata integrada por microemprendedores de Economía Social con diferentes propuestas productivas, los cuales se unen para un objetivo de desarrollo común a partir de la revalorización de la producción artesanal y la puesta en valor del espacio público destinado al desarrollo de los encuentros feriales en articulación con organizaciones vecinales. A fin de comprender el tipo de prácticas que desarrollan con el soporte de la tecnología para la sostenibilidad de su proyecto productivo, social y cultural con el apoyo de entidades públicas y de la sociedad civil se propone la caracterización de la experiencia en la comunidad en la que se insertan.

Comunidades de práctica

Wenger (1998) quien acuñó el término Comunidad de Práctica (CP), la define como un espacio común donde las personas se reúnen para la generación, intercambio y apropiación de saberes y experiencias sobre objetivos específicos que les son de interés. Las CP no son grupos temporales convocados por un propósito específico ni comunidades relacionadas únicamente por un interés común, son instrumentos que facilitan la sistematización de saberes relevantes para el grupo, es un aprendizaje social que se fundamenta en la comprensión del contenido, es construido socialmente en las interacciones entre las personas que la integran (Reig, 2010). Así, este conjunto de personas puede interactuar en el ámbito presencial y/o en el virtual internet, facilita las relaciones que antes discurrían en el medio físico sumando no solo un nuevo medio sino constituyéndose en un facilitador del desarrollo de las relaciones. Las comunidades son aquellas que "... comparten una preocupación, un conjunto de problemas o un interés común acerca de un tema y que profundizan su conocimiento y pericia en esta área a través de una interacción continuada" (Wenger, McDermott y Snyder, 2002).

Bronfman (2011) señala la importancia de tres características sobre las prácticas que se desarrollan en las CP, comunes a todos los integrantes -compartido el interés en la temática, si bien las variaciones pueden ser nuevamente acordada

entre ellos-, recurrentes y estables en el tiempo. Estas características propician el aprendizaje de los miembros de la CP sobre las temáticas que les resultan de interés, puesto que debe ser relevante para sus miembros. El conocimiento que se genera, desarrolla y gestiona en estas CP facilita su labor, ya que este ha sido el motivo basal de su agrupamiento. La participación en una CP está determinada por la intervención efectiva de sus miembros: intervienen en la organización de las actividades, desarrollan sus proyectos y consolidan sus vínculos compartiendo sus conocimientos y experiencias.

Las tres características predominantes que pueden distinguirse en una CP se relacionan con la identidad, los vínculos y el quehacer del grupo (Sanz, 2005; Bronfman, 2011; Wenger, 1998):

- El dominio o empresa común, corresponde al tema que les interesa a sus miembros y sobre el cual se constituye. Ofrece una identidad conferida por las prácticas comunes que distinguen a sus integrantes de otros participantes. Sus conocimientos son valorados al interior del grupo compartiendo valores y experiencias generando espacios de aprendizaje.
- La comunidad o compromiso que implica las reglas de funcionamiento, los compromisos de sus miembros y los vínculos que establecen en la información que proveen sobre sus actividades, la construcción de relaciones para el aprendizaje y la colaboración. Se basa principalmente en la interacción y el aprendizaje que se genera al interior del grupo.
- La práctica o repertorio compartido se encuentra en la producción conjunta sistematizada en procedimientos, lineamientos, documentos, etc., construido en forma permanente a través de la interacción en los espacios de reunión.

Estas características se resumen en tres interrogantes: ¿qué son?, ¿cómo funcionan? y ¿qué hacen?, las cuales permiten representar el esquema de operaciones de estos grupos de interacción y aprendizaje. Sin que sean estructuras excluyentes, coexisten con otras formas organizativas formales e informales conformando espacios de pertenencia con una identidad representada por su práctica común, el compromiso de sus miembros y un repertorio generado a través de discusiones y debates.

