

Universidad Nacional de Rosario
CEI Centro de Estudios Interdisciplinarios
Especialización en Diseño Estratégico para la Innovación

Trabajo final

**Fortalecimiento económico,
laboral y social entre PyMES
y mujeres costureras de la
Industria Textil**

Lucía Belén Aricó

Índice

Resumen ejecutivo

Introducción

Contexto

Industria de la moda

Moda circular

Contaminación y Sustentabilidad

Calidad de vida: Precariedad e informalidad laboral

Trabajo decente

Cooperativa

Organización Internacional del Trabajo

Agenda de Desarrollo Sostenible

ODS Argentina

Contexto Nacional Argentina

Referentes

Internacional

Fair Indigo - EE.UU

H&M - Suecia

Zara Pre Owned - España

Nacional

Media Pila - Provincia de Buenos Aires

Cooperativa de Diseño - Provincia de Buenos Aires

Silobag - Provincia de Buenos Aires

Antipop - Provincia de Santa Fe

Hipótesis

Investigación

Primaria

Secundaria

Objetivos del Proyecto de Modelo de Negocios y de Organización

Generales

Impactos esperados para el Proyecto de Organización

Propuesta de Valor en la Industria Textil y de Moda

Plan de acción

Práctica situada: Tejiendo redes

Talleres

Aplicación móvil: Femworka

Cronograma de propuesta

Costos

Testeo

Conclusión

Anexo 1: Encuesta

Anexo 2: Entrevistas

Anexo 3:

Macro propuesta

Micro propuesta

Bibliografía

Resumen ejecutivo

Proyecto

Construcción de modelo de organización para mujeres emprendedoras de PyMES y mujeres costureras trabajadoras independientes de la Industria Textil.

Problema

Naturalización de la industria textil en el segmento costureras y emprendedoras de la provincia de Santa Fe en aspectos como explotación laboral e informalidad, cadenas de valor de producción no sustentables y relaciones sin perspectiva de género.

Propósito

Contribuir con las PyMES y emprendedoras en la organización para la gestión integral de productos de la Industria Textil, para generar más trabajo, reducir la informalidad de los mismos, aumentar la sustentabilidad al momento de la producción y aplicar políticas para fomentar y potenciar el trabajo de las mujeres.

Alcance

Organizacional: modelo para fomentar la producción

Perspectiva de género: las actores principales de ésta problemática son mujeres en situaciones de informalidad laboral.

Innovación: para mejorar la productividad, escalabilidad y trazabilidad en la producción y por ende más posibilidades de trabajo recíproco de los actores principales.

Ecosustentable: propuesta que fomente la conciencia ambiental, que conserve y proteja el medio ambiente en la que se desarrolla la misma.

Posible solución

Generación de encuentros sistematizados y organizados periódicamente entre los actores principales. Capacitación en impulso de emprendimientos con diferentes actores de la cadena de la industria textil. Administración y economía financiera con perspectiva de género. La medición de la misma se dará por la cantidad de mujeres inscriptas en las distintas capacitaciones o cursos dictados, el aumento del número de puestos de trabajos y de formalización laboral de las mujeres costureras o talleristas en la provincia de Santa Fe, el número de productos realizados en un período de tiempo medible desde que se establecieron acuerdos laborales entre los actores.

Introducción

Este proyecto tratará de una investigación que tuvo sus primeras puntadas en un trabajo final entregado anteriormente en la Licenciatura de Diseño de Comunicación Visual, para la asignatura *Teoría y técnica para la creatividad* a cargo de María Victoria González. El trabajo fue realizado en el año 2021 y su título era *Industria cultural del tejido artesanal peruano de Lambayeque, Tradición, Identidad y Perspectiva de Género*.

Es pertinente ubicar el surgimiento del interés acerca de la temática, para poder enmarcarnos que el mismo nace con mucha anterioridad, y lo retomamos para seguir estudiándolo con el análisis indicado de las asignaturas del posgrado.

Al empezar a adentrarnos en la temática descubrimos que podría referenciarse con la metáfora de un tejido. Es decir, son tantas las temáticas como hilos que conforman a un tejido, y al empezar a analizar a cada uno, encontramos siempre nuevos que se entrelazan con los anteriores. Explotación laboral, talleres clandestinos, contaminación ambiental, materiales sustentables, procesos productivos, condiciones de trabajo ilegales e insalubres, perspectiva de género, informalidad laboral, explotación laboral infantil, discriminación, colonialismo, economía, artesanía, industrias; muchos son los temas que atraviesan a la Industria Textil y de Moda, difícil es hacernos un camino y solo desarrollar algunos temas, pero he aquí el intento.

Me gustaría tomar la analogía del tejido para poder hacer el desarrollo del proyecto, y así entender que en ese entramado de temas que se cruzan, como en la generación de un tejido, una tela; que son múltiples e infinitos, todos se relacionan entre sí.

Para dar cuenta del desarrollo del proyecto, tomamos una pequeña parte (muestra) de ese "tejido" para su construcción, dejando de lado y/o sin profundizar en muchos temas ya que sería muy extenso y nos saldríamos de foco.

Realizamos en conjunto el proyecto con mi compañera de estudios María Castegnola, por eso se va a encontrar el desarrollo del proyecto en plural.

Nos posicionamos desde el punto de vista de emprendedores o pequeñas PyMES con fuerte impronta artesanal, a los que les cuesta producir un cambio que implique crecimiento respecto a su estado actual. En este caso, concretamente, señalamos aquellas PyMES que están inmersas en la Industria de la moda y a las mujeres costureras independientes o aquellas que pertenezcan a un taller.

Dado que las empresas luchan por obtener ganancias, cuando hablamos de cambio, nos referimos al de generar un crecimiento que les implique un mayor nivel de ventas, aumento de la producción y una reorganización de su estructura interna para que puedan adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores y logren aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas fronteras digitales.

Entonces, nos preguntamos: ¿Cómo pueden las PyMES dar ese paso de una manera eficaz y fluida? ¿Cómo pueden innovar para poder generar el crecimiento que pretenden? ¿Cómo poder pensar y aplicar estos nuevos modelos con emprendedores y PyMES para que logren incorporarse y mantenerse en un mercado regido, cada vez más, por grandes grupos económicos?

Por tal motivo, planteamos la idea (utópica tal vez) de una moda circular, que deviene del concepto de economía circular. Para llegar a desarrollarla, se deben realizar cambios que afecten a todos los actores de la cadena de suministros. Cambios de reorganización a través de propuestas innovadoras que tengan en cuenta la implementación de tecnologías emergentes, la adopción digital, la generación de alianzas estratégicas de actores claves y, fundamentalmente que presten atención a la experiencia, decisiones, preocupaciones y valores de las personas usuarias y/o consumidoras.

En este contexto es primordial poner el foco en los cambios continuos, el seguimiento de tendencias actuales, la adaptación constante de las nuevas sociedades de consumo, la contaminación ambiental y la escasa (a veces nula) responsabilidad social.

Las nuevas generaciones plantean una moda más sustentable y sostenible, y entonces: ¿Qué rol juegan los pequeños productores o PyMES que forman parte de esta industria? ¿Cómo pueden crecer en ese contexto actual? ¿Cómo responden a esos cambios desde un modelo de negocio?

Se visualizará la investigación y su análisis realizado para este proyecto, el cual conlleva a una propuesta de una posible solución que busca llegar a horizontes más allá de una simple aplicación mobile. Se desarrollará un análisis y propuesta general en referencia a la Industria de la moda y como desarrollar en ella una “moda circular”. Se continuará con un desarrollo “micro” para ejemplificar de la PyME “Aggiornata” y se profundizará sobre la propuesta acerca de un modelo de organización, en el que se entrelazan los distintos actores que identificamos.

Esta propuesta de organización plantea tópicos fundamentales como sustentabilidad, perspectiva de género, informalidad laboral, capacitaciones, tecnología (para generar así puntos de encuentro y fortalecimiento de relaciones entre los actores identificados y mencionados anteriormente).

Una propuesta que pensamos, podría, generar y/o facilitar el encuentro entre los actores principales que se identificaron, para poder concretarlo *espacialmente* y no por pantallas de dispositivos digitales.

Palabras claves

Organización, sustentabilidad, emprendimientos, costureras, perspectiva de género, informalidad laboral.

Contexto

Aproximaciones conceptuales

A continuación, se desarrollarán conceptos esenciales para poder dar cuenta del contexto del desarrollo de este proyecto. Sin ellos no sería posible poder comprender algunas cuestiones expuestas y desarrolladas posteriormente.

Industria de la moda

Según Peggy Blum: “La moda, un medio esencial de expresión personal, constituye un importante elemento de la cultura y la identidad humanas. Posee la capacidad de mostrar al mundo quiénes deseamos ser. Así la moda ejerce una gran influencia en nuestras vidas y en el conjunto de la sociedad. La creación y la venta de moda es hoy un enorme negocio que abarca desde el diseño y el desarrollo hasta el suministro, la logística, la venta y el marketing. Esta industria, en constante proceso de avance y adaptación, prioriza la innovación, el desarrollo tecnológico y la creatividad.

No obstante, la industria de la moda tal como la conocemos hoy no evolucionó hasta finales del siglo XX. Para entender el estado actual de la industria es importante tener en cuenta cómo ha cambiado la producción de ropa en los últimos tres siglos: de la confección manual a los procesos digitales, de lo lento a lo rápido, para acabar convirtiéndose en una industria global multimillonaria.”

Para entender a que nos vamos a referir cuando hablamos de Industria de la moda, me parece necesario poder citar la definición que realiza la autora en su libro “Moda circular”. Me parece interesante sumar, que no sólo es “tener en cuenta cómo ha cambiado la producción de ropa en los últimos tres siglos” sino también destacar que es necesario entender el consumo y el uso de las personas usuarias, el contexto de esas personas dándole cierto uso determinado. Como empieza a tomar conciencia las personas en el último siglo del proceso de producción de la ropa que utilizan y todas las consecuencias que eso mismo genera tanto como económicas, ambientales; a ellas mismas y a las personas que participan de la cadena de producción de prendas textiles.

Moda circular

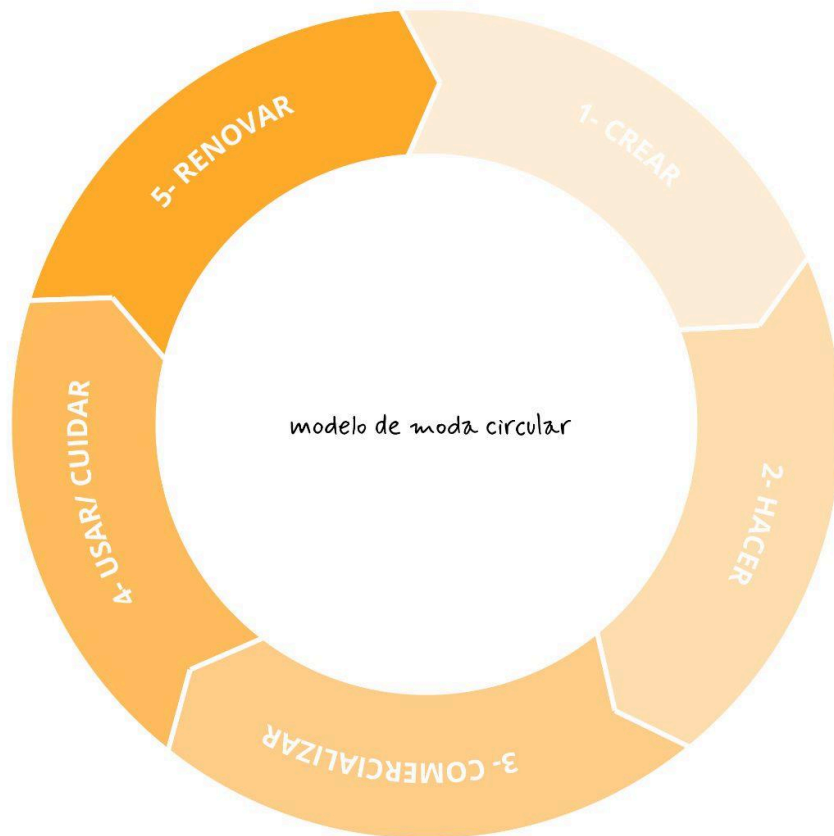
“El concepto de moda circular se entiende fácilmente si comparamos una línea y un círculo. Una línea se definió como un camino recto e interminable en ambas direcciones.



Cadena de suministro lineal

Imaginemos todos los recursos que utilizamos a lo largo de esa línea, como los materiales para crear la ropa que llevamos, los embalajes y las bolsas para llevar esos artículos a casa, e incluso los restos que ya no llevamos y permanecen en nuestros armarios.

La moda circular podría definirse como la ropa, los zapatos o los accesorios que se diseñan, se obtienen, se producen y se suministran con la intención de ser utilizados y distribuidos de manera responsable y efectiva en la sociedad durante el mayor tiempo posible en su forma más valiosa, para devolverlos después a la biosfera de manera segura cuando ya no sirvan para su uso humano.”



Modelo de moda circular

Cuando se entiende como están relacionados los componentes del modelo de moda circular con los recursos humanos, naturales y el planeta en sí, al mismo tiempo que genera nuevas y mayores oportunidades económicas, se puede comprobar que es la moda del futuro.

Implica un cambio de mentalidad en las personas usuarias y consumidoras de moda (hablamos de moda y no solo de indumentaria, porque dentro del concepto de moda podemos incluir otras industrias como la de zapatos y accesorios como bolsos, carteras, mochilas, etc.) Un círculo de responsabilidad en toda la cadena de suministros, desde el proceso de crear, hacer, comercializar, usar o reparar o cuidar y renovar. Un cambio tanto en la actitud del consumidor como en la actitud de la industria misma, y de quienes son voceros en la moda como influencers o personas con liderazgo e influencia en la sociedad y su consumo.

Contaminación y Sustentabilidad

El artículo **Tendencias de la industria de la moda de Ey**, afirma que la imagen que reflejan las marcas respecto a la sostenibilidad y responsabilidad social tiene cada vez más peso en las decisiones de compra.

La industria de la moda es una de las que más contamina y el consumidor se preocupa, cada vez más, por adquirir productos y servicios que tengan un impacto positivo en el entorno.

“Sustentabilidad es un proceso que puede sostenerse por sí mismo. La antítesis de lo que se viene precipitando en las últimas dos décadas, con la escalada y aceleración de los ciclos productivos para maximizar ganancias a través de la venta de indumentaria, en un ritmo imposible para el planeta. En primer lugar, por los seres humanos que involucra y las condiciones de 'esclavitud moderna' a las que son sometidos en varias empresas de confección textil a gran escala, y que recién suelen trascender con desastres como el de Rana Plaza en Bangladés, el 24 de abril de 2013(Fashion Revolution Day). En segundo lugar, aunque no en menor importancia, por las materias primas que se utilizan y cómo su producción y posterior consumo afectan al medio ambiente.”

Al hablar de sustentabilidad, Mónica Vallejos en su ensayo periodístico sobre el diseño sustentable, también plantea que la moda y lo textil son dos áreas fundamentales para atravesar con transformaciones hacia lo sustentable. Tanto por la cantidad de personas a las que involucran y sus particulares situaciones sociales, por la materia prima que requieren para producir y los procesos químicos para modificarla, por el uso del consumidor y lo que sucede con los desechos.

Como mencionamos anteriormente, coincide con Peggy Blum, que es necesario repensar los hábitos y creencias que tenemos al respecto y reorientar la acción para modificar paradigmas de modas tanto nacionales y hasta regionales y resaltar sus particularidades dadas por su territorio geográfico y cultural.

Calidad de vida

La definición de calidad de vida que se abarca desde el Banco Mundial se centra en factores materiales, se encuentra estrictamente relacionada con la pobreza monetaria, por eso, dentro de sus publicaciones, un factor que resalta sobre las variables sociales es la infraestructura.

Según la ONU, establece que la calidad de vida está directamente relacionada con la *sostenibilidad*, ya que esta característica es producto de factores monetarios tales como los ingresos, empleo y equidad, pero también de la disponibilidad de bienes y servicios como el espacio público y centros educativos y hospitalarios, aunado a lo anterior, dentro del marco de la globalización, se contempla también la conectividad a través de vías, el acceso a las tecnologías de la información y la inclusión de género.

Sostenibilidad: capacidad de continuar en uso durante mucho tiempo, y uso de productos y energías naturales de un modo que no perjudica al medio ambiente. Oxford Learners Dictionary

El concepto de calidad de vida tiene *varias* aristas, pero en esta investigación haremos hincapié en el fomento del desarrollo del individuo en términos de ingresos, empleo y equidad.

Trabajo decente

Un número mayor de personas con empleos decentes significa un crecimiento económico más fuerte e inclusivo, y mayor crecimiento significa más recursos disponibles para crear empleos decentes.

El trabajo decente incrementa los ingresos de los individuos y de las familias, que pueden ser gastados en la economía local. Su poder adquisitivo incentiva el crecimiento y el

desarrollo de empresas sostenibles, sobre todo de las pequeñas empresas, que a su vez pueden contratar a un número mayor de trabajadores y mejorar sus salarios y condiciones de trabajo. El trabajo decente aumenta los ingresos fiscales para que los gobiernos puedan financiar medidas sociales dirigidas a proteger a quienes no encuentran un empleo o no pueden trabajar. *Promover el empleo y las empresas, garantizar los derechos en el trabajo, extender la protección social y fomentar el diálogo social son los cuatro pilares del Programa de Trabajo Decente de la OIT, con la igualdad de género como tema transversal.* Estos son factores indispensables para hacer avanzar toda la Agenda de Desarrollo Sostenible.

Cooperativa

Cuando un grupo de personas toma conciencia de sus necesidades, problemas e intereses comunes comienza a organizarse buscando la forma más adecuada de resolverlos.

La Alianza Cooperativa Internacional (ACI), 1995, estableció que la cooperativa “es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente gestionada”. Es decir, son empresas centradas en las personas, que pertenecen a sus miembros, quienes las controlan y dirigen. Las cooperativas asocian a las personas de manera voluntaria, democrática e igualitaria, y se gestionan con la regla de “un miembro, un voto”.

Las cooperativas comparten una serie de principios acordados internacionalmente -sobre los que se profundizará en el tercer módulo- que se basan en la equidad, la igualdad y la justicia social. Son empresas cuyo objetivo no es solamente crear riqueza sino trabajo de calidad en el marco de empresas sostenibles, que intentan aportar a una matriz económica sustentable y más justa para toda la sociedad. Permiten que las personas tomen el control de sus economías futuras, y al no ser propiedad de accionistas, los beneficios económicos y sociales de su actividad permanecen en las comunidades en las que se establecen. Las ganancias generadas, llamadas excedentes, se reinvierten en la empresa o se devuelven a los miembros.

OIT (Organización Internacional del Trabajo)

Impulsar la justicia social, promover el trabajo decente- La OIT es una agencia especializada de las Naciones Unidas. Única agencia 'tripartita' de la ONU, reúne a gobiernos, empleadores y trabajadores de 187 Estados Miembros a fin de establecer las normas del trabajo, formular políticas y elaborar programas promoviendo el trabajo decente de todos, mujeres y hombres.