Metodología

La investigación aborda una metodología cualitativa, de tipo etnográfica y descriptiva a través de un enfoque de estudio de caso que permite indagar sobre la singularidad y particularidades presentes en las prácticas desarrolladas por una CP a través del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). El estudio de caso aborda lo singular, lo exclusivo de las prácticas que tienen lugar en el desarrollo del proyecto artesanal y cultural con descripciones

exhaustivas sobre las circunstancias y personas presentes en el estudio del fenómeno a fin de efectuar una interpretación situada en el contexto socioeconómico, cultural y político (Simons, 2011). El caso de análisis se constituye en la Asociación RUMI de la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires (República Argentina). El estudio se llevó cabo entre los meses de diciembre del año 2016 y marzo de 2017.

La elección del enfoque de investigación se basa en comprender los comportamientos de los emprendedores de Economía Social agrupados bajo la forma asociativa en el uso de las TIC. Para el caso de análisis, los criterios de la selección se basan en el agrupamiento de estos emprendedores bajo una forma organizativa de tipo asociativo, en el carácter cultural del proyecto productivo, en el respeto por las normativas vigentes, en la sistematización de sus saberes a través de especificaciones y documentos para la socialización del conocimiento con otros emprendedores, en el compromiso con la sostenibilidad del espacio público donde se localizan y en la diversidad de sus actividades productivas.

El diseño de la investigación empírica se realizó a partir de la obtención de datos con la preparación del guion de la entrevista semiestructurada a emprendedores de la Asociación RUMI, la realización de las entrevistas a los informantes clave seleccionados y su posterior análisis. Los emprendedores seleccionados son seis mujeres entre 45 y 60 años, con emprendimientos productivos artesanales y agroecológicos. Se analizaron además estadísticas oficiales y notas correspondientes a la observación participante en el espacio ferial, reuniones y encuentros formativos. La validez de la investigación está dada a través de una triangulación de fuentes de información cuantitativas y cualitativas (Martínez, 2006).

Se plantea como pregunta de investigación indagar sobre los principios fundantes de la sostenibilidad del proyecto productivo, es decir ¿cómo se fundamenta la sostenibilidad del proyecto productivo y cultural desarrollado por la comunidad inscripta en la Asociación RUMI? Las proposiciones teóricas que guían la investigación se basan en la identidad entre los integrantes de la CP, los cuales experimentan sus prácticas como propias de la organización (López, Sánchez y Alto-piedi, 2011) y la constitución del entorno virtual como un espacio social de aprendizaje con participantes activos, enriquecedor de la actividad presencial y unido al entorno físico (Gros, 2009).

Desarrollo

Los emprendedores de Economía Social en la República Argentina disponen de políticas públicas, así como leyes nacionales y provinciales que les proporcionan los instrumentos para formalizar, promocionar y brindar sostenibilidad a su quehacer productivo. Entre ellas se pueden mencionar la política de Estado iniciada en 2004 con el Monotributo Social, el Registro Nacional de Efectores para

el Desarrollo Local y la Economía Social, la Ley 26.117 de promoción del microcrédito, la Ley 26.355 de Marca Colectiva y la Ley de la Provincia de Bs. As. N° 13.136 (Programa ALAS) de exención impositiva, promoción de la actividad así como la articulación de actores y estrategias de comercialización (Mayoral, Álvarez, Herrero y Pearsson, 2015; Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, 2018).

Mientras que para el primer trimestre del año 2017 se registra un estancamiento del nivel de empleo en el país con un bajo crecimiento del 0,3%, el número de no asalariados que incluye a autónomos, monotributistas y monotributo social³ se ha incrementado en el último año del 24,5% al 25,5% con un crecimiento para esta última categoría del 14,2% respecto del año anterior. La inscripción de los trabajadores y emprendedores de la economía social en el monotributo social les permite integrar la economía formal con la posibilidad de emitir facturas, disponer de un seguro de salud y acceder al sistema previsional, así como ser proveedores del Estado (INDEC, 2017; Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, 2018).

En este entorno, los emprendedores de Economía Social se incorporan a la economía formal como trabajadores independientes o bien componen formas asociativas como cooperativas y asociaciones. En este último tipo de organización se inscribe la Asociación RUMI, la cual revaloriza la producción artesanal y cultural con un objetivo de crecimiento común fruto de la sinergia de sus miembros (Figura 1). RUMI promueve desde el año 2010 la acción emprendedora mediante la participación en eventos, capacitaciones e intercambio de experiencias con el apoyo de organizaciones públicas y de la sociedad civil que se nuclean en la Mesa de Economía Social dependiente de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon.