Cómo funciona la OIT

La estructura tripartita de la OIT, en la cual trabajadores y empleadores tienen el mismo derecho a voto que los gobiernos durante las deliberaciones de los órganos principales de la OIT, garantiza que las opiniones de los interlocutores sociales queden fielmente reflejadas en las normas, políticas y programas de la OIT.

Misión y resultados

Los objetivos principales de la OIT son promover los derechos laborales, fomentar oportunidades de trabajo decente, mejorar la protección social y fortalecer el diálogo al abordar los temas relacionados con el trabajo.

Agenda de Desarrollo Sostenible

17 Objetivos para las personas y para el planeta

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años.

Actualmente, se está progresando en muchos lugares, pero, en general, las medidas encaminadas a lograr los Objetivos todavía no avanzan a la velocidad ni en la escala necesarias. El año 2020 debe marcar el inicio de una década de acción ambiciosa a fin de alcanzar los Objetivos para 2030.

ODS Argentina

En Argentina se coordina la implementación nacional y subnacional de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se fortalece el trabajo a través de alianzas multisectoriales.

La Argentina, que también asumió ese compromiso con la Agenda 2030, comenzó a implementarla en enero de 2016. En esa oportunidad se designó al Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales como punto focal encargado de coordinar la adaptación al contexto nacional y el posterior seguimiento sobre la base de su experiencia desde 2003 en la implementación de la Declaración del Milenio y de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Contexto Nacional - Argentina

Teniendo en cuenta la situación actual del país a la fecha corriente (Enero 2024) y con un gobierno que encabeza Javier Milei como presidente, el cual una de sus primeras medidas políticas que toma es la implementación de un Decreto Nacional de Urgencia denominado "BASES PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ECONOMÍA ARGENTINA" y con medidas extremistas como la derogación de más de 300 leyes nacionales, es imposible no analizar el contexto y plantearlo para ajustar la propuesta de ser necesaria.

El DNU afirma y plantea situaciones como la situación crítica de un "estancamiento" del empleo formal, que el mismo afecta a su vez al empleo informal, baja de salarios reales por una "mala estructura económica" con "regulaciones arbitrarias", que toda esta situación se revertiría con una reforma económica que "quiebre las causas profundas de la decadencia de nuestro país", propone "libertad" para decisiones privadas en el comercio.

Citandolo textual:

"Que el trabajo productivo, inclusivo y digno, centrado en un contexto social adecuado, es la principal herramienta de crecimiento para una comunidad que busca la distribución equitativa de los bienes producidos, dado que sin producción no hay distribución posible.

Que los emprendimientos, esencialmente privados, resultan el mejor recurso para la contención social, a través del empleo y la generación de bienes y servicios necesarios para la vida de toda la sociedad, y para ello se requieren cambios que permitan una expansión de la demanda de trabajo en el país.

Que el empleo formal registrado no crece desde el año 2011, y es un hecho demostrado que las medidas estructurales adoptadas por la Ley de Empleo N° 24.013 y por la Ley N° 25.323 no han podido revertir el problema de la informalidad.

Que se modifican las Leyes Nros. 14.250, 14.546, 20.744 (t.o. 1976), 23.551, 24.013, 25.345, 25.877, 26.727, 26.844 y 27.555 y se deroga la Ley N° 25.323, a los efectos de mejorar y simplificar los procesos de registración, darle seguridad jurídica a la relación laboral, aumentar el período de prueba, redefinir la procedencia de los descuentos salariales convencionales, autorizar a las convenciones colectivas a explorar mecanismos de indemnización alternativos a cargo del empleador, tal como se ha implementado en algunas actividades, revisar los criterios de ultractividad y evitar los bloqueos de actividades productivas.

Que en adición a ello, se ofrece un mecanismo para que los trabajadores independientes puedan operar un sistema flexible de colaboradores de hasta CINCO (5) personas."

Los párrafos anteriores son los que se vinculan directamente con la propuesta del presente proyecto y con los temas generales que se plantean aquí como el empleo informal, emprendimientos o PyMES, contextos sociales.

Como se plantea en el artículo 14 bis de la Constitución Nacional, el Estado debe garantizar una relación de igualdad en relaciones laborales, respecto a derechos como beneficios entre ambas partes, es decir entre empleador y trabajador, pero por sobretodo al trabajador, al que se supone en una situación de desventaja. La propuesta con la reforma laboral es liberar toda regulación que tenga el Estado en relaciones laborales, para dejar el libre acuerdo entre ambas partes sin intervención del Estado. Al plantear esta reforma laboral, se genera un

retroceso en derechos laboral, y pareciera ser que sin intervención del Estado, el que sale favorecido es el empleador y es más difícil que se garantice acuerdos laborales sin que salga desfavorecido o perjudicado el trabajador.

En cuanto a la licencia de maternidad dice:

“ARTÍCULO 177.- Prohibición de trabajar. Conservación del Empleo. Queda prohibido el trabajo del personal femenino o persona gestante durante los cuarenta y cinco (45) días anteriores al parto y hasta cuarenta y cinco (45) días después del mismo.

Sin embargo, la persona interesada podrá optar por que se le reduzca la licencia anterior al parto, que en tal caso no podrá ser inferior a diez (10) días; el resto del período total de licencia se acumulará al período de descanso posterior al parto. En caso de nacimiento pre-término se acumulará al descanso posterior todo el lapso de licencia que no se hubiere gozado antes del parto, de modo de completar los noventa (90) días.

La trabajadora o persona gestante deberá comunicar fehacientemente su embarazo al empleador, con presentación de certificado médico en el que conste la fecha presunta del parto, o requerir su comprobación por el empleador.

La misma conservará su empleo durante los períodos indicados, y gozará de las asignaciones que le confieren los sistemas de seguridad social, que garantizarán a la misma la percepción de una suma igual a la retribución que corresponda al período de licencia legal, todo de conformidad con las exigencias y demás requisitos que prevean las reglamentaciones respectivas.

Garantizase a toda mujer o persona gestante durante la gestación el derecho a la estabilidad en el empleo, el que tendrá carácter de derecho adquirido a partir del momento en que la misma practique la notificación a que se refiere el párrafo anterior.

En caso de permanecer ausente de su trabajo durante un tiempo mayor, a consecuencia de enfermedad que según certificación médica deba su origen al embarazo o parto y la incapacite para reanudarlo vencidos aquellos plazos, la mujer o persona gestante será acreedora a los beneficios previstos en el artículo 208 de esta ley.”

Así se pone en desventaja a la persona gestante, poniéndose en duda si realmente la misma “opta” por que se le reduzca la licencia anterior al parto, o se la pone en una situación de presión en la que está en cierta forma “obligada” a asistir hasta 10 días antes del parto o sino pierde su puesto.

Y otro tema particular a traer que concierne con el proyecto es que, el gobierno actual y sus dirigentes, particularmente el presidente, en debates presidenciales negaba la existencia del cambio climático con su dicho: “Todas esas políticas que culpan al ser humano del cambio climático son falsas” y en el claro ejemplo de la derogación de leyes o artículos en protección al medio ambiente como:

Energía: la derogación de los Artículos 16 al 37 de la Ley N° 27.424 (Régimen de Fomento a la generación distribuida de energía renovable integrada a la red eléctrica) implica un retroceso en la transición de fuentes de energía al desarmar un fideicomiso denominado FODIS que otorgaba préstamos y estímulos a quienes incorporaran en sus residencias equipos de generación de energía para autoconsumo o para ser introducida a la red.

Minería: el DNU deroga dos leyes vinculadas al acceso a la información sobre la actividad minera, quitando transparencia y reduciendo aún más las oportunidades de control y protección del territorio.

Con el Proyecto de Ley presentado por el Ejecutivo el miércoles 27 de diciembre, se plantean modificaciones en leyes fundamentales en relación a protección del medio ambiente como la de Ley de presupuestos mínimos de protección ambiental para control de actividades de quema - Ley 26.562, Ley de Fiscalización de Fertilizantes y Enmiendas - Ley N° 20.466, Presupuestos mínimos de protección ambiental de los bosques nativos - Ley 26.331, Régimen de Presupuestos Mínimos para la Preservación de los Glaciares y del Ambiente Periglacial - Ley 26.639.

También, no se puede dejar de lado la situación de aumentos de precios de los productos lo que genera una dificultad al momento de realizar presupuesto, que se tomará en cuenta para la propuesta del proyecto.

Entonces, la situación de presentar un proyecto en el que le concierne una posible propuesta de solución que se basa mayoritariamente en un cambio de hábitos y consumos para generar una moda circular, en la que tiene en relación aspectos positivos para el cuidado del medio ambiente; no puede dejar de lado todo este contexto nacional para su propuesta. En el desarrollo de la misma se planteará distintas posibilidades ante la situación nacional.

Referentes

Para apostar al mantenimiento del medio ambiente, con procesos productivos que no generen contaminación y un impacto negativo, las empresas optan por tomar medidas en su cadena de valor en relación al concepto de la sustentabilidad.

También, siguiendo la línea del proyecto que estoy desarrollando, las empresas apuestan a políticas de inserción laboral para mujeres y condiciones dignas de trabajo.

Se presentan a continuación referentes en cuestiones relacionadas a la selección de materiales y métodos de producción sustentables, a procesos de formación de cooperativas y a implementación de medidas con perspectivas de género e inclusivas.

Internacional –

Fair Indigo - EE.UU

Es una empresa conformada por personas que luego de dedicarse cada uno de manera particular, se reunieron bajo un proyecto de cambio que impactara en la Industria textil.

Ropa atemporal, de calidad impecable y producida de manera sostenible, no solo para el planeta sino para el ser humano, teniendo en cuenta el proceso de producción. Desde la plantación del algodón hasta que termina en un armario.

“En lugar de correr hacia el fondo, aspiramos a la cima. Con ropa orgánica de primera calidad que se ve bien, se siente bien y hace bien. Sí, es hora de decir adiós a la moda barata, desechable y rápida. Para siempre.”

Para saber más> <https://www.fairindigo.com/pages/about-fair-indigo-our-mission>

H&M - Suecia

La Fundación H&M está financiada de forma privada por la familia Stefan Persson, fundadores y principales propietarios del Grupo H&M. La Fundación H&M acelera soluciones hacia una industria textil socialmente inclusiva y positiva para el planeta . Utiliza recursos filantrópicos para financiar investigaciones vitales e innovaciones revolucionarias, desarrollar asociaciones poderosas y crear historias inspiradoras que cambien las narrativas.

Para saber más> <https://hmfoundation.com/about/>

Zara Pre Owned - España

Inditex estrena su nueva plataforma de reventa de prendas de segunda mano en España. La intención de la compañía que preside Marta Ortega es apostar por la sostenibilidad bajo el nombre de Zara Pre-Owned. Comprar y vender ropa usada de la marca, reparar artículos de temporadas anteriores, hacer donativos de prendas, son algunas de las novedades que incorpora el gigante textil en su página web de España y en algunas tiendas físicas.

Muchos de estos cambios en el sector textil europeo han venido provocados por las distintas regulaciones impulsadas desde la Unión Europea, que ata en corto a la industria dedicada a la moda. Bruselas incorporó en 2022 mayores exigencias en sostenibilidad para evitar que continúe al alza el impacto medioambiental en la moda rápida.

Sin embargo...

Previa Black Friday: Investigación de Greenpeace

Gran parte de la ropa usada no llega a tener una segunda vida tras meses de rastreo mediante geolocalizadores.

La organización ecologista ha seguido durante varios meses el destino de 29 prendas de ropa usada con localizadores que fueron depositadas en contenedores municipales y en tiendas de Zara y Mango.

Tanto las grandes marcas como los ayuntamientos utilizan los mismos gestores, que en buena medida pasan por exportar la ropa a miles de kilómetros a países de Asia, África o Sudamérica donde la reutilización no está asegurada

La economía circular que promueven las marcas dista mucho de los resultados: tras cuatro meses de investigación, solo se ha podido confirmar la reutilización de una prenda de casi una treintena de piezas de ropa.

Nacional —

Media Pila - Provincia de Buenos Aires

Fundación Mediapila es una organización sin fines de lucro dedicada a promover la inclusión laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad social y económica.

Su modelo de inclusión laboral se basa en tres ejes fundamentales:

capacitación en oficio - técnica, desarrollo personal e inserción laboral.

Para saber más> <https://mediapila.org.ar/>

Cooperativa de Diseño - Provincia de Buenos Aires

Grupo de diseñadoras que trabajan junto a organizaciones autogestionadas en proyectos de diseño con impacto social. Su interés es trabajar en contexto, desde lo colectivo y de forma integral para poner las herramientas de diseño al servicio de los sectores populares.

Su tarea en la fábrica recuperada IMPA (Industria Metalúrgica y Plástica Argentina): La Emilia Pezzati Comparte proyecto con otras compañeras de la gráfica y el audiovisual: "Llegamos a IMPA con la idea de volcar el diseño a las luchas populares, a un proyecto justo y transformador. Acá estamos hace nueve años. Peleando". Creativas y muy batalladoras, las diseñadoras dejaron su huella en el packaging de Durax y en los estampados de una línea de acolchados muy coqueta de Alcoyana. Ahora andan amasando un proyecto integral con 15 empresas recuperadas: "Entendemos el diseño no solo como algo creativo, sino también como una herramienta para cambiar la realidad".

Para saber más> <https://cooperativadedisenio.com/>

Silobag - Provincia de Buenos Aires

Primera marca que está innovando con la reutilización de silo bolsas en desuso para crear nuevos productos con triple impacto. Mochilas, carteras, bolsos, accesorios y mucho más, que son reciclados y reutilizables, tres veces más resistentes y personalizables. Además de tratarse de productos 100% reciclados, Silobag fomenta la inclusión social creando

oportunidades laborales para incentivar el sustento económico independiente, en talleres sociales y cooperativas, en el interior del país, alejados de los principales centros urbanos.

Para saber más> <https://www.silobag.fashion/>

Antipop - Provincia de Santa Fe

Antipop es una marca de ropa y accesorios de moda. Tiene como objetivo la realización de prendas simples pero con un estilo y una impronta muy marcadas que permiten combinar el confort al mismo tiempo resaltar la sensualidad y la belleza de todos los cuerpos –femeninos- (o todos aquellos que quieran usar las prendas).

Su idea es que todas las prendas sirven para usar en muchos contextos. El atractivo reside en que los consumidores pueden interesarse en la marca por muchos motivos (para entrenar, salir, estar en su casa, etcétera).

Hay una consigna latente en todos los productos, que implica sobre todo la liberación de los cuerpos, el cuestionar constante de ese “deber ser” que tanto oprime, y la alegría y el placer que implica poder ser y mostrarse sin prejuicios abandonando un poco el miedo a la mirada del otro. La ropa construye el “yo” de cada día y el sustrato filosófico de Antipop apela a que esa construcción sea desde la aceptación, el amor y la posibilidad del juego al elegir cada atuendo.

Desde lo objetivo, entienden la vital importancia del trabajo colectivo, del soporte constante y la toma de conciencia de la necesidad de crear redes de intercambio y colaboración que fomenten darle luz a todo proyecto artístico y autogestivo. Colaboran con otros artistas y emprendedores.

Confeccionan las prendas por pedido bajo el paradigma de "slow fashion" (moda lenta) para no generar desperdicio de telas e insumos y, asimismo disminuir el gasto en recursos energéticos.

Su fuerte es comunicar a través de las prendas.

Creen que vestirse es también un acto político y en su filosofía hay también algo de eso. En todo el proceso productivo están muy presentes como máximas la defensa de la soberanía del individuo y su cuerpo y la firme necesidad de construir y ver la moda más allá del paradigma consumista. Por ello, buscan incluir todos los talles, realizar colaboraciones entre colegas y concientizar sobre la necesidad de derribar los viejos estándares de belleza (sobre todo la femenina).

La "cara visible" y creadora de la marca es Gogó, aunque sería absurdo pensar que ANTIPOP es ella sola. Mucha gente colabora en que sean posibles los diseños, las estampas, la confección y la logística. Siempre desde el amor, el respeto y el trabajo bien remunerado.

Para saber más> <https://www.antipop.com.ar/>

Investigación Primaria

Tema de investigación

Fortalecimiento económico de la cadena de suministros entre las mujeres emprendedoras de PyMES y las mujeres costureras de la Industria Textil de la provincia de Santa Fe.

Contexto: **Abastecimiento de recursos entre los actores**

¿Cómo podemos ayudar a mujeres emprendedoras o dueñas de PyMES a generar puestos de trabajo decente para costureras en la cadena de suministro textil?

Objetivos

General

- Analizar la gestión de producción de las PyMES en el contexto de la incorporación de trabajadoras costureras.
- Analizar las formas de trabajo y productividad de las mujeres en el sector textil en situación de vulnerabilidad y precarización de la provincia de Santa Fe post-pandemia.

Específicos

- Analizar el proceso productivo del sector textil en los talleres donde las empresas tercerizan la producción.
- Indagar en las características del trabajo de los agentes que producen en los talleres y sus estrategias de reproducción social y económica.
- Identificar espacialmente la localización de las mujeres costureras del sector textil en la provincia de Santa Fe, para reconocer regularidades.
- Investigar las formas de potenciar la productividad, para que los momentos de baja no perjudiquen la demanda.

Muestra

Provincia de Santa Fe

Género: Mujeres

Rango etario: 25 a 60 años

Lugar de análisis: Talleres de costura - Hogar - Ferias

Tamaño: 17

Técnicas de investigación (Anexo 1 y Anexo 2)

- Investigación generativa
- Fuente de investigación secundaria
- Entrevista y encuestas
- Mapa de empatía
- Mapa de afinidad

- Modelos mentales
- Customer Journey

Usuarios

Directos

Emprendedoras dueñas de negocios y/o de PyMES de productos textiles únicos, de diseño.

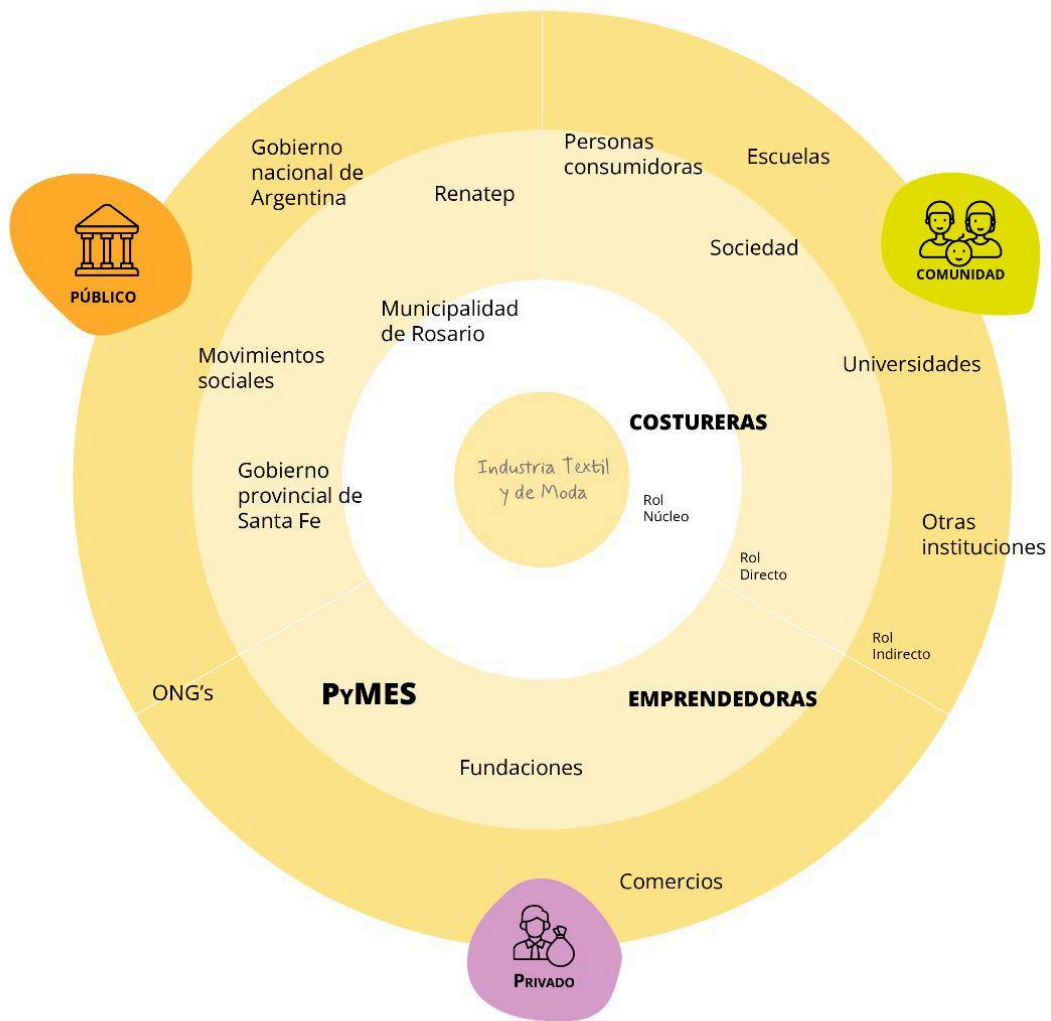
Indirectos

Mujeres emprendedoras y/o talleristas de la comunidad textil.

Las mujeres trabajadoras provenientes de la economía popular, que han quedado al margen de las relaciones asalariadas tradicionales.

Para encontrar variables de análisis utilizamos la metodología de [encuesta](#) para entender y comprender las necesidades de nuestro objeto de estudio. En el Anexo 1 se encuentra detallada la misma.

Realizamos 17 encuestas, lo que nos permitirá relevar y cruzar datos con las entrevistas, y analizar los resultados de las mismas con las herramientas de investigación mencionadas anteriormente para llegar a una conclusión final a partir del relevo de la información generada.



Mapeo inicial de actores

Investigación Secundaria

Nota de periodico Pausa

Renatep: hacia los derechos laborales en la economía popular

El Registro Nacional de Trabajadores de la Economía Popular es un primer paso para garantizar los derechos del sector. Un informe reciente confirma que la mayoría de las precarizadas son mujeres.

Entre julio de 2020 y febrero de 2021 se inscribieron al Renatep 2.093.850 trabajadoras y trabajadores. El 4,4% de esa cifra (94.129) pertenece a la provincia de Santa Fe.

Las mujeres superan en cantidad a los varones (57,1%, relación inversamente proporcional a la observada en el sector privado, donde las trabajadoras representan el 33%). La tendencia se mantiene en casi todas las ramas, excepto en aquellas históricamente masculinizadas como transporte y construcción. Además, 1881 personas se auto perciben como feminidades trans/travesti, 1299 como masculinidades trans y 1809 se declaran como pertenecientes a otras categorías de género.

Para saber más> <https://www.pausa.com.ar/2021/05/renatep-hacia-los-derechos-laborales-en-la-economia-popular/>

Principales características de la economía popular registrada.

Informe Noviembre 2022

Para saber más> https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_renatep_noviembre_2022_v3.pdf

Trabajo decente y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible

Para saber más>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_470340.pdf (pag. 2 - 10)

Promoviendo la igualdad de género Convenios de la OIT y los derechos laborales.

- Convenio N° 100 Igualdad de remuneración
- Convenio N° 111 Discriminación en el empleo y ocupación
- Convenio N° 156 Trabajadores con responsabilidades familiares
- Convenio N° 183 Protección a la maternidad

Para saber más>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_184031.pdf
(pág. 39-43)

Reestructuración productiva del sector textil en el área metropolitana
Córdoba. Territorio y agentes. 2015-2018

Para saber más> https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.11272/ev.11272.pdf

Conclusiones finales de encuestas y entrevistas

Para comprender el desafío planteado realizamos un cruzamiento de datos obtenidos de las entrevistas y encuestas en una muestra de (17) personas usuarias.

Analizamos que el problema central se desarrolla en ambas usuarias (tanto como dueñas de PYME y mujeres costureras) de la cadena de valor de la industria textil.

El rango etáreo del perfil está dado entre los 35 y 45 años ubicandolas en la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe.

Frente a este contexto, la mayoría dedica su tiempo a ser emprendedora/costurera, que lo hace por hobby y que por esta razón también se dedican a otros rubros; se desempeñan en otros ámbitos similares y necesitan sentirse seguras trabajando en éstos otros rubros, los cuales no son su principales fuentes de ingresos.

Desarrollan su tarea como emprendedora/costurera en su casa; para lo cual, validamos que los lugares de trabajo no están en un "lugar unificado" con otras colegas del rubro sino que están organizados de manera independiente.

Con respecto a los tiempos, no estipulan su labor con un tiempo determinado sino que lo desarrollan a demanda, en horarios flexibles y "cuando tienen tiempo".

A pesar de las dificultades en su forma de relacionarse, tienen lectura del contexto y por esta razón consideran que es un trabajo mal remunerado, que no se valoriza, siendo ésta una característica propia del rubro.

Para desarrollarse como emprendedoras/costureras necesitan de un herramienta de trabajo como lo es la máquina de coser, que la adquirieron porque les fue heredada o se la compraron con sus propios ahorros. Pocas conocen otras oportunidades de financiamiento para adquirirlas.

Otro dato interesante respecto al problema planteado, es que pocas utilizan las ferias, eventos, como herramientas para hacer networking; justamente por falta de disponibilidad en los tiempos.

Concluimos que la gestión del tiempo, la adquisición de herramientas de taller para autofinanciarse, el networking y la informalidad del rubro por inestabilidad económica, son cuestiones fundamentales para el objeto de estudio: la relación que se establece entre emprendedoras-costureras frente a un contexto de inestabilidad económica.

Hipótesis

Desde la experiencia de las PyMES que están insertas en el rubro textil, que quieren realizar su producción con una base sostenible, las mismas no encuentran personas para delegar el trabajo de costura, corte, armado. Teniendo que recurrir a talleres donde aparecen problemáticas de trabajo mal remunerado, sin trato justo, no se respetan los tiempos y las condiciones no son óptimas.

Asimismo, para las costureras hay poca remuneración económica, falta de maquinarias y de capacitaciones y no reciben la retribución monetaria que solicitan, teniendo que negociar constantemente por retribuciones inferiores, generando así denigración de su labor y no pudiendo de esa forma cerrar proyectos de trabajos.

Adaptar los modelos de negocios a moda circular, lo cual llevaría a una modificación en cuanto a cuestiones de sustentabilidad, perspectiva de género, rol social de los actores de la cadena de suministro y de **nuevas formas de organización** generaría vínculos estables entre estos dos factores principales identificados: dueñas de PyMES y costureras, mejorando y fortaleciendo la cadena de suministros.

Objetivos del Proyecto de Modelo de Negocio y Organización

Generales

- Generar un modelo de negocio de triple impacto en relación a sustentabilidad, empleo informal y perspectiva de género.
- Fomentar y *concretar* el encuentro presencial, entre los actores identificados (emprendedoras y/o dueñas de PyMES, mujeres costureras independientes o que pertenezcan a un taller), para así potenciar las relaciones entre los actores mencionados.
- Minimizar las condiciones para el trabajo informal y generar transparencia en contrataciones laborales.
- Generar capacitaciones para mujeres dueñas de PyMES y/o emprendedoras, para mujeres costureras o talleristas para lograr el empoderamiento de las mismas.

Impactos esperados para el Proyecto de Organización

Para PyMES o emprendedoras

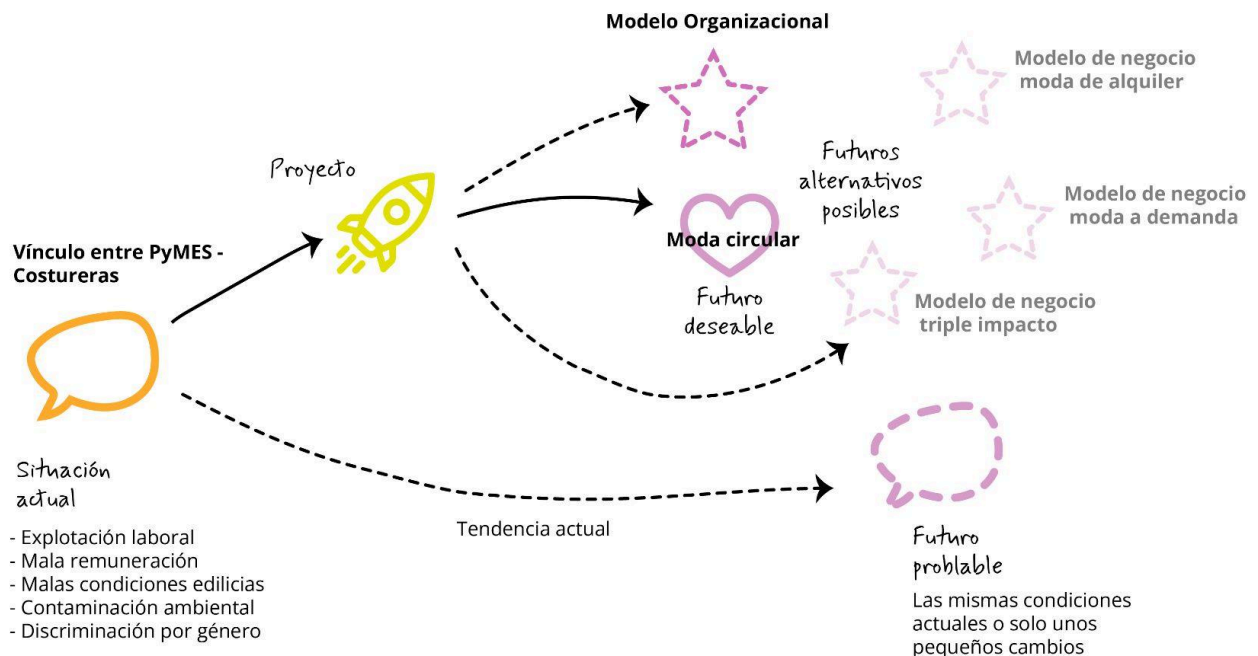
- Facilidad para localizar y entablar vínculos con costureras
- Transparencia en tiempo estimados de producción
- Mejor relación laboral con contratadas temporalmente
- Aumento de producción pero no a costa de explotación laboral
- Aumento de ventas
- Fortalecimiento de vínculos y por ende estabilidad en su producción.
- Fomento de la perspectiva de género.
- Empoderamiento a través de conocimientos adquiridos por capacitaciones.
- Estabilidad en la producción.

Para costureras

- Facilidad para localizar y entablar vínculos con PyMES o emprendedoras.
- Formalización del empleo o transparencia de condiciones.
- Mejora en las condiciones de trabajo.
- Transparencia en tiempos estimados de producción en concordancia con buena remuneración por los trabajos realizados.
- Mejor remuneración por trabajos realizados.
- Fomento de la perspectiva de género.
- Fortalecimiento de vínculos y por ende estabilidad en su producción.
- Empoderamiento a través de conocimientos adquiridos por capacitaciones.
- Estabilidad laboral.

Propuesta de valor en la Industria Textil y de Moda

Fortalecimiento económico, laboral y social de la cadena de suministros entre las mujeres emprendedoras de PyMES y mujeres costureras de la industria textil



Planteamos dos propuesta de valor que se vinculan y relacionan entre sí:

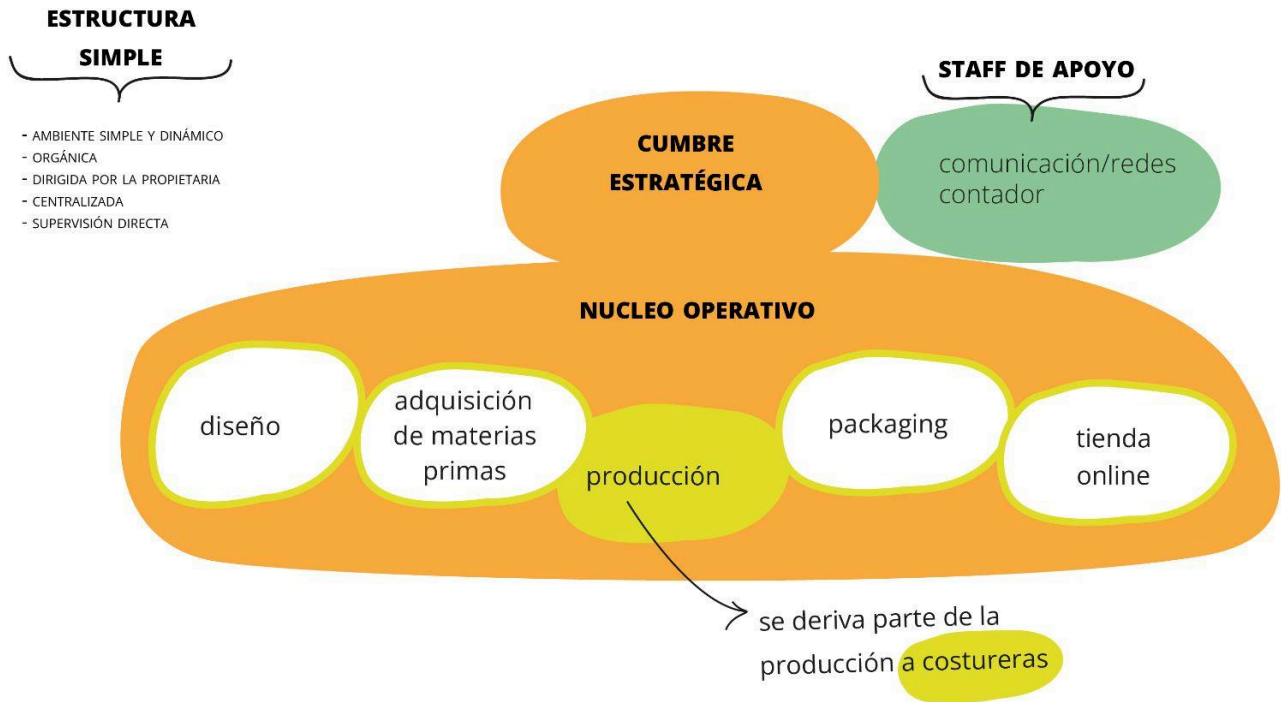
1- Modelos de negocios: realizando un análisis de tres Lean Canvas y proponiendo a partir del mismo tres modelos de negocios (Anexo 3).

2- Modelo Organizacional: generando un cambio, un fortalecimiento económico de la cadena de suministros entre las mujeres emprendedoras de PyMES y mujeres costureras, *potenciando encuentros y alianzas* entre estos actores reconocidos principales a través de la aplicación de distintos recursos que se detallarán.

Acerca de la **segunda propuesta** (Modelo Organizacional) trata este proyecto.

Configuración estructural de una PyME.

Caso de ejemplo Aggiornata (Ver Anexo 3)



¿Por qué y en qué debería innovar?

Aggiornata hoy cuenta con un sistema de producción llevado a cabo por una sola persona y en algunas oportunidades se deriva a terceras, pero no alcanza a producir un volumen de productos que permitan lograr un crecimiento a pesar de la demanda de sus productos.

Debería innovar en su organización interna: gestión de producción, delegación de tareas, asignación de responsables en las distintas tareas.

Para poder lograr un **crecimiento económico, sustentable y sostenible como mencionamos** en el modelo de moda circular.

Gestión de producción { Podemos reflejar el siguiente relevamiento de actores en este rubro dada la experiencia y el trabajo de la organización a través de los años y su relación con los mismos.



Propuesta de valor

*Armar una red de encuentro entre los distintos actores. Que sea presencial y mediante el uso de la tecnología: desarrollo de una **web app** para facilitar y agilizar las alianzas generadas en el encuentro.*

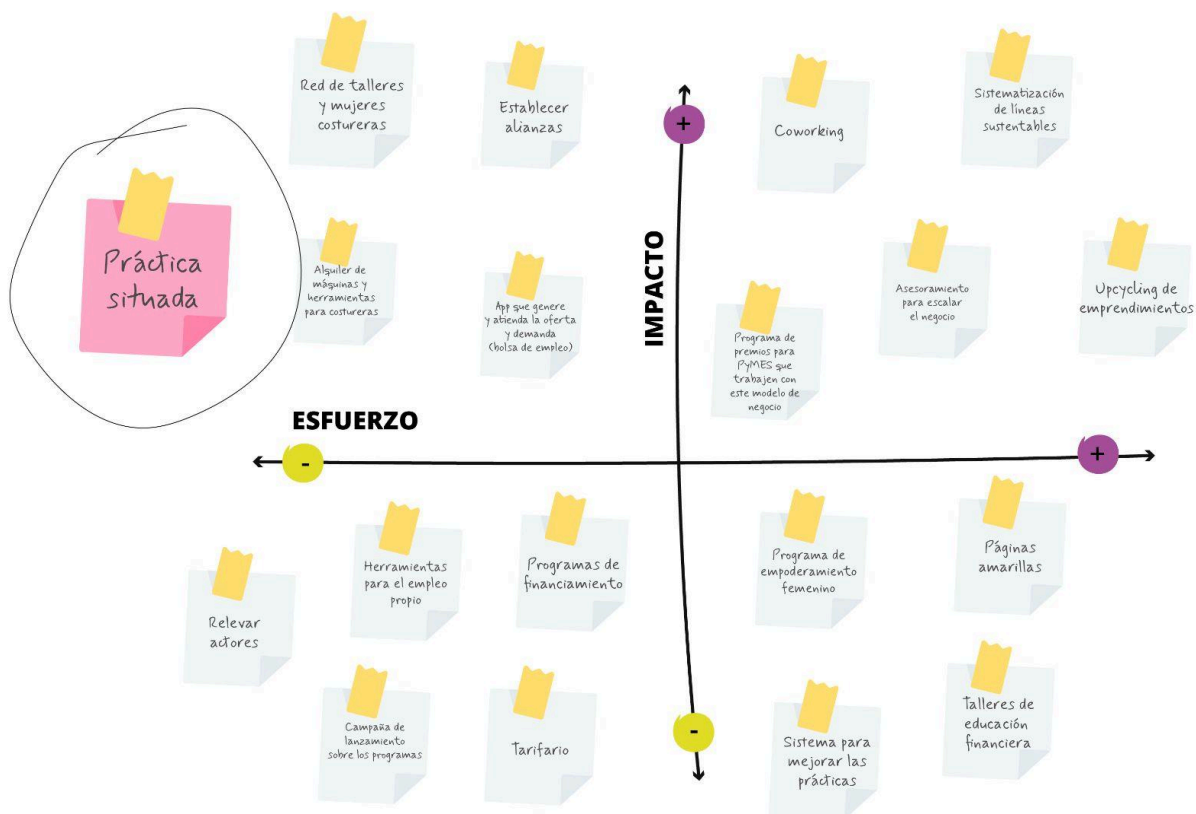
Contribuir a un modelo de organización que permita visualizar el rol de las costureras y emprendedoras en la industria textil en la Provincia de Santa Fe, para generar un modelo escalable a utilizar en otras regiones del país y aportar al mejoramiento de las condiciones de trabajo.