³ El monotributo social define una nueva categoría tributaria para los pequeños contribuyentes que no disponen de un volumen de operaciones para ser encuadrados en el monotributo general posibilitando la formación de sus actividades productivas, comerciales o de servicios.



Figura 1. Feria artesanal y cultural de la Asociación RUMI. Plaza Gervasio Artigas, Mar del Plata, República Argentina. 2017. Fuente: Asociación RUMI.

RUMI formaliza sus actividades como asociación civil sin fines de lucro el 12 de junio de 2013 y se integra por 12 miembros con la incorporación en forma permanente de nuevos socios. El permiso obtenido para desarrollar su actividad ferial se sitúa en la Plaza Gervasio Artigas del barrio Punta Mogotes que tienen lugar cada domingo en forma vespertina bajo condiciones climáticas apropiadas tanto para la instalación de gazebo⁴ como para el desarrollo de las actividades culturales al aire libre propuestas en conjunto con las organizaciones vecinales. Proponen la puesta en valor del espacio público donde se lleva a cabo la feria a fin de constituir un activo social con énfasis en el desarrollo de la comunidad en forma sostenible.

El objetivo es agregar valor a la feria dotándola de valores relacionados con la identidad regional en la propuesta de actividades productivas tradicionales -textiles, artesanales, agroecológicas- y con la sostenibilidad tanto individual como colectiva incorporando así a organizaciones públicas y de la sociedad civil, vecinos y asistentes a contribuir con el mantenimiento del medio ambiente y con el desarrollo de actividades artísticas y culturales. Las prácticas que definen la dinámica de su quehacer responden a una CP, caracterizada a través del dominio, el compromiso y el repertorio compartido de los emprendedores que integran la asociación RUMI.

⁴ El gazebo es un pabellón externo, techado y con los laterales abiertos que permite la exhibición de productos.

El dominio

A pesar de la independencia de los emprendimientos que integran la Asociación se encuentran sujetos a mecanismos de control y regulación de diversas jurisdicciones (Busso, 2011). Esta situación junto con la obtención del permiso municipal para la actividad ferial ha puesto énfasis en la asociación sobre la adhesión de sus miembros a los aspectos legales e institucionales que determinan su actividad. Así, la asociación verifica el cumplimiento de las pautas establecidas por las diferentes reparticiones a fin de integrar a nuevos emprendedores a su comunidad. Un rasgo identitario es el compromiso con el barrio donde se asienta la feria. Desde su momento fundacional se distingue a través de una propuesta sostenible, respetuosa del medio ambiente y comprometida con el desarrollo cultural del predio en el cual se desarrolla la actividad productiva, llevando a cabo acciones concretas para su mantenimiento y puesta en valor en acuerdo con las organizaciones vecinales como la Sociedad de Fomento y el Centro de Jubilados. En particular se llevan a cabo tareas de cuidado del espacio público como mantenimiento del césped y limpieza.

Tratamos de tener todo en orden, completar todos los requisitos, tener todo visualmente bien, cuidar la plaza ahora que no están los convenios nos juntamos el día sábado por ahí a cortar el pasto. Tratamos de hacer todo bien. Que el vecino vea que no es solamente a feriar el domingo, sino que interactuamos con el barrio y que tratamos de cuidar el espacio donde estamos. Eso todavía no lo contamos en las redes, lo tenemos que armar.” (Entrevistado Asociación RUMI).

Otro de los rasgos por los que se los identifica es la organización de propuestas culturales que implementan para efemérides y festividades locales. Para llevar adelante acciones exitosas en este sentido tienen como punto de partida un mandato fundacional con un gran pregnante en todos los integrantes: el desarrollo de un vínculo basado en el respeto mutuo y la colaboración entre sus asociados, la comunidad y las entidades con las que se vinculan. Cultivan estas relaciones a través de una comunicación fluida sobre el desarrollo de las propuestas e intervienen activamente en su concreción más allá del interés por visibilizar sus acciones, situación que se revela en la investigación como una necesidad latente para que se aprecie el trabajo artesanal, así como la adhesión a las pautas que se determinan en las jurisdicciones y en la propia comunidad.