El modelo de organización estará basado en la formulación de alianzas y en el cooperativismo de distintos sectores que identificamos que influyen en el ámbito de la Industria Textil y de Moda y que favorecerían al vínculo entre PyMES y costureras. Ellos son contadoras, abogadas, dueñas de comercios, etc.

Está basado en la colaboración de dueñas de PyMES y costureras, pero es fundamental también establecer lazos con aquellos otros rubros que mencionamos anteriormente para lograr los objetivos previstos.

Mapa de priorización

Para poder priorizar con cuál acción se inicia el plan de acción del modelo de organización propuesto, se aplicó un mapa de priorización entre todas las ideas de acciones generadas a partir de un brainstorming, utilizando una matriz de esfuerzo e impacto.



Plan de acción

Generar en principio y con prioridad un encuentro entre los diferentes actores identificados. Al encuentro se lo llamará: **Tejiendo redes: encuentro de mujeres.**

Es un encuentro de *Experiencia inmersiva*. ¿Qué significa? Significa brindarle a la persona usuaria una vivencia contextual interesante, innovadora y radical, haciendo que el contacto entre los distintos actores sea personalizado y único. En un escenario de mucha disputa para atraer audiencias, esta es una estrategia que puede resultar muy eficiente.

Práctica situada

En este mismo encuentro se generaría una práctica situada, generando enlaces territoriales para la equidad de género.

Se trata de una experiencia de un día con talleres, sesiones de networking y un desfile de moda para mostrar y celebrar el trabajo de las costureras y las mujeres emprendedoras.

Se reúne a costureras y propietarias de PyMES, emprendedoras; fomentando la colaboración y la creación de redes o alianzas.

La idea es que se *conozcan*, que compartan sus miedos, proyectos, etc.; que puedan diseñar y producir en última instancia y para finalizar el encuentro: un objeto.

Networking: crear un espacio de coworking que reúna a costureras, diseñadores y pequeños empresarios, permitiéndoles trabajar juntos en proyectos textiles y compartir conocimientos.

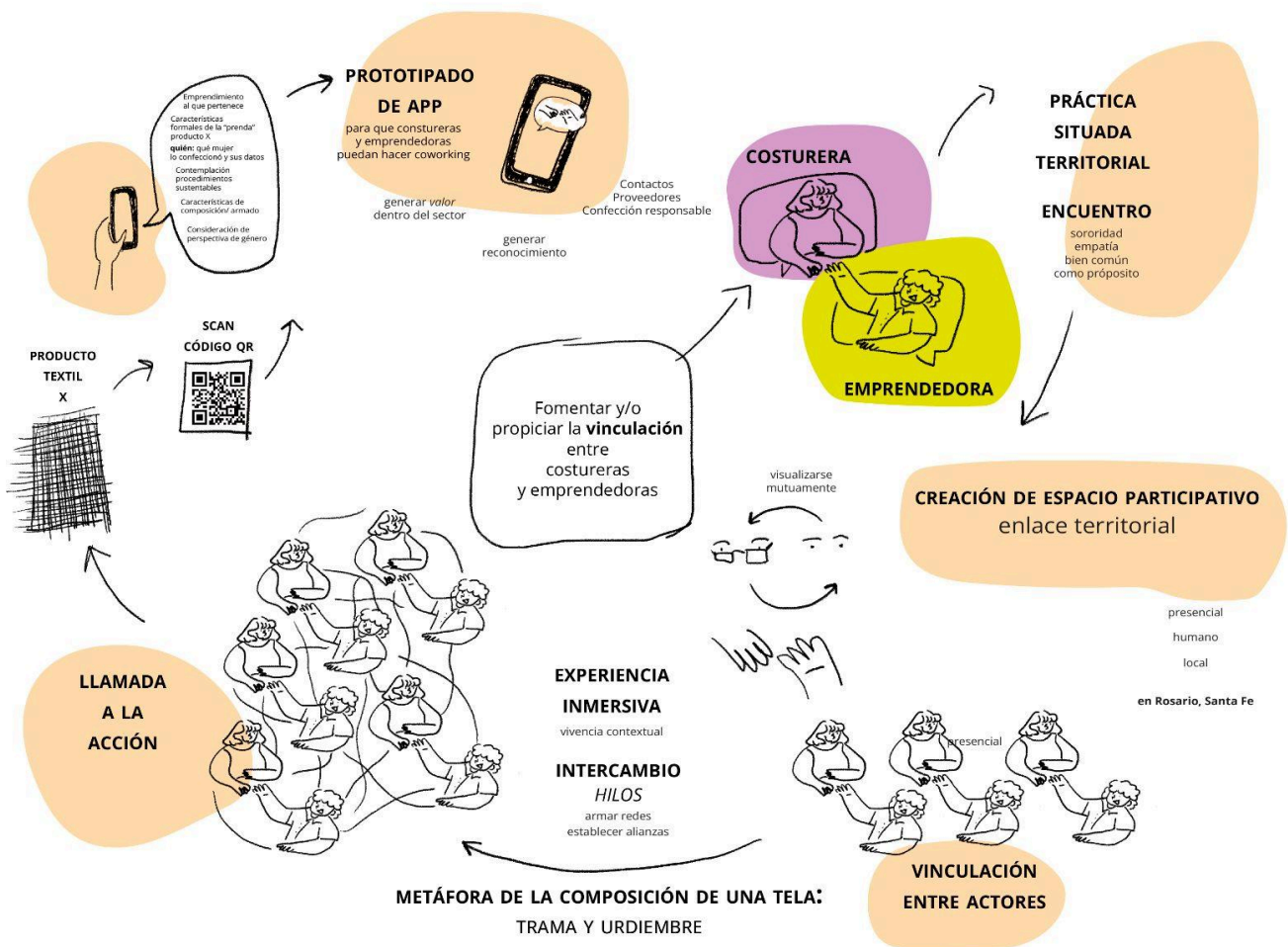
Talleres

- **Moda Circular y Sostenibilidad:** Entender los principios de la moda circular. Cómo implementar estrategias de diseño y producción sostenibles. Promoción de productos reciclados y reutilizables.
- **Programa de formación que enseñe a las costureras a utilizar materiales sostenibles y ecológicos,** permitiéndoles producir prendas que sean mejores para el medio ambiente. Transforma los residuos textiles en nuevos productos como decoración del hogar o complementos, generando ingresos adicionales para las costureras y reduciendo los residuos.
- **Economía Circular en las PyMES:** Incorporación de principios de economía circular en los procesos de negocio. Cómo alargar el ciclo de vida de los productos. Estrategias para cerrar el ciclo de materiales.
- **Capacitación en educación financiera:** tanto para PyMES como para emprendedoras, empoderamiento financiero: Taller sobre gestión financiera personal y empresarial. Cómo mejorar la eficiencia en la gestión de ingresos y gastos. Estrategias para el acceso a financiamiento y opciones de inversión.
- **Capacitación en leyes referidas al empleo:** trabajo productivo, inclusivo y digno, centrado en un contexto social adecuado. Leyes Laborales y Derechos de las Trabajadoras: Conocimiento de derechos laborales y normativas específicas. Estrategias para crear un entorno laboral seguro y saludable. Prevención de la discriminación de género en el trabajo.
- **Perspectiva de Género en el Mundo Empresarial:** Explorar la importancia de la equidad de género en el entorno laboral y cómo puede beneficiar a las PyMES. Estrategias para promover un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.
- **Networking y Colaboración:** Actividades para fomentar la creación de redes entre las participantes. Oportunidades de colaboración entre las PyMES y las costureras.
- **Marketing Inclusivo:** Cómo diseñar estrategias de marketing que respeten la diversidad y la inclusión. Creación de campañas que empoderen a las mujeres y promuevan la igualdad.

- **Habilidades Digitales:** Taller sobre el uso de herramientas digitales para mejorar la eficiencia en los negocios. Cómo aprovechar las redes sociales para la promoción y venta de productos.
- **Historias de Éxito y Motivación:** Compartir experiencias exitosas de mujeres emprendedoras. Consejos y lecciones aprendidas en el camino empresarial.

Llamada a la acción

Rol Play: Generar una actividad simbólica con hilos de armado de una red. A partir de ahí, con un QR decantan en la aplicación móvil.



Aplicación FemWorka

Diseño de una aplicación móvil pensada para mujeres, que permita el acceso a dos usuarios: PyME y costureras, cada una visualizará funcionalidades distintas y ajustadas a sus necesidades.

El objetivo es generar una red de trabajadoras mujeres, ya que identificamos que hay una estrecha relación entre el trabajo informal y el género femenino. Planteamos la generación de esta red para generar un sostén ante la precariedad laboral de quienes puedan ofrecer sus servicios o productos en esta aplicación. Así elimina intermediarios en la cadena de suministro textil conectando costureras directamente con propietarios de pequeñas empresas, reduciendo costos y aumentando la rentabilidad para ambas partes.

Pensamos que la mujer trabajadora debería poder ofrecer una tarifa fija respecto a su trabajo o servicio, para que no quede lugar a una negociación, ya que identificamos que ese proceso es un desencadenante de precariedad laboral.

Ampliando el concepto de búsqueda de empleo, se ideará una bolsa de trabajo que conecte a las costureras con propietarios de pequeñas empresas que necesitan completar proyectos textiles, lo que les permite elegir los proyectos en los que trabajarán.

Por ejemplo, las costureras podrán buscar empleo (pequeños proyectos laborales disponibles), realizar un seguimiento fácil de sus horas de trabajo, recibir el pago a través de una pasarela de pago segura, realizar capacitaciones online, adquirir maquinarias. Y las PyMES podrán publicar avisos de proyectos laborales disponibles, realizar seguimiento del estado del proceso del proyecto laboral, realizar el pago, contactarse y comunicarse a través de un chat con las costureras.

Las costureras en la aplicación podrán calificar y evaluar a los propietarios de pequeñas empresas en función de su trato a las costureras, promoviendo prácticas laborales justas y empoderando a las costureras. Y las emprendedoras, caso contrario.

Entre otros datos del perfil, es importante que tengan un lugar para contar una pequeña parte de su historia y de lo que tienen que ofrecer. También nos parece interesante que tenga un apartado que mencione si cuentan con monotributo, o cuáles son sus expectativas de formalidad laboral. Y en caso de que no cuenten, por ejemplo, como mencionamos antes, con monotributo, poder solicitar asesoramiento de otro profesional que pertenezca a esta red generada en la aplicación y así ingresar en el sistema formal de trabajo.

En el prototipo realizado, si arrancamos desde el principio del flujo proyectado, el primer paso es un login en la aplicación.

El segundo paso, como persona usuaria que busca profesionales que ofrezcan sus productos o servicios, tenemos realizada una división en diferentes categorías.

Pasamos al siguiente paso, ingresando en este caso en costurería, y podemos visualizar la oferta que hay. Se puede realizar una búsqueda con filtros aplicados.

También proponemos notificaciones para mantenernos al día con cualquier novedad.

Si ingresamos en una de las cards propuestas, podremos visualizar en detalle la información anteriormente mencionada respecto al perfil del profesional.

Reflejamos esta idea de comunidad, en un apartado en el que solicitamos que el profesional se una a nuestra red.

Nuestra propuesta a proyectar a futuro, es que la idea de red se vea reflejada en los encuentros presenciales que se realizarían con periodicidad y también en la aplicación a través de chat o foros comunitarios.

Prototipo en baja calidad

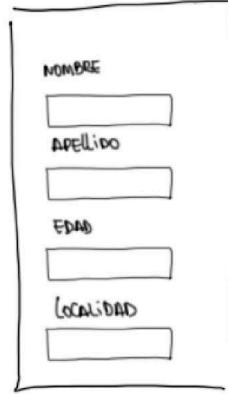
1



2



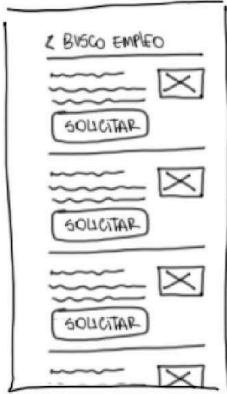
3



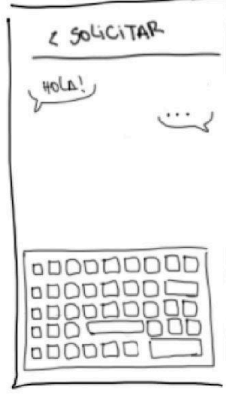
4



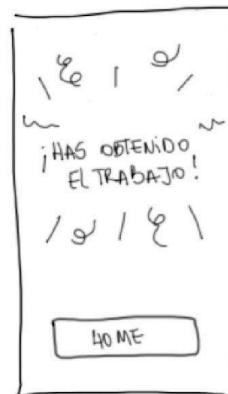
5



6



7



Prototipo en calidad media

1



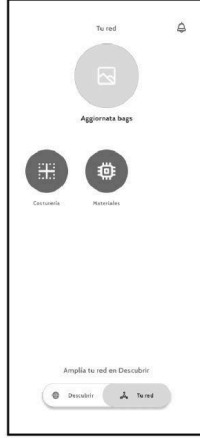
2



3



4



5



6



7

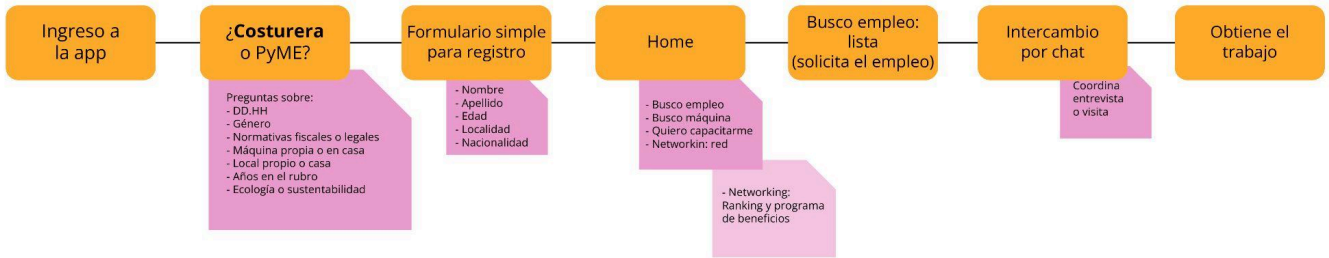


8

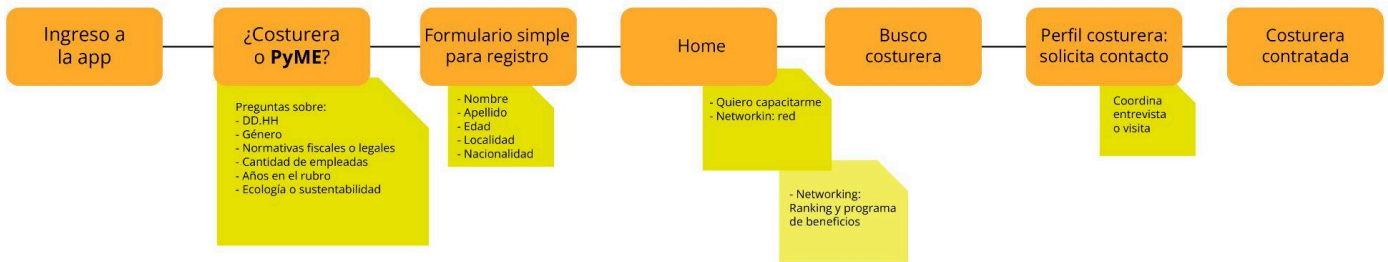


Happy Path - "Camino feliz": pasos para concretar la tarea de establecer un primer contacto

Usuario costurera



Usuario PyME



Link a prototipo interactivo>

<https://www.figma.com/proto/ZcjJVtXC2udWy6mymWTKcp/Worka?page-id=1%3A15913&type=design&node-id=4-19476&view-port=387%2C229%2C0.15&t=4BfBYiqSwjaNErf2-1&scaling=scale-down&starting-point-node-id=14%3A9100&mode=design>

Cronograma de propuesta

Es importante poder conseguir financiamiento a través de diferentes organizaciones públicas o privadas. Algunas de ellas, podrían ser aquellas interesadas en temáticas ambientales, en perspectiva de género, en reducción de empleos informales que ya tengan programas que coincidan con estas temáticas. Tales podrían ser aseguradoras, bancos como La Segunda, el banco Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) o grandes empresas productoras de indumentaria que hoy en día cuentan con fundaciones que están llevando adelante acciones a favor del medio ambiente y de las trabajadoras de la Industria Textil y Moda.

También se podría considerar agrupaciones sindicales regionales, como la Asociación de Costureras de la Provincia de Santa Fe, que hoy en día tienen en plan de lucha en su agenda estas temáticas.

Llevándolo al contexto nacional creemos que hoy en día es muy difícil la posibilidad de políticas que favorezcan el financiamiento de este tipo de proyectos. En cambio, si tenemos en cuenta que es un proyecto a realizar en escala regional para luego ir replicándose a nivel nacional, en la provincia de Santa Fe y más específicamente la ciudad de Rosario, en el año 2023 se abrió la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil en la Universidad Nacional de Rosario y tenemos conocimientos de que en la secretaría de extensión se están realizando proyectos enmarcados en estas temáticas, lo cual podrían ser un financiamiento para el proyecto que estamos planteando.

Estimativamente para llevar a cabo todo el proyecto y comenzar a ver resultados al respecto, creemos que podría llevar entre 1 año y medio o 2 años aproximadamente.

Planificación y diseño inicial

Definición de objetivos y alcance

Reunión con el equipo para establecer metas y objetivos específicos del proyecto.

Identificación de las áreas clave de enfoque (empresarial, capacitación, tecnológica).

Investigación y recopilación de recursos

Investigación de necesidades y desafíos específicos de mujeres dueñas de PyMES y costureras.

Recopilación de recursos disponibles para la capacitación y desarrollo de la aplicación web.

Diseño de la estructura del proyecto

Elaboración de un plan detallado de actividades y asignación de responsabilidades.

Diseño de encuentros presenciales y estructura de las jornadas de capacitación presenciales o por la aplicación.

Inicio del diseño conceptual de la aplicación web.

Implementación y desarrollo

Lanzamiento del Proyecto.
Anuncio oficial del proyecto a la comunidad objetivo.
Convocatoria para participantes y colaboradores.

Encuentros presenciales y capacitación

Realización de encuentros presenciales para establecer conexiones y compartir información.

Inicio de las jornadas de capacitación en áreas clave (gestión empresarial, habilidades tecnológicas, sector contable, habilidades de comunicación, etc.).

Desarrollo de la Aplicación Web

Contratación o asignación de desarrolladores para iniciar el desarrollo.
Definición de características y funcionalidades de la aplicación.

Evaluación y ajustes

Evaluación intermedia

Revisión del progreso del proyecto y ajustes según sea necesario.
Obtención de retroalimentación de los participantes.

Continuación de actividades presenciales y capacitación

Seguimiento de encuentros presenciales y jornadas de capacitación.
Reforzamiento de temas según las necesidades identificadas.

Pruebas de la Aplicación Web

Realización de pruebas de usuario para la aplicación web.
Ajustes finales antes del lanzamiento.

Lanzamiento y sostenibilidad

Lanzamiento de la Aplicación Web

Lanzamiento oficial de la aplicación web.
Capacitación sobre su uso.

Evaluación final y planificación para la continuidad

Evaluación final del proyecto y logros alcanzados.
Desarrollo de un plan para la continuidad y sostenibilidad del proyecto.

Implementación

Lista de tareas y consideraciones específicas para la implementación del proyecto.

Logística de Encuentros presenciales:

Identificación de ubicaciones para los encuentros presenciales.

Coordinación de fechas y horarios convenientes para las participantes.

Gestión de transporte, si es necesario.

Preparación de material necesario para las reuniones.

Jornadas de capacitación:

Selección de facilitadores o formadores para las diferentes áreas de capacitación.

Desarrollo de materiales didácticos y recursos de capacitación.

Creación de un programa detallado para cada jornada.

Evaluación continua del progreso de las participantes.

Desarrollo de la Aplicación Web:

Contratación o asignación de un equipo de desarrollo.

Definición de los requisitos específicos de la aplicación.

Establecimiento de hitos y plazos para el desarrollo.

Implementación de un sistema de prueba y revisión antes del lanzamiento.

Comunicación y participación:

Creación de una estrategia de comunicación efectiva para mantener informadas a todas las partes interesadas.

Establecimiento de canales de comunicación, como grupos en redes sociales, listas de correo electrónico, etc.

Fomento de la participación activa de las mujeres dueñas de PyMES y costureras.

Seguimiento y evaluación:

Establecimiento de indicadores de éxito y métodos de evaluación.

Recopilación regular de datos y retroalimentación.

Ajuste continuo del proyecto según los resultados obtenidos.

Sostenibilidad:

Desarrollo de un plan para la continuidad del proyecto después de la fase inicial.

Exploración de posibles fuentes de financiamiento a largo plazo.

Creación de alianzas y colaboraciones para fortalecer la sostenibilidad.

Tecnología y acceso:

Importante: Asegurarse de que todas las participantes tengan acceso a la tecnología necesaria para la aplicación web.

Ofrecer capacitación básica en tecnología si es necesario.

Garantizar la accesibilidad de la aplicación para diferentes dispositivos y niveles de habilidad tecnológica.

Evaluación de Riesgos:

Identificación de posibles riesgos y desarrollo de estrategias de mitigación.

Establecimiento de un plan de contingencia en caso de problemas inesperados.

Celebración de Logros:

Reconocimiento y celebración de los logros alcanzados durante el proyecto.

Organización de eventos para destacar el éxito de las participantes y el impacto positivo en la comunidad.

En el caso del cronograma y la implementación del mismo, es un punto de partida *general* y va a estar necesitando ajustes e iteraciones constantes según detalles y recursos disponibles.

Costos

Para tener un costo aproximado, es necesario tener en cuenta y contemplar factores como la escala del mismo, salarios locales, inflación e inestabilidad de situación económica en el país.

Por eso, a continuación se detalla una estimación general, éstos son valores aproximados.

Encuentros presenciales y capacitación:

Alquiler de espacios: \$20,000 - \$30,000 por evento, dependiendo del espacio.

Transporte: \$20,000 - \$40,000 de alquiler de un omnibus por día.

Materiales y logística: \$30,000 - \$50,000 por evento.

Honorarios de facilitadores:

Variable, dependiendo de la experiencia y duración de las jornadas.

Desarrollo de la Aplicación Web:

Costos de desarrollo:

\$3000 dólares.

Por un trimestre de trabajo (lo suficiente para desarrollar un MVP) de un equipo conformado por un Product Manager, un programador, un diseñador UX/UI y un QA (puede variar significativamente según la complejidad del alcance definido del MVP).

Contempla:

Pruebas y revisión.

Mantenimiento inicial (durante un mes -adicional a los 3 meses de desarrollo).

Comunicación y participación:

Estrategia de comunicación: \$30,000 - \$50,000.

Creación de materiales promocionales: \$30,000 - \$50,000.

Gastos de participación activa: \$50,000 - \$80,000 (para incentivos, premios, etc.).

Seguimiento y evaluación:

Herramientas de evaluación y recopilación de datos: \$15,000 - \$30,000.

Personal dedicado a la evaluación: \$80,000 - \$100,000 semanales por jornadas de 15hs semanales.

Sostenibilidad:

Desarrollo de un plan de sostenibilidad: \$120,000 - \$300,000.

Búsqueda de financiamiento a largo plazo: Variable.

Tecnología y acceso:

Capacitación en tecnología: \$80,000 - \$100,000.

Garantizar accesibilidad tecnológica: Variable.

Evaluación de riesgos:

Fondo de contingencia: 10% del presupuesto total.

Celebración de logros:

Eventos de celebración: \$100,000 - \$300,000.

En este punto es crucial contemplar la posibilidad de financiamiento de las entidades mencionadas en un principio.

Testeo

Para establecer los indicadores a tener en cuenta del éxito de la implementación del proyecto, es importante definir cómo se lo va a medir.

Si nos referimos a la aplicación web, deberíamos tener en cuenta aspectos de la misma respecto a:

- **Funcionalidad y usabilidad**, puede ser a través de pruebas de usabilidad con usuarios reales y aplicando diferentes metodologías.
- **Compatibilidad**, puede ser probando la misma en diferentes navegadores web (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, etc.).
- **Rendimiento**, puede ser realizando pruebas de carga para evaluar cómo la aplicación maneja un número de usuarios en simultáneo, verificando el tiempo de carga y realizando ajustes para mejorar el rendimiento si es necesario.
- **Seguridad**, puede ser realizando pruebas de seguridad para identificar y corregir posibles vulnerabilidades (autenticación segura).

Si nos referimos a los encuentros, capacitaciones y vínculos generados entre los diferentes actores:

- Ejemplos de indicadores: aumento en la participación, mejoras en las habilidades empresariales, adopción de la aplicación web.
- Realizando una recopilación de datos de los distintos actores en un principio, antes que inicie el proyecto, para luego realizar otra recopilación y comparar. Algunos datos podrían ser: información sobre la situación económica de las mujeres dueñas de PyMES y costureras, nivel de habilidades tecnológicas, entre otros.
- Evaluación continua: utilizar encuestas, entrevistas, grupos focales y otras herramientas para obtener retroalimentación directa de los participantes.
- Monitoreo de la participación y retención: Evaluar la participación continua de las mujeres dueñas de PyMES y costureras en el proyecto, analizando las tasas de retención y participación en eventos, capacitaciones y el uso de la aplicación web.
- Informe de resultados: preparar informes periódicos que destaquen los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas. Compartir estos informes con las partes interesadas y la comunidad en general.

Conclusión

La Industria Textil y de la Moda, es un complejo entramado de temáticas y problemáticas interconectadas. Si bien es una temática que venimos investigando hace muchos años, siempre hay actualizaciones de la misma y nos encontramos con muchas más cosas por investigar, manteniendo el mismo interés que el del principio. Nos fue muy difícil hacer una reducción de la temática para este proyecto y por eso ambas presentamos distintas propuestas pero conectadas entre sí.

Durante el proceso de investigación, trabajamos con la PyME Aggiornata, pero identificamos que sus problemáticas son las que se replican, al menos en forma regional, en organizaciones de la ciudad de Rosario. Nos sirvió para bajar a un ejemplo concreto al momento de hablar de nuestras propuestas y entender que ambas propuestas se pueden utilizar en otras regiones del país, salvando sus particularidades.

La moda circular es un cambio de hábito, es una *forma de vivir*. Y para poder llevarla adelante depende de toda la cadena de suministro, desde el momento en que se piensa o *diseña* una prenda, hasta que se la deja de utilizar y se *piensa* en desecharla. Al hablar de hábito o forma de vivir se debe contemplar que, a pesar de que incluya la palabra "moda", se debe ser constante y mantenerlo en el tiempo, y se necesita del esfuerzo de toda la sociedad para poder realizarlo. Es bastante ambicioso, por supuesto, somos conscientes de eso. Pero también hoy en día, hay cada vez más gente consciente de lo mismo, y es la misma que busca cambiar su forma de consumir productos y servicios, y el acto de comprar su vestimenta no se escapa de eso.

Por eso, a pesar de que en algún momento parezca avasallante y utópico, lo importante está en los procesos y no necesariamente en los resultados inmediatos, sino en el día a día.

El mundo está cambiando con gran rapidez y la Industria Textil y de la Moda no es la excepción. Los avances en la tecnología propician la aparición de nuevos modelos de negocio disruptivos que transforman la manera de hacer las cosas en la industria y deberíamos poder apropiarnos de aquello. No todo se reduce en tecnología, claro, por eso nuestra propuesta para este proyecto fue pensar en salirse de una posible solución digital a través de una aplicación mobile y poder generar esos vínculos entre distintos actores por medio de encuentros presenciales.

Depende de nosotros si nos aferramos a los cambios que nos depara el futuro y formamos parte del mismo para mejorar (al menos intentarlo con acciones pequeñas) un poco las cosas.

Anexo 1: Encuesta

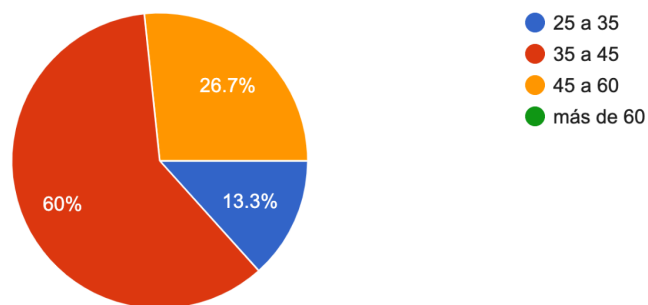
Para encontrar variables de análisis utilizamos la metodología de [encuesta](#) para entender y comprender las necesidades de nuestro objeto de estudio.

Realizamos 15 encuestas, lo que nos permitirá relevar y cruzar datos con las entrevistas realizadas aparte.

1-

Rango de edad

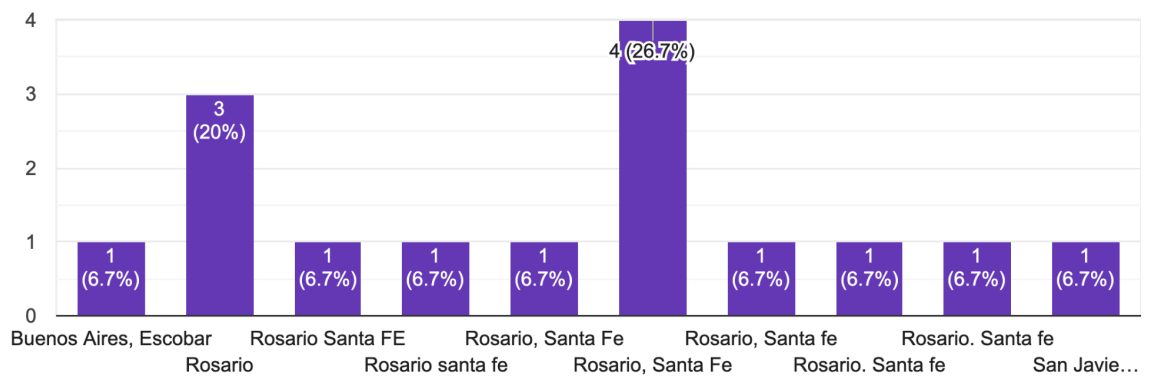
15 respuestas



2-

¿De dónde sos? Indicanos ciudad y provincia.

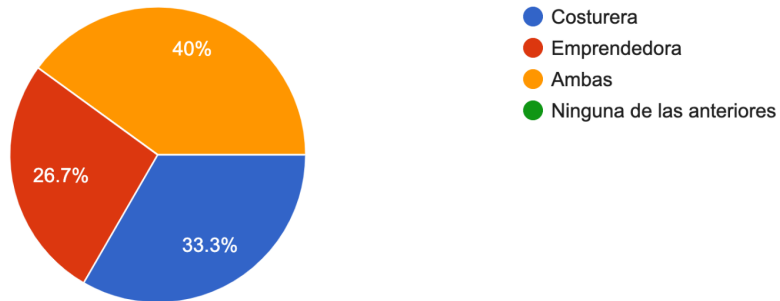
15 respuestas



3-

¿Sos costurera o emprendedora?

15 respuestas



4- ¿A qué te dedicas a parte de ser costurera/emprendedora? Si respondiste "ninguna de las anteriores" en la pregunta anterior, omití ésta pregunta.

11 respuestas

Ser costurera es mi trabajo formal, fuera de eso soy artista, ilustradora, tatuadora, poeta.

A trabajar de modista en un taller de alta costura

Trabajo de administrativa

Remayadora en tela de punto

Mí trabajo es ese, costurera en mí casa

Trabajo con otros emprendimientos en áreas de comunicación y desarrollo de marca.

Estudio

Trabajo en relación de dependencia

Tengo taller de costura , trabajo para terceros y hago costuras a medida

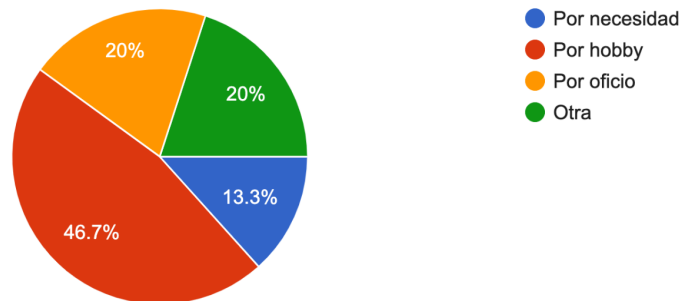
Me dedico a mi emprendimiento únicamente y a la facultad

Fotógrafa

5-

Sobre tu experiencia como costurera/empresadora de la industria textil ¿Cómo fue que iniciaste tu trabajo como costurera?

15 respuestas



6- Si respondiste "Otra" en la pregunta anterior, podrás detallarnos más al respecto?

3 respuestas

Por observar una necesidad. Trabajando en publicidad en el área de cartelería y eventos observaba los desperdicios que se generaban.

En realidad sería todas las respuestas juntas, me gustaba mucho coser me dieron la posibilidad muy chica de aprender y siempre hubo necesidad de trabajar

Por necesidad en primera instancia, ya que estábamos en plena pandemia cuando comencé a aprender y estaba desempleada. Y en segunda, elegí empezar a aprender por mis propios medios la profesión porque es algo que quería hacer desde chica y nunca pude estudiar pq era privado hasta este año.

7-

¿En qué lugar desarrollas tu actividad?

15 respuestas



8- Si respondiste "Otra" en la pregunta anterior, podrás detallarnos más al respecto?

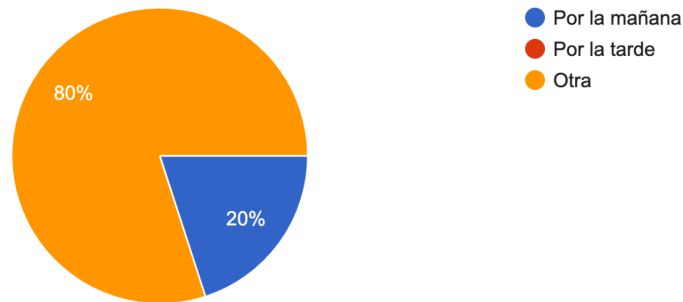
1 respuesta

Tengo taller en mí casa

9-

¿En qué horarios?

15 respuestas



10- Si respondiste "Otra" en la pregunta anterior, podrás detallarnos más al respecto?

11 respuestas

Trabajo full time

De mañana, de tarde, a veces los fines de semana

Mediodía o noche

De noche o cuando tengo un día libre

Mañana y tarde , ahora que estoy estudiando cuando puedo

En el horario que puedo, mañana, tarde y noche

En cualquier horario que tenga disponible

Yo trabajo de lunes a viernes de 8 a 12 y 16 a 19, cuando no curso o fines de semana o madrugada me pongo a coser

No tengo un horario fijo

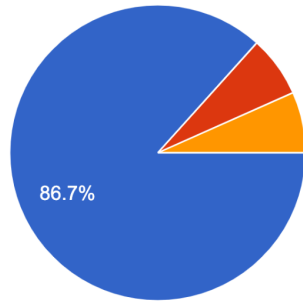
A toda hora, no tengo un horario específico, lo adapto acorde a las actividades del día.

Voy acomodando mis horarios

11-

¿Cómo estas organizada?

15 respuestas

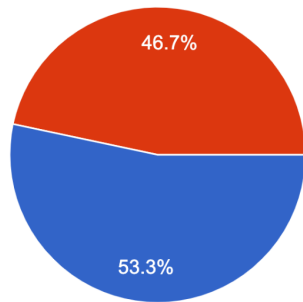


- Individualmente
- En grupo
- Formo parte de un taller
- Formo parte de una cooperativa
- Otra

12-

¿Es tu única fuente de ingresos?

15 respuestas



- Si
- No

13- ¿Qué opinas acerca de la remuneración por tus trabajos?

15 respuestas

Es buena, sorpresivamente.

Es un rubro muy mal remunerado

Es buena, trabajo siempre para mejorar mi técnica y la forma de venta

Es difícil poner un precio y cobrarlo

Si ofreces un buen servicio y obviamente bien cobrado la mayoría de las personas no valoran el trabajo de oficio y no lo quieren pagar

Es muy bajo

Siempre fue y es muy mal remunerado

El trabajo que realizamos es integral pero muchas veces solo se cobra por el producto terminado y es un trabajo que requiere de muchas etapas, trabajo creativo, logístico y de diseño. Pero es difícil cuantificar todo y cobrar por todo.

Pienso que cuesta mucho que la gente valore el trabajo y el producto que se le ofrece. creen que tenemos que cobrar barato o hacer descuentos.

Creo que es justa, los costos los evalúo yo en base a un tarifario que se actualiza cada 6 meses aproximadamente por Satadtya, lo acomodo a mis clientes, zona, y tipo de trabajo o confección

No se ponerle precio a mi trabajo

La que es de terceros , osea la que es en producción siempre es muy bajo , lo otro uno le pone el precio

Hoy dia no está bien la situacion económica en general, a la gente le parece todo caro.

Me cuesta ponerle precio a mis productos

Es buena

14- ¿Cómo conseguiste tu primera herramienta para trabajar?

15 respuestas

Con un crédito

Heredada.

Me la regalaron

Ahorros

Compré la máquina con un crédito

Me la vendió una prima

Mí primer máquina me la vendieron en un taller que trabajaba

La compré yo

la compre con plata donada por un familiar

La compré con ahorros

Mí primera máquina me la vendió el dueño de un taller que estaba cerrando en el año 2001

Tenía una máquina de coser de las viejas, que me habian regalado años atrás. Comence con ella.

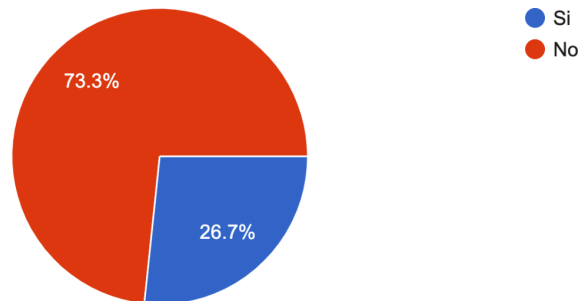
Heredé una máquina de coser y no sabía absolutamente nada, vengo de familia de costureras pero jamás me interesó, hice un curso el año pasado y me entusiasmo muchísimo y fue una salida laboral más.