El dominio compartido se caracteriza por su fuerte compromiso social, productivo y cultural con el barrio y con la entidad a través del respeto por el medio ambiente, la adhesión a las normativas para desarrollar su actividad productiva por la legislación vigente, así como la voluntad de reconocer en el espacio público a los actores involucrados en él, partícipes de su misión. Su identidad se define

así por valores como el respeto, la equidad, la colaboración y el compromiso con el desarrollo sostenible de la comunidad.

“Hacemos hincapié en que es un buen punto de venta (el espacio de la plaza), ya nos conocen, pero nos costó estar en el barrio. Hicimos primero un rastreo con la gente, si quería o no quería feria. Nos ganamos a los vecinos digamos porque están contentos, todo eso.” (Entrevistado Asociación RUMI).

La comunidad

Las actividades se desarrollan tanto en el ámbito presencial como virtual. Los encuentros con los emprendedores tienen lugar con diferente periodicidad, según la disponibilidad horaria y las actividades propuestas. Al no disponer de un espacio físico articulan sus propuestas con otras organizaciones para llevar a cabo encuentros y capacitaciones de interés para la promoción de sus proyectos.

Los medios tecnológicos empleados en las prácticas se centralizan principalmente en los dispositivos móviles y en las computadoras de escritorio. Entre las aplicaciones para interactuar con sus públicos de interés hay un manifiesto interés por el uso de redes sociales, en particular *Facebook* (Figura 2). Si bien esta red se emplea tanto desde la computadora de escritorio como desde el dispositivo móvil, presentan preferencia por este último.



Figura 2. Perfil de Asociación RUMI en la red social *Facebook*, 2017. Fuente: Asociación RUMI.

La presencia en *Facebook* se realiza a través de un perfil personal o del emprendimiento a efectos de actuar como canal de comunicación hacia el interior de la comunidad, así como con sus públicos de interés. En ocasiones especiales se utilizan grupos de *WhatsApp* como herramienta indispensable para la interacción desde el dispositivo móvil con idéntica importancia que la red social.

La importancia que asignan al uso de *Facebook* se centra en la facilidad de acceso de los miembros de la asociación dadas sus características personales como pertenecer a un rango etáreo entre 40 y 60 años, así como la posibilidad que un familiar les ayude con el uso.

"Hay emprendedores que no tienen Facebook, tenemos que estar con el teléfono llamando porque hay gente que le cuesta mucho la tecnología. Algunas no tienen Facebook, nosotras le enseñamos, pero tampoco es cuestión que se crea el Facebook y después tienen que tener una continuidad, hay que mantenerlo." (Entrevistado Asociación RUMI).

El acceso a *WhatsApp* les resulta intuitivo además de su facilidad de instalación y gratuidad. El medio más utilizado para promocionar sus actividades *Facebook*. Si bien tienen conocimiento sobre la existencia de otras herramientas como *Google+*, *Twitter*, *LinkedIn*, *YouTube*, *Blog*, *Pinterest*, *Instagram* y *Tumblr* entre otras, estas no se emplean porque se desconoce su modo de funcionamiento.

El uso de *YouTube* es a través de la presentación de videos sobre eventos especiales sin que se establezca un canal propio o se desarrollen videos como alternativa para la difusión de los emprendimientos por las dificultades que supone el agregado de elementos musicales con derechos de propiedad. Sí se emplean los videos disponibles en *YouTube* en forma común para el aprendizaje de una técnica. Las novedades sobre la actividad ferial se difunden a través de un *flyer* o imagen digitalizada a través de *Facebook*.

Destinan un cuidado especial a las publicaciones en las redes sociales sin que se visualicen noticias que no corresponden al quehacer de la asociación. Se difunden novedades referidas a encuentros y ferias propuestas por organizaciones vinculadas o si los integrantes de la asociación participan de otras ferias. Se extreman los cuidados con respecto al uso de las redes sociales disponiendo de una serie de pautas que se reflejan en el perfil de su emprendimiento y se difunden entre todos los colaboradores extendiéndose a la presentación de folletería y avisos en los stands de la feria.