La empresa donde trabaje cerro, me indemnizaron y pude comprarme las maquinas.

15-

¿Participas de algún programa de financiamiento, ferias y otros espacios?

15 respuestas



16- ¡Muchas gracias por tu colaboración y tu tiempo! Todo lo que nos contaste nos va a ayudar a comprender y mejorar. Si querés dejarnos algún comentario, podés realizarlo acá abajo :)

5 respuestas

Es difícil poner precio al trabajo, ya q la gente supongo, mal, q si lo manda a hacer es más barato

Espero sirva para mejorar el rubro

Aún no contamos con financiamiento pero estamos concursando. Participamos siempre en ferias de diseño y sustentabilidad.

Muchas gracias por todo lo que nos enseñan

Me encantaría poder trabajar en equipo o alguna cooperativa, creo q sería todo más fácil en un punto.

Perfil de las personas que realizaron la encuesta

- El rango de edad de las mujeres emprendedoras y costureras está entre los 35 y 45 años.
- 40% de las personas encuestadas se consideran costureras y emprendedoras.
- Nuestro lugar de estudio está situado en Rosario Santa Fe.
- De acuerdo al desafío planteado entendemos que, en la dirección de las preguntas, el problema que detectamos está en “ambas” personas encuestadas, es decir, tanto como emprendedoras o dueñas de PyMES y costureras.ç
- La mayoría dedica su tiempo a ser costura/emprendedora pero también se dedican a otros rubros y/o ámbitos similares (areas de comunicación, con sus propias marcas) y/o que pueden considerarse “artísticos” (fotografía) que amplían su perspectiva como costurera/emprendedora (algunas estudian la carrera en específico de Licenciatura en Indumentaria y Textil).
- Entendemos que la elección de ser emprendedora/costurera es por **hobby** en su mayoría.
- La mayoría realiza su trabajo en **su casa** (67%) , reafirmando algunas características de la informalidad laboral. Al preguntar en qué horarios, entendemos por las respuesta que no está sectorizado el tiempo en que se dedican, no tienen un horario fijo sino es a demanda y en el horario y días que disponen como *libres*.
- La mayoría trabaja de forma individual. Ninguna planteó otra forma de organización distinta a la de las opciones (estás son individualmente, en grupo, en taller, forma parte de una cooperativa y otra).
- Validamos que cuentan con otro ingreso, un 54% así lo afirmó.
- La mayoría considera que su fuente de ingreso está conformada por diferentes entradas de dinero o remuneración. Pero para ser emprendedora/costurera necesita de otra fuente de ingreso vinculada o totalmente diferente, dejando en segundo lugar el trabajo de costurera o emprendedora.
- La mayoría respondió que es un trabajo mal remunerado, no se valoriza, que les cuesta ponerles un precio a su trabajo, que “la gente no lo quiere pagar y le parece caro”, que es una característica propia del rubro.
- La mayoría adquirió su primera herramienta de trabajo por diferentes vías, pero generalmente por ahorros o fue heredada. Con estas respuestas validamos que no todas cuentan con conocimiento para adquirir herramientas por financiamiento.
- El 74% de las encuestadas no participa de financiamientos para adquisición de herramientas y un 27% participa de ferias y otros espacios. Con estas respuestas validamos que tienen desconocimiento de las relaciones que pueden generar entre ellas para ampliar su productividad y centralizar el rubro textil.

Anexo 2: Entrevistas

Realizar entrevistas a Pymes lideradas por mujeres del sector textil:

- Productividad.
- Organización.
- Periodo de contratos a personas de la industria textil.
- Búsqueda de personas de la industria textil.
- Análisis de proveedores responsables.
- Obtención de la materia prima.
- Condiciones de trabajo de las personas en la industria textil.
- Escalabilidad de la producción.
- Tiempos de producción.
- Acceso a financiamiento para recursos.

Realizar entrevistas a mujeres costureras:

- Experiencia como costurera, inicios y desarrollo.
- Organización.
- Remuneración.
- Acceso a recursos, herramientas.
- Condiciones de trabajo de las personas en la industria textil.
- Comparten esas herramientas en otros talleres (máquinas de coser).
- Tiempos de producción.
- Participación en programas que impulsan la comunidad textil de la provincia.
- Relación del trabajo-el cuidado del hogar.
- Acceso a financiamiento para recursos.

Elaboración de posibles preguntas para entrevista:

Guión:

Hola, muchas gracias por tu participación hoy.

Somos María del Rosario, Lucía, Ana y Silvina. Estamos realizando una investigación de campo para un trabajo práctico de posgrado de la especialización en Diseño Estratégico para la Innovación de uno de los establecimientos de la UNR.

Es importante contar con vos para que puedas realizar la siguiente entrevista, haciendo hincapié en contarnos tu experiencia en el sector textil. Nuestro trabajo de investigación permitirá conocer y relevar las condiciones de trabajo de los actores de la cadena de suministro y conocer especialmente las características socioeconómicas del proceso productivo del sector textil.

Nos proponemos potenciar las formas de productividad y localizar a mujeres costureras en condiciones de precariedad laboral para mejorar el acceso a un trabajo decente.

Todo lo que nos cuentes nos va a ayudar a comprender y mejorar, así que sentite libre de decirnos todo lo que tengas ganas.

Me gustaría que me cuentes...

- ¿De donde sos y tu edad?
- ¿A qué te dedicas a parte de ser costurera/emprendedora?
- ¿Un hobby?

Sobre tu experiencia como costurera/emprendedora de la industria textil...

Preguntas a mujeres costureras/emprendedoras:

- ¿Cuándo fue que iniciaste tu trabajo como costurera?
- ¿Nos podés contar cómo es un día laboral para vos? ¿Tenés mucha demanda de trabajo?
- ¿Trabajas para personas individuales o para marcas/empresas? ¿Cómo se contactan con vos?
- ¿Trabajas en relación de dependencia o de forma autónoma?
- ¿En qué lugar físico desarrollas tu actividad y en qué horarios?
- ¿Conoces otras mujeres que trabajan en tu rubro? ¿Cómo te relacionas con otras mujeres costureras?
- ¿Qué nos podés decir acerca del término de sostenibilidad en el rubro de textil?
- ¿Cómo es el caudal de trabajo?
- Experiencia con tus clientas
- Experiencia de trabajar con emprendedores del rubro
- Visión a futuro
- Si trabajas sola o con otras personas, ¿cómo es la modalidad de tu trabajo?
- ¿Además de éste trabajo, contás con otro adicional?
- ¿Cómo te formaste en el oficio?
Contanos sobre tu experiencia laboral
- ¿Cómo estabas organizada? (*Individualmente, en grupo, formabas parte de un taller, formabas parte de una cooperativa*)
- ¿Qué opinas acerca de la remuneración por tus trabajos?
- ¿Cómo conseguiste tu primera herramienta para trabajar?

Preguntas a Pymes lideradas por mujeres del sector textil:

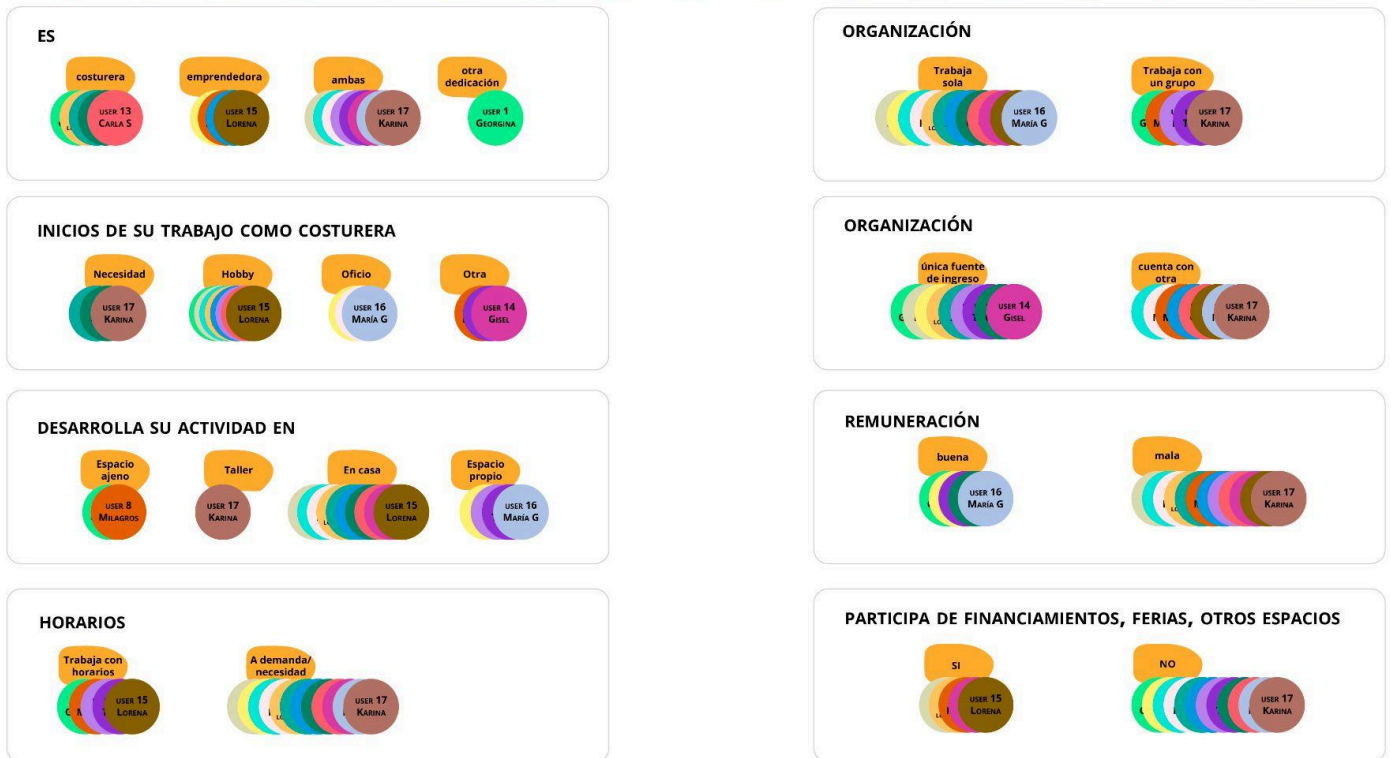
- ¿En qué rubro de la industria textil realizas la actividad?
- ¿Cuánto tiempo hace que desarrollas la actividad?
- ¿Nos podés contar acerca de la organización de tu PyME? (abrir pregunta para que nos diga acerca de las personas que intervienen en la organización)
- Contanos acerca de la gestión de producción (problemáticas)
- ¿Tienen gente en relación de dependencia?
- ¿Derivan el trabajo? ¿Cómo lo gestionan?
- ¿A dónde lo derivan?
- ¿Qué problemas encuentran? (lugares, distancias, tiempos, cumplimientos, etc).

- ¿Consiguen enseguida costureras?
- ¿Cómo es el proceso de búsqueda y encuentro?
- ¿Trabajaron con talleres? ¿Qué opinan? ¿Qué conocen acerca de los empleados?
- ¿Cumplen con los tiempos que pactan? ¿Qué piensan de los precios que ponen?
- ¿Les interesa establecer alianzas con otros emprendedores

Comenzamos a relevar información con 17 usuarias para definir las proto personas que serán nuestro objeto de investigación.

Mapa de Afinidad

USUARIAS (USER)



Patrones

Inicios de su trabajo como costurera

Desarrolla su actividad en



Insights

PyME trabajó con cooperadora de tejedoras pero luego no mantuvo el contacto (se disolvió también la cooperadora)

PyME no consigue talleristas pero tampoco quiere ponerse un taller

Siempre hay cola de producción. Por eso es bueno hacer enlaces y tener continuidad de trabajo

Siempre se trabaja apurado, p/ hacer girar la rueda por más anticipación que se trabaje

el proceso de búsqueda entre actores es constante, siempre iniciando nuevos lazos

ambos actores se ven atravesados por situación económica a nivel nacional

ambos actores son agentes que se van adaptando a cambios

Arquetipos

María

Dueña de PyME

Profesión: Diseñadora y docente

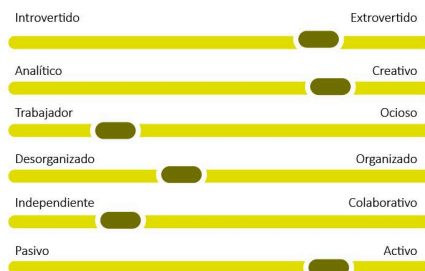
Edad: 46 años

Localidad: Rosario

Familia: Marido y dos hijas



María quiere poder escalar y crecer con su propia PyME. Generar nuevos lazos. No logra delegar tareas y no se anima al cambio. Es ansiosa, multitarea y creativa. Siempre está buscando algo nuevo.



Gabriela

Costurera

Profesión: Tallerista y estudiante

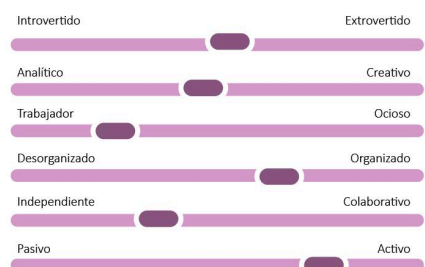
Edad: 32 años

Localidad: Rosario

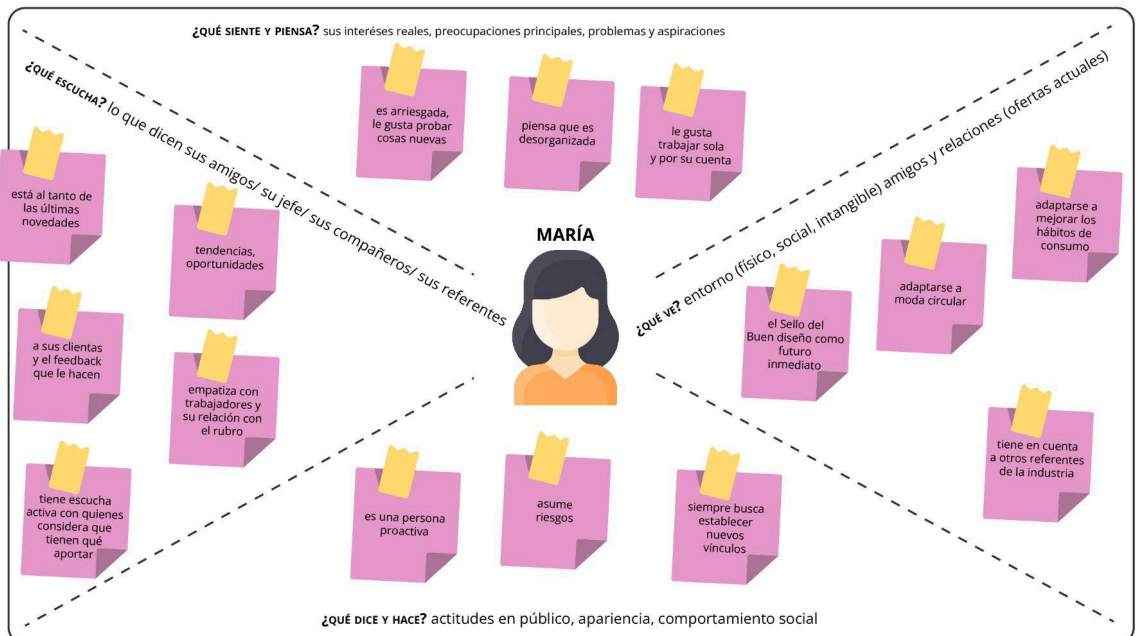
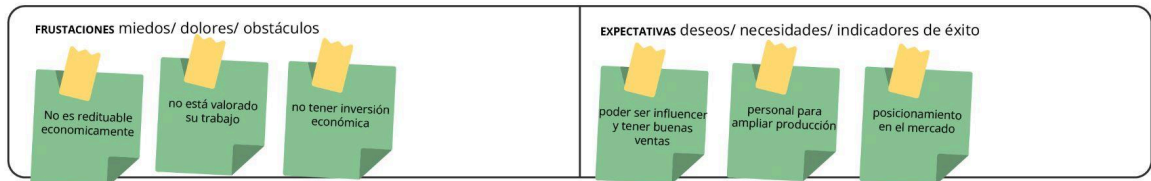
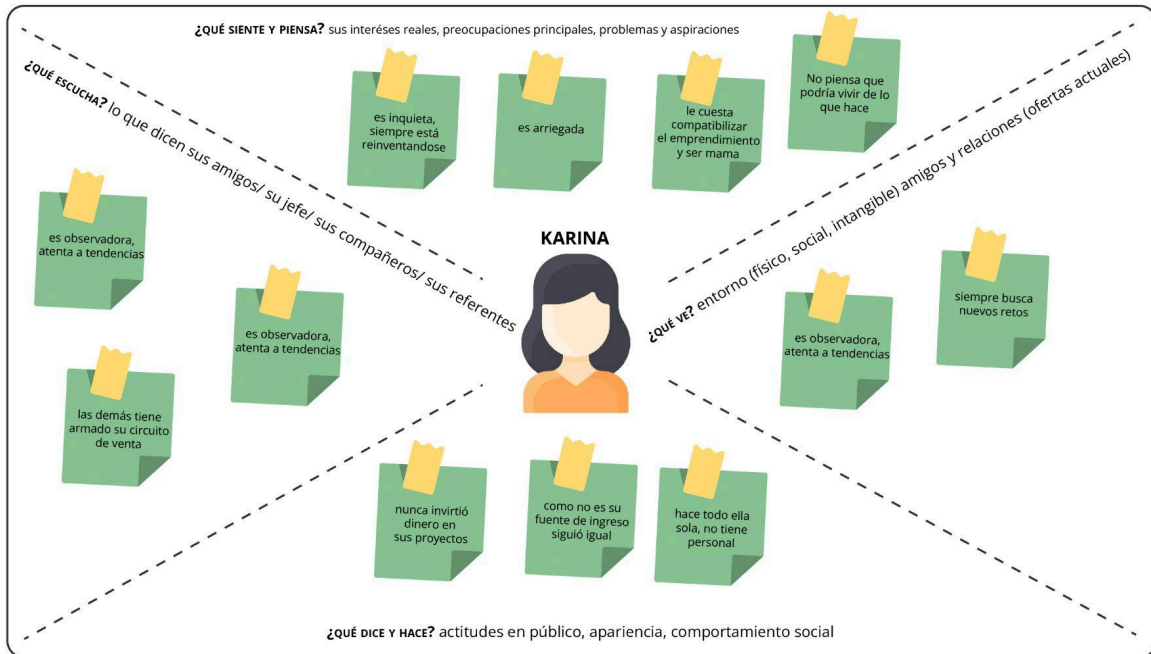
Familia: Soltera