La práctica

La información sobre la comercialización del emprendimiento productivo en el espacio ferial, novedades de capacitación, promociones y toda información de interés se publica a través de *Facebook*. Aquella referida a la realización de actividades conjuntas para la sostenibilidad del espacio ferial se llevan a cabo a través

de la organización de actividades culturales y del cuidado del medio ambiente, que pueden ocurrir o no en la localización de la plaza donde desarrollan la feria y tienen una convocatoria condicionada con las efemérides locales y particulares, así como con las necesidades de mantenimiento que se requieran.

La feria no es solo el domingo, la feria hay que trabajarla toda la semana, dedicarle un poquito todos los días para que el domingo salga espectacular. Las personas del barrio ven el trabajo terminado. (...) también que se vea el trabajo nuestro. Los emprendedores nos dicen también eso, tenemos que hacerlo, visualizarlo más en ese sentido.” (Entrevistado Asociación RUMI).

Algunos encuentros se desarrollan por la demanda de agentes externos, como la incorporación de un nuevo emprendedor, un requerimiento para la mejora de su propuesta productiva o la vigencia de una nueva normativa, que ameritan la propuesta de una instancia de capacitación y/o de discusión sobre su implementación en la comunidad.

Finalmente, en forma presencial y/o virtual, con periodicidad mensual, tienen lugar reuniones donde se organizan las actividades formativas, de promoción, de incorporación de nuevos emprendedores y otras cuestiones vinculadas con el funcionamiento de la entidad.

En el desarrollo de su práctica situada, frente a la incorporación de nuevos emprendimientos, se cercioran que cumpla los lineamientos que tienen definidos en los requisitos legales, en la manufactura y en la procedencia de la materia prima además del agregado de valor que se realiza. Resulta incipiente la importancia de visualizar el proceso creativo y transformador de la materia prima en producto para dar cuenta de la experiencia de su trabajo tanto a sus pares como al público asistente a las ferias.

“Le pedimos una foto de la materia prima, o de la maquinaria que tienen, donde se le vea a ella le avisamos. Y le decimos siempre: ‘trata que te saque otra persona, que se te vea a vos realizando, a medio hacer y con el trabajo terminado’. Por lo menos sabemos lo que hace.” (Entrevistado Asociación RUMI).

Conclusiones

Como se ha señalado en el diseño de la investigación, la Asociación RUMI se selecciona para un enfoque de caso de análisis por su singularidad: son emprendedores de Economía Social que se nuclean bajo una forma organizativa de tipo asociativa que desarrollan un proyecto productivo artesanal y cultural en un espacio público de forma sostenible y con sujeción a normativas generales como creadas específicamente por su agrupamiento.

La identidad, el uso de tecnologías bajo protocolos de actuación, el respeto por el medio ambiente y el involucramiento en el cuidado del espacio público y la organización de eventos culturales son algunos de los valores que promueven. Estas características revelan la existencia de una CP al interior de la asociación presentándola como un potente vehículo para la continuidad del proyecto productivo. El análisis de la singularidad de su comportamiento, extensivo al contexto y a la comunidad, confirma la importancia de las proposiciones enunciadas como factor clave para el desarrollo sostenible de su labor y en el acrecentamiento del acervo cultural local.

En la caracterización de las prácticas mediadas por las tecnologías se distinguen tres tipos de vinculaciones simbólicas: entre emprendedores, emprendedores y su público objetivo y, por último, emprendedores y organizaciones del medio. La primera, entre emprendedores, se desarrolla según las normas que establecen para la interacción: la integración del proyecto se concibe como una articulación de actividades reñidas con la adecuación del espacio público, la organización de actividades culturales, el desarrollo de estrategias de comercialización, sistematización de información y conocimiento y la incorporación de nuevos miembros. Para ello se emplean diferentes herramientas, pero principalmente se aborda el uso del *WhatsApp* para la comunicación de las actividades y novedades.

La segunda vinculación se establece entre los emprendedores y su público objetivo a través de la difusión de su propuesta ferial que indica las actividades culturales –espectáculos musicales, entretenimientos, representaciones y juegos– a realizarse, así como la confirmación de su realización en virtud de las condiciones climáticas. Las herramientas que emplean son casi en exclusividad la red social *Facebook* con la configuración de un perfil del emprendimiento con reglas para la difusión de noticias de interés, de emprendimientos y ferias, así como novedades formativas relevantes para el agregado de valor a sus proyectos. Se emplea para ello herramientas sencillas como edición de imágenes hasta otras de mayor sofisticación –aunque en modo incipiente– como la red social *YouTube* a través de videos sobre la feria y los emprendimientos particulares.

La tercera de las vinculaciones se desarrolla entre los emprendedores y las organizaciones del medio con las que articulan como la Sociedad de Fomento y el Centro de Jubilados del barrio donde desarrollan su actividad ferial. Estas interacciones se llevan a cabo para promover actividades culturales y de mantenimiento del espacio público empleando canales de comunicación vía *WhatsApp*. No se emplean otras herramientas adicionales pues no se da cuenta de las actividades organizativas, sino que se ofrece al público y a las organizaciones únicamente información sobre el producto terminado sin presentar el recorrido de la labor artesanal en la transformación de la materia prima en el producto que se

promociona en la feria, cuestión que se ha revelado como un tema central pendiente de ser desarrollado en un futuro cercano para legitimar los emprendimientos que tiene lugar en la comunidad.

Frente a las dificultades que se planteaban para la instalación de la feria en el predio como la obtención del permiso municipal, la aceptación de los vecinos y la colaboración de las organizaciones vecinales, la asociación RUMI ha establecido interacciones con estos actores, participándolos de las propuestas y evaluando su desarrollo para realizar ajustes y obteniendo de esta forma una fuerte adhesión de la comunidad, generando una identidad robusta y cohesiva entre los emprendedores. El carácter cultural de su proyecto productivo, la adhesión a normativas y el respeto por los valores de protección del medio ambiente han logrado la conformación de una auténtica comunidad donde sus miembros aprenden, socializan su conocimiento, intercambiar información y experiencias y adoptan una práctica común que les reconoce como integrantes de RUMI.

Bibliografía

- Bronfman, S. V. (2011). Comunidades de práctica. *Educación*, 47(1), 51-68. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/view/244622>
- Busso, M. (2011). Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio. *Trabajo y sociedad*, (16), 105-123. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/3421/342130836004/>
- Gros, B. S. (2004). La construcción del conocimiento en la red: límites y posibilidades. *Teoría de la educación: educación y cultura en la sociedad de la información*, 5, 1-9. Recuperado de: <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/56473>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017). Informes Técnicos. Trabajo e ingresos. Mercado de trabajo, principales indicadores (EPH), 1 (9). Buenos Aires: INDEC Recuperado de: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/EPH_cont_3trim17.pdf
- Ley N° 20.337. Boletín Oficial de la República Argentina, Bs. As., 2 de mayo de 1973, Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/18462/texact.htm>
- López, J. Y., Sánchez, M. R. M. y Altopiedi, M. (2011). Comunidades profesionales de práctica que logran sostener procesos de mejora institucional en las escuelas. *Revista de educación*, 356, 109-131. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/34353>
- Martínez, P. C. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, (20). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/646/64602005/>

- Mayoral, L., Álvarez, S., Herrero, D., y Pearsson, M. (2015). Hacia la institucionalización de la economía social y solidaria en Argentina: El caso de la Mesa Solidaria de Tandil. *AUTOGESTÃO: Economia dos Trabalhadores & Educação Popular (ET & EP)*, 1(1). Recuperado de: <http://www.biblionline.ufpb.br/ojs2/index.php/autogestao/article/view/24176>
- Ministerio de Desarrollo Social (2018). República Argentina. Recuperado de: <http://www.desarrollosocial.gob.ar/>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2018). República Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/trabajo>
- Reig, D. H. (2010) El futuro de la educación superior, algunas claves. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 3 (2), 98-115. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/REIRE>
- Sanz, S. M. (2005). Comunidades de práctica virtuales: acceso y uso de contenidos. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 2(2). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/780/78020110/>
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Wenger, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Wenger, E., McDermott, R. A. y Snyder, W. (2002). *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*. Harvard Business Press.