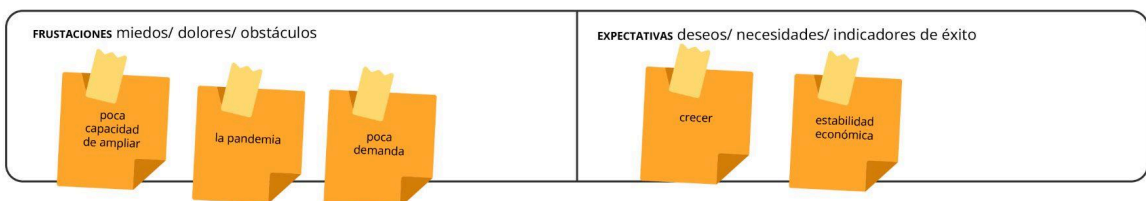
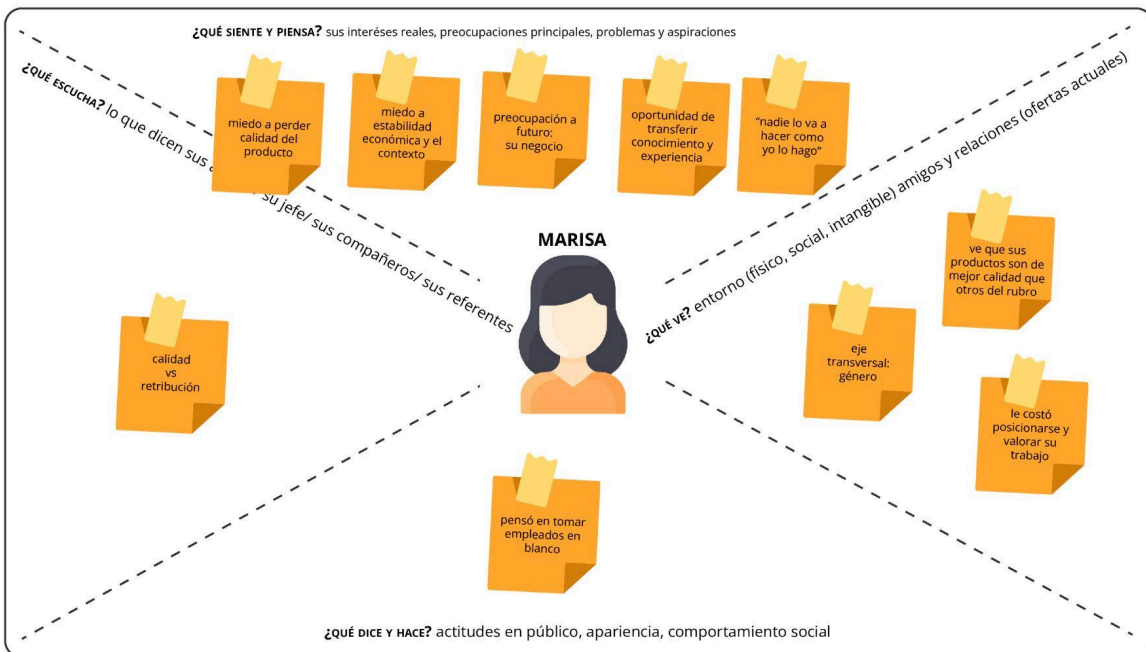
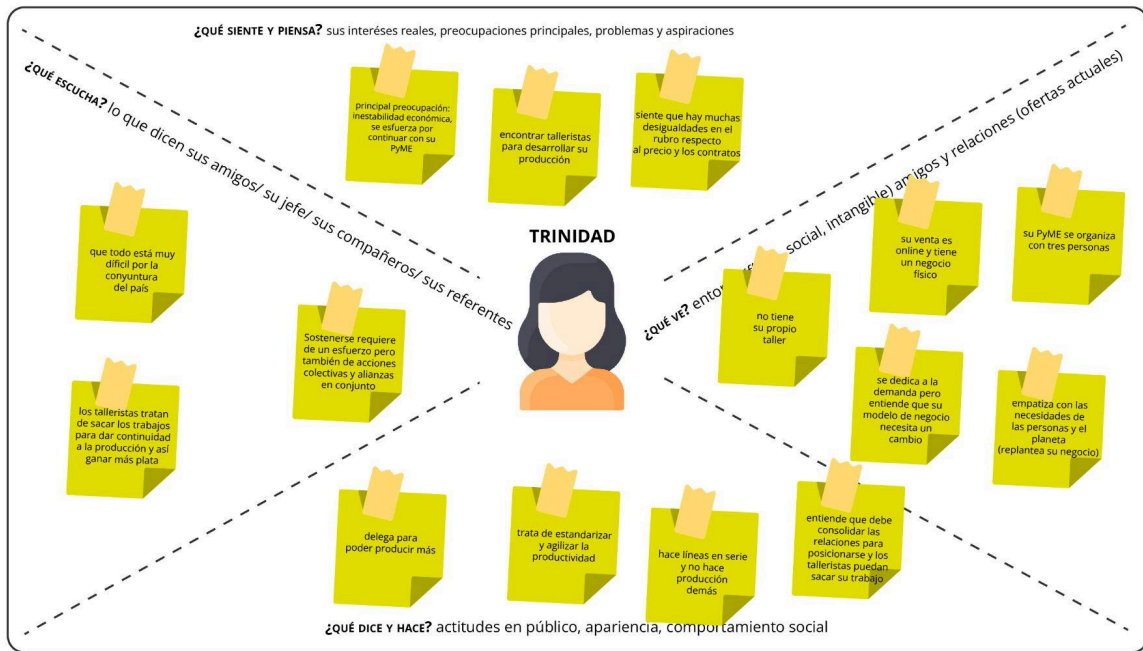


Gabriela quiere poder establecerse económicamente con un empleo. No recibe buenas remuneraciones y siempre esta llena de trabajo. Es detallista, responsable. Siempre cumple con los encargos.

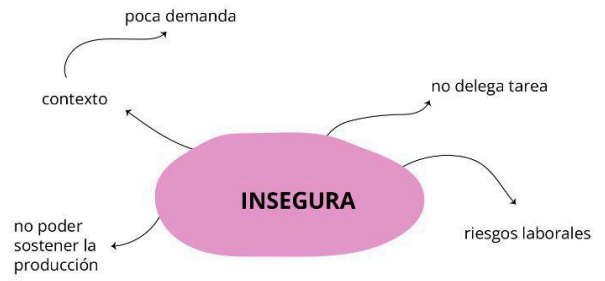
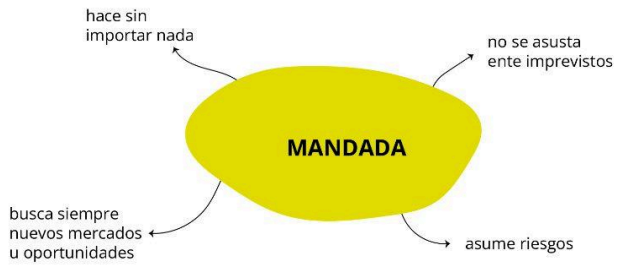


Mapa de empatía de las entrevistadas





Modelos mentales



Anexo 3

Macro propuesta

Se plantea a continuación tres modelos de negocios que podrían replicarse en PyMES o emprendimientos insertos en la Industria Textil y Moda, que actualmente cuentan con características anteriormente mencionadas como una producción y cadena de suministros lineal, cero conciencia ambiental y de consumo, entre otras. Estas PyMES y/o emprendimientos, haciendo un análisis de las corrientes del futuro y de la nueva forma de consumir de sus personas usuarias, quieren realizar un viraje en sus procesos productivos, en sus contrataciones laborales, en su forma de venta; para alinearse a un modelo de moda circular y todo lo que implica (sustentabilidad, mejores contrataciones laborales, empoderamiento de las mujeres implicadas en los procesos de producción, etc.).

Industria Textil y de Moda

Lean canvas

Hoy más que nunca, la sostenibilidad domina las prioridades de los consumidores y la agenda de la moda. Los consumidores quieren saber de dónde provienen los materiales, cómo se fabrican los productos y si las personas involucradas reciben un trato justo.

A partir de estas premisas desarrollamos los **lean canvas** con las siguientes problemáticas:

- 1- Precarización laboral en la industria de la moda. Trabajo informal. Mayor vulnerabilidad laboral. Disminución en el número de actores por falta de pago de la remuneración requerida.
- 2- Desigualdad de género. Trabajadoras mujeres del sector de la producción textil en situación de vulnerabilidad y precarización.
- 3- Impacto ambiental de la industria de la moda. Alto consumo, alta producción de desechos contaminantes

¿Cómo pueden crecer las PyMES en este contexto actual?

¿Cómo pueden responder a estos cambios desde un modelo de negocio?

Lean canvas 1



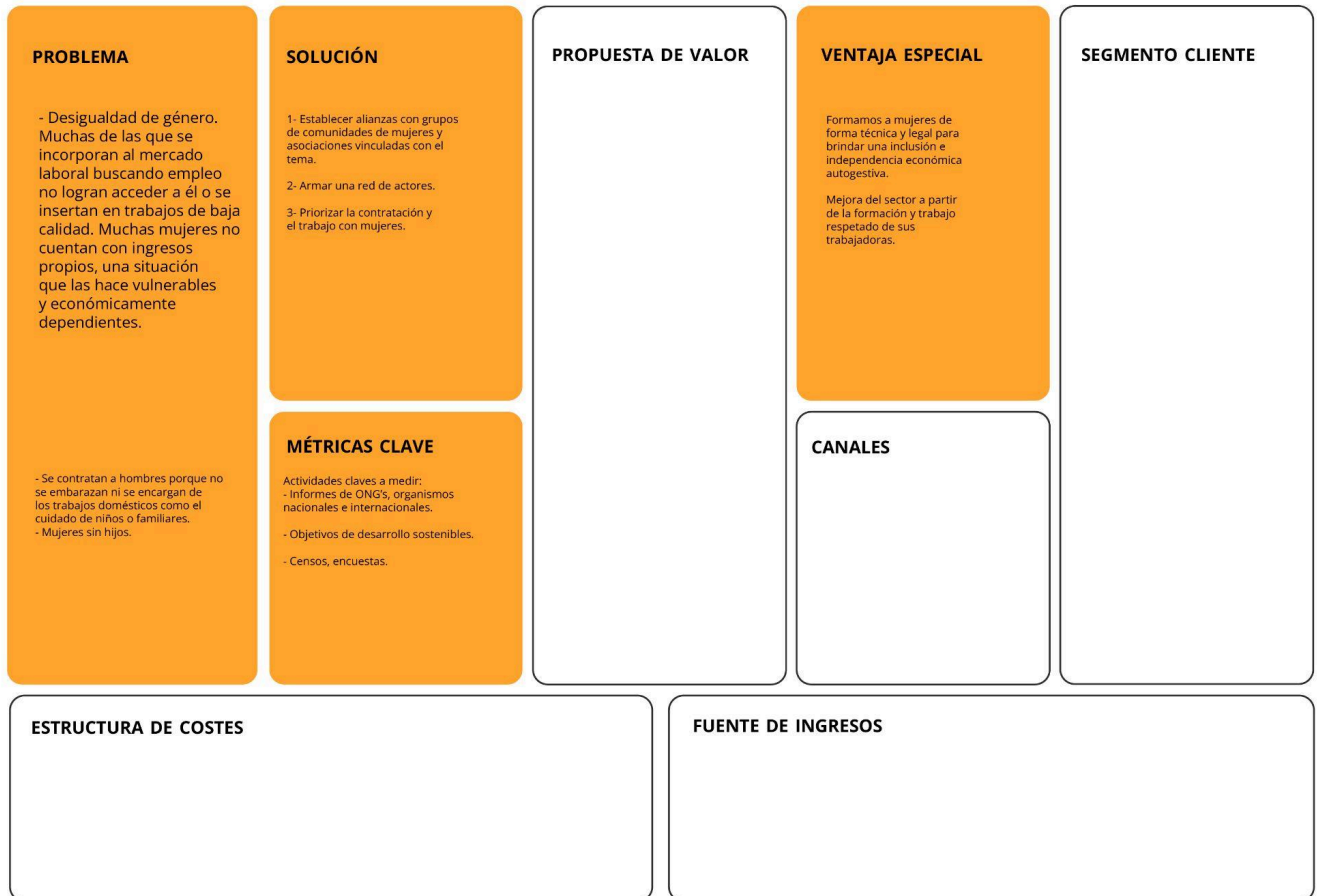
Precarización laboral en la industria de la moda.

- Garantizar la autenticidad y el bienestar de los empleados.
- Dar transparencia y visibilidad a los procesos productivos y a las etapas de la cadena de valor.
- Orientar el uso de la tecnología hacia el trabajo decente.
- Generar espacios de formación técnica y legal y espacios de encuentro para fomentar alianzas.

Ventaja especial

Crecimiento económico con un modelo que proteja a las trabajadoras, asegurándoles protección social, igualdad de oportunidades y condiciones dignas de trabajo. Informar a los consumidores como se fabrican los productos y si las personas involucradas reciben un trato justo.

Lean canvas 2



Desigualdad de género

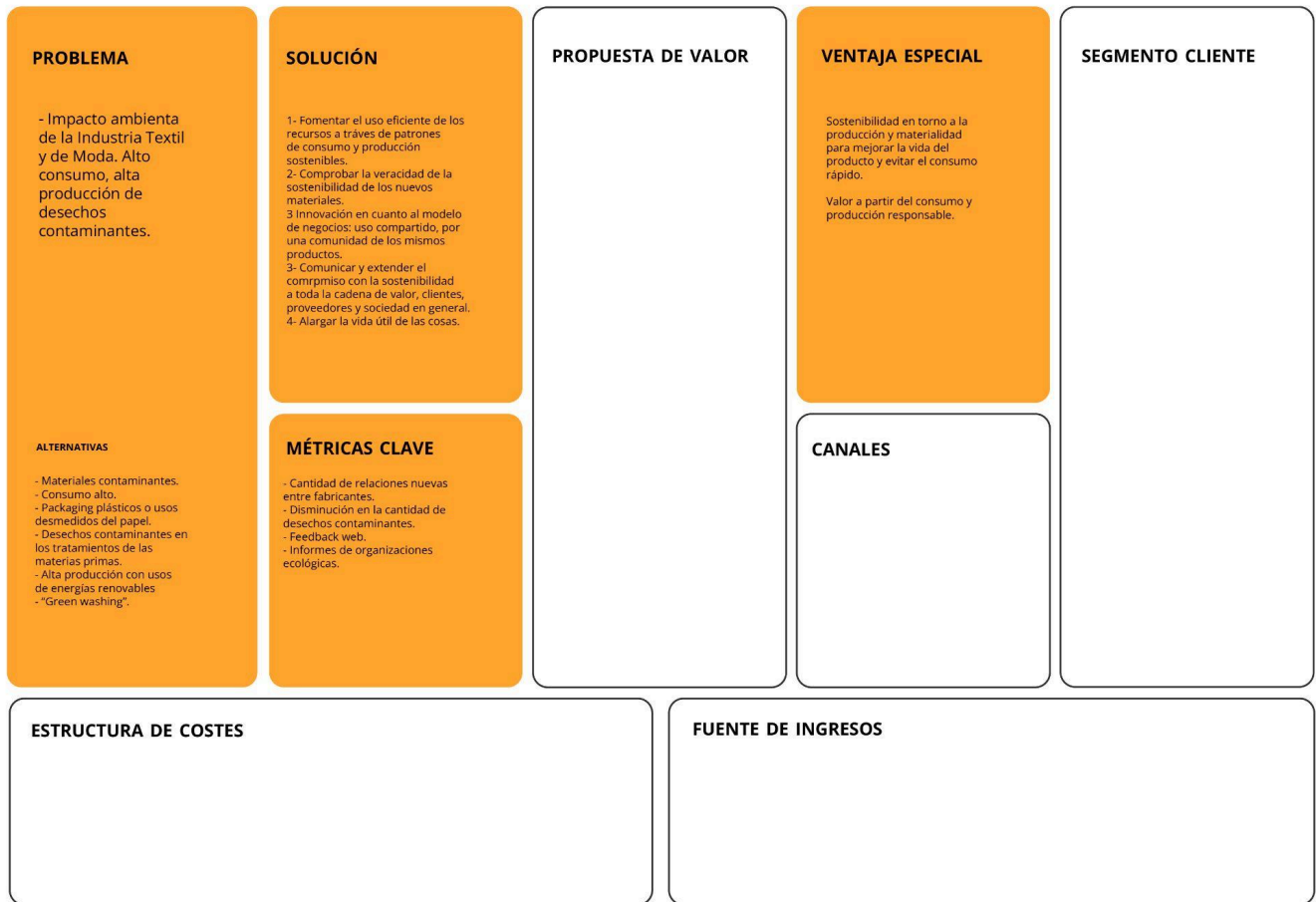
- Establecer alianzas con grupos de comunidades de mujeres y Asociaciones vinculadas con el tema
- Armar una red de actores.
- Priorizar la contratación y el trabajo con mujeres.

Ventaja especial

Capacitación a mujeres de forma técnica y legal para brindar una inclusión e independencia económica autogestiva.

Mejora del sector a partir de la formación y trabajo respetado de sus trabajadoras.

Lean canvas 3



Impacto ambiental negativo

- Fomentar el uso eficiente de los recursos a través de patrones de consumo y producción sostenibles.
- Comprobar la veracidad de la sostenibilidad de los nuevos materiales.
- Innovación en cuanto al modelo de negocios: uso compartido, por una comunidad, de los mismos productos.
- Comunicar y extender el compromiso con la sostenibilidad a toda la cadena de valor, clientes, proveedores y sociedad en general.
- Alargar la vida de las cosas.

Ventaja especial

Sostenibilidad en torno a la producción y materialidad para mejorar la vida útil del producto y evitar el consumo rápido.

Valor a partir del consumo y producción responsable.

Actores involucrados

- Dueñas de empresas PyMES de la industria textil: desde calzado, marroquinería, indumentaria, accesorios, etc.
- Mujeres costureras o talleristas.
- Inversores para el desarrollo del prototipo base. Priorizamos la asociación con organizaciones y entidades relacionadas con el cooperativismo, el desarrollo de capacitaciones o cursos, la industria tecnológica, el desarrollo social y ambiental.

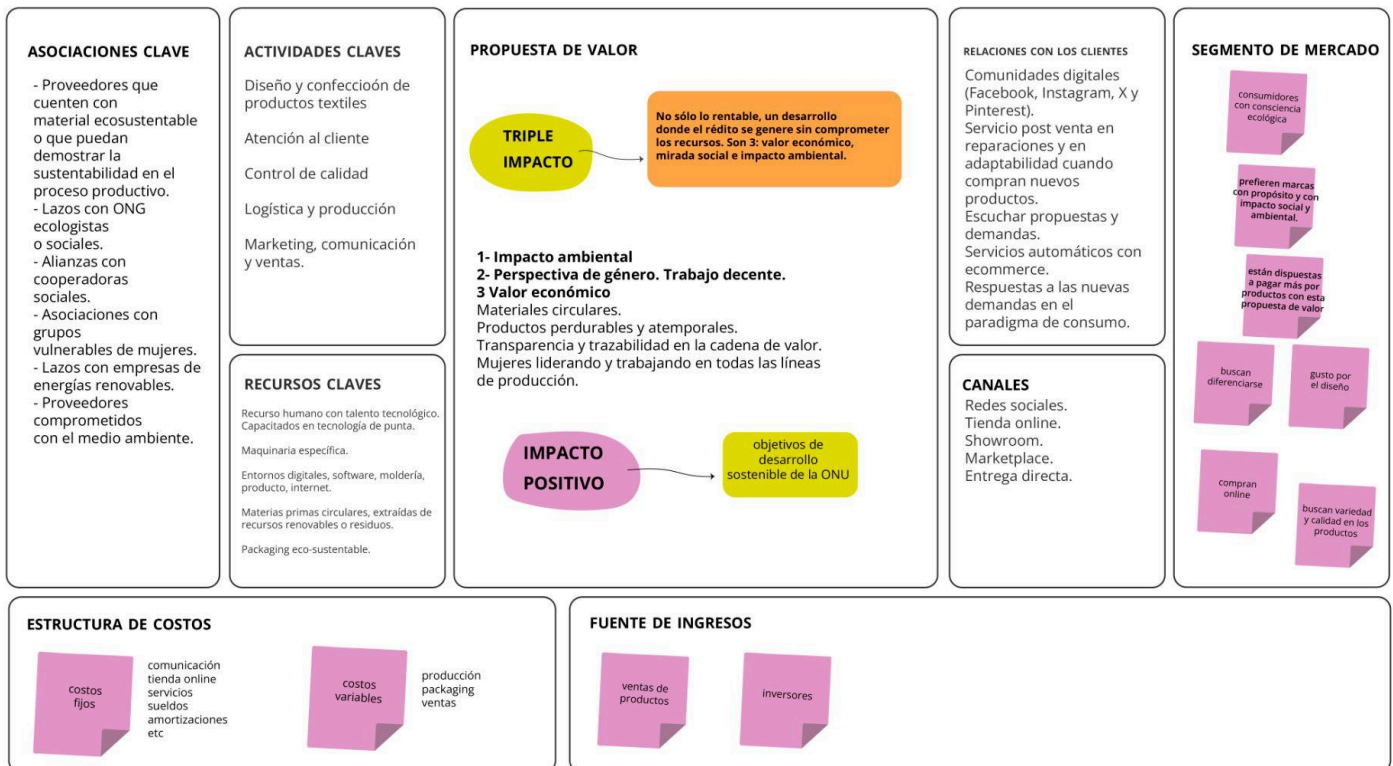
Modelo de negocios

A partir de los **lean canvas** anteriores proponemos tres modelos de negocios.

MODELO DE NEGOCIOS 1: TRIPLE IMPACTO

No sólo lo rentable, un desarrollo donde el rédito se genere sin comprometer los recursos. Son 3: valor económico; mirada social e impacto ambiental

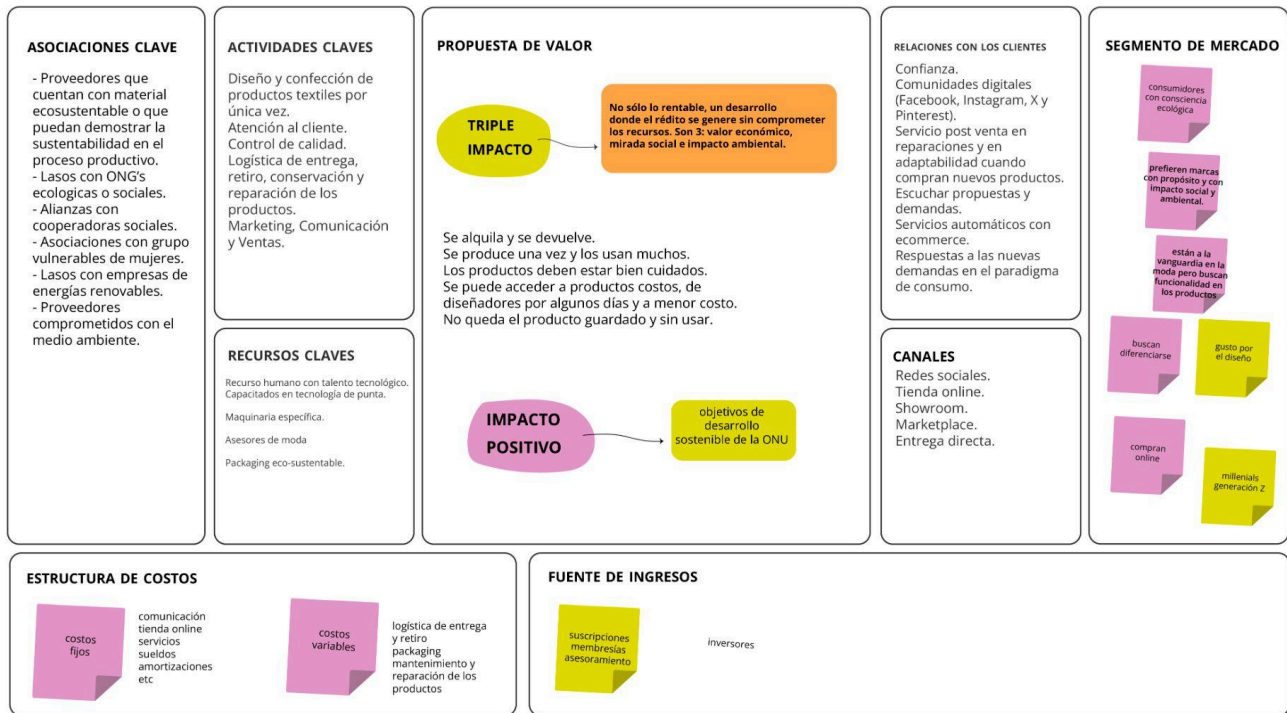
Lo que el mercado y los consumidores están demostrando es que las organizaciones que apuestan por la sostenibilidad real **generan valor y se desmarcan de la competencia.**



Entonces partiendo de este primer modelo podemos pivotear y proponer los siguientes:

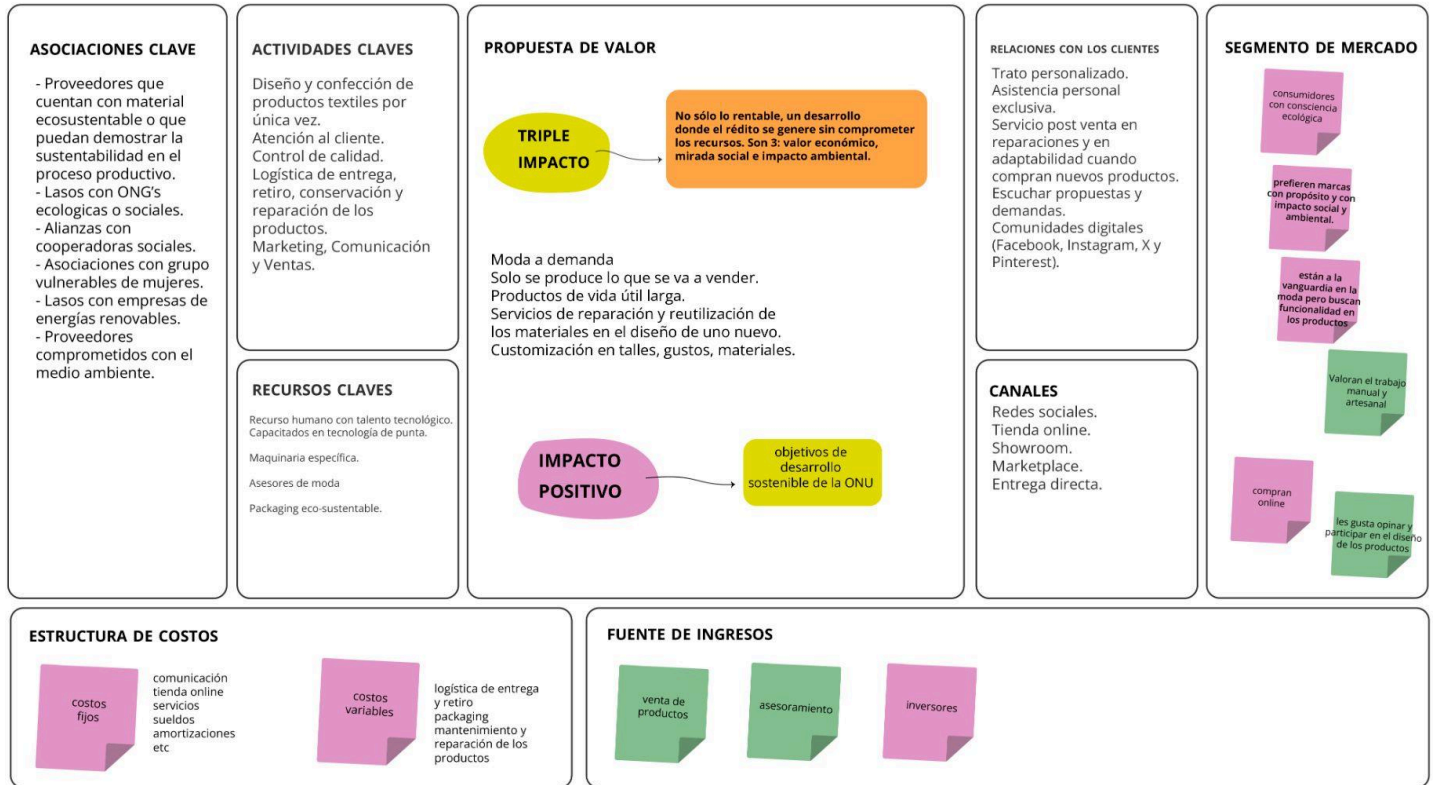
MODELO DE NEGOCIOS 2 MODA DE ALQUILER

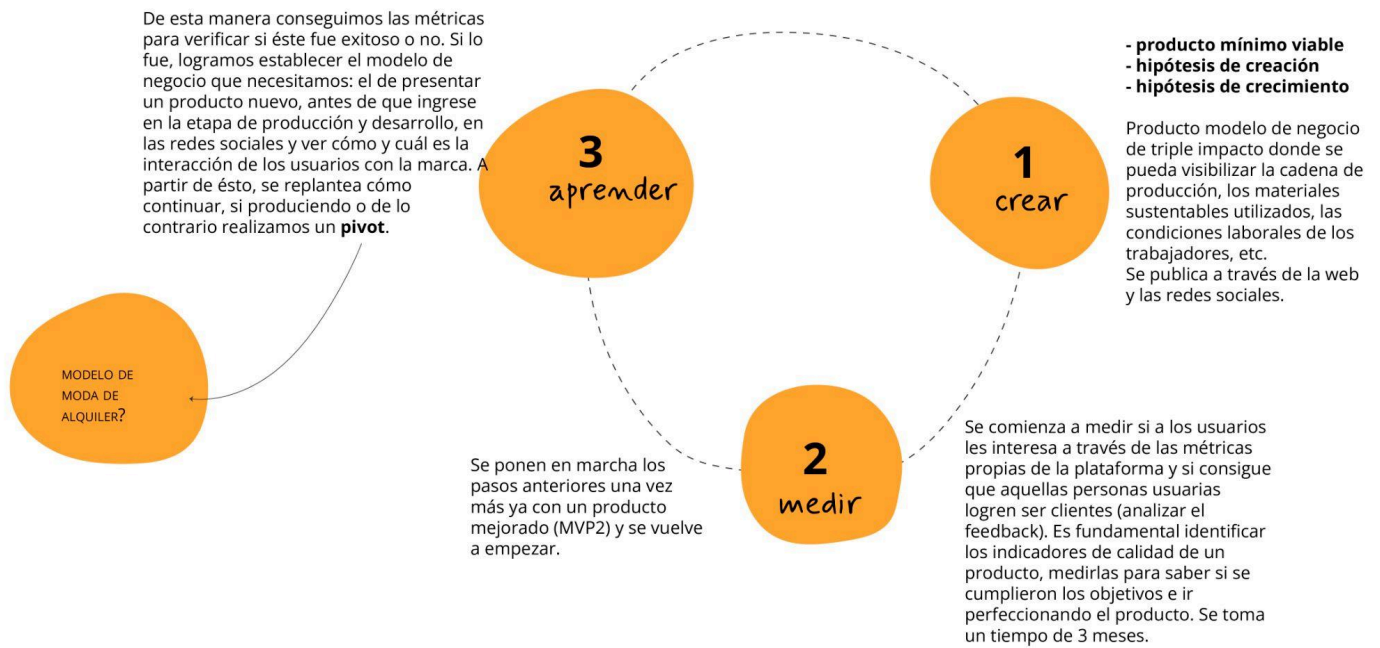
Se alquila y se devuelve. se produce una vez y los usan muchos. Los productos deben estar bien cuidados. Se puede acceder a productos costosos, de diseñadores por algunos días y a menor costo. No queda el producto guardado y sin usar.



MODELO DE NEGOCIOS 3 MODA A DEMANDA

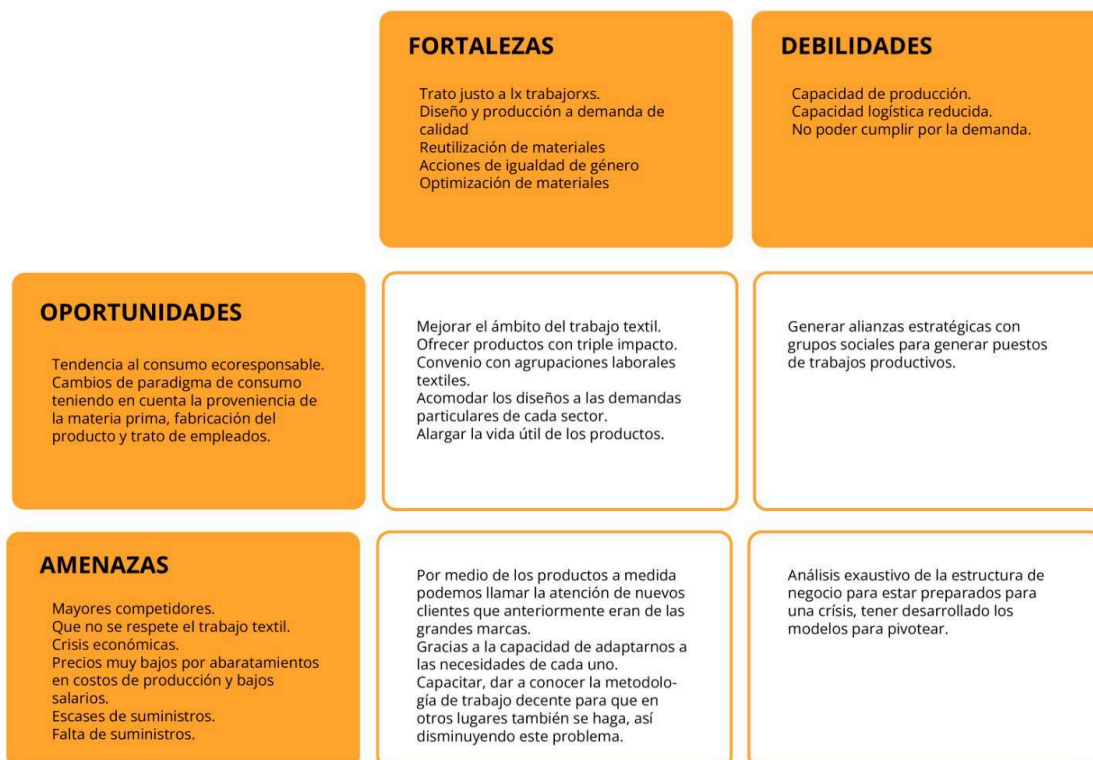
Productos de mayor calidad, vida útil alargada. El consumidor participa en el proceso. Solo se produce lo que se va a vender.





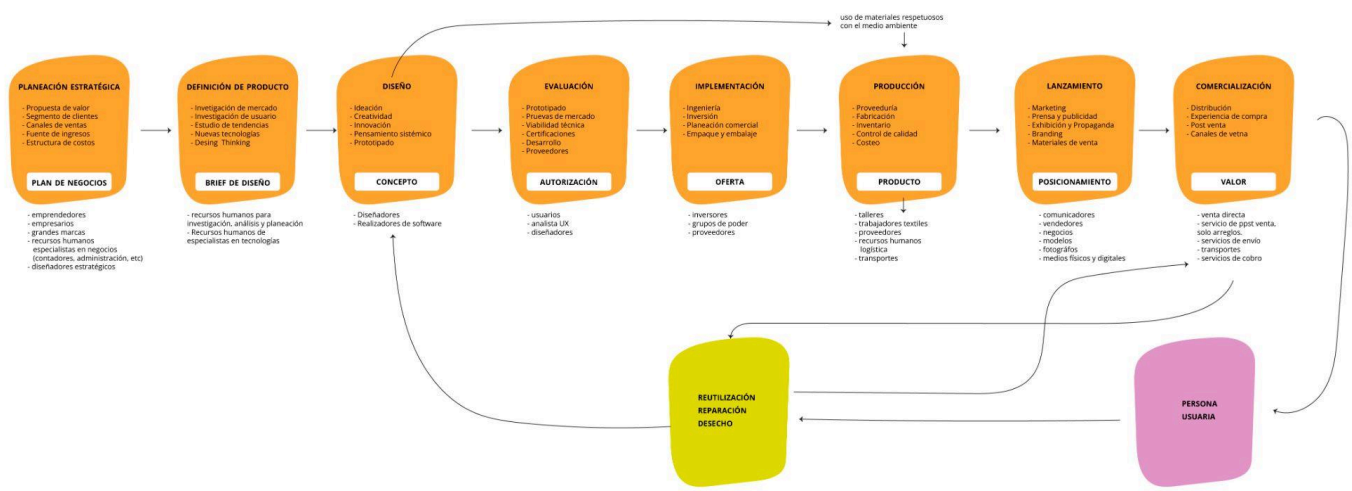
Metodología del lean startup

FODA cruzado



Cadena de valor o de suministros

A medida que la sustentabilidad se convierte en una preocupación más urgente, las marcas deben intensificar sus esfuerzos para reflejar los valores de los clientes en sus surtidos, cadenas de suministro y formas de trabajo.



Micro propuesta

Caso de ejemplo: PyME Aggiornata

Aggiornata es una PyME ubicada en la ciudad de Rosario, dedicada al diseño, producción y comercialización de bolsos y accesorios para un público general de mujeres de distintas edades, abarcando desde niñas con algunos productos como mochilas hasta mujeres de edad madura con productos como bolsos, bandoleras o los que les parezcan adecuadas a las usuarias.

Desde Aggiornata, se busca generar una compra y consumo responsable, teniendo en cuenta que son productos realizados de manera artesanal y con excelentes terminaciones sumamente cuidadas.

Tiene un proceso productivo *cuidadoso* con la gestión de recursos y prioriza la derivación de parte de su producción a costureras mujeres, respetando *sus* tiempos y costos.

Hoy en día cuenta con un servicio de logística con distribución personalizada en Buenos Aires a cargo de una persona; y de envíos a todo el país por correo o encomienda.

La pequeña empresa no cuenta con un local físico propio, sino que su modalidad de venta es por participación en showrooms. Así se promueve lazos con otros negocios y genera una red de soporte para poder propiciar la venta de sus productos y la de los demás.

Misión

Diseño, producción y comercialización de bolsos y accesorios para un público general y particularmente de mujeres de distintas edades comprendidas entre 13 y 70 años.

Busca generar una compra y consumo responsable, teniendo en cuenta que son productos realizados de manera artesanal y con excelentes terminaciones.

Tiene un proceso productivo cuidadoso con la gestión de recurso y prioriza la derivación de parte de su producción a costureras mujeres, respetando sus tiempos y costos.

Visión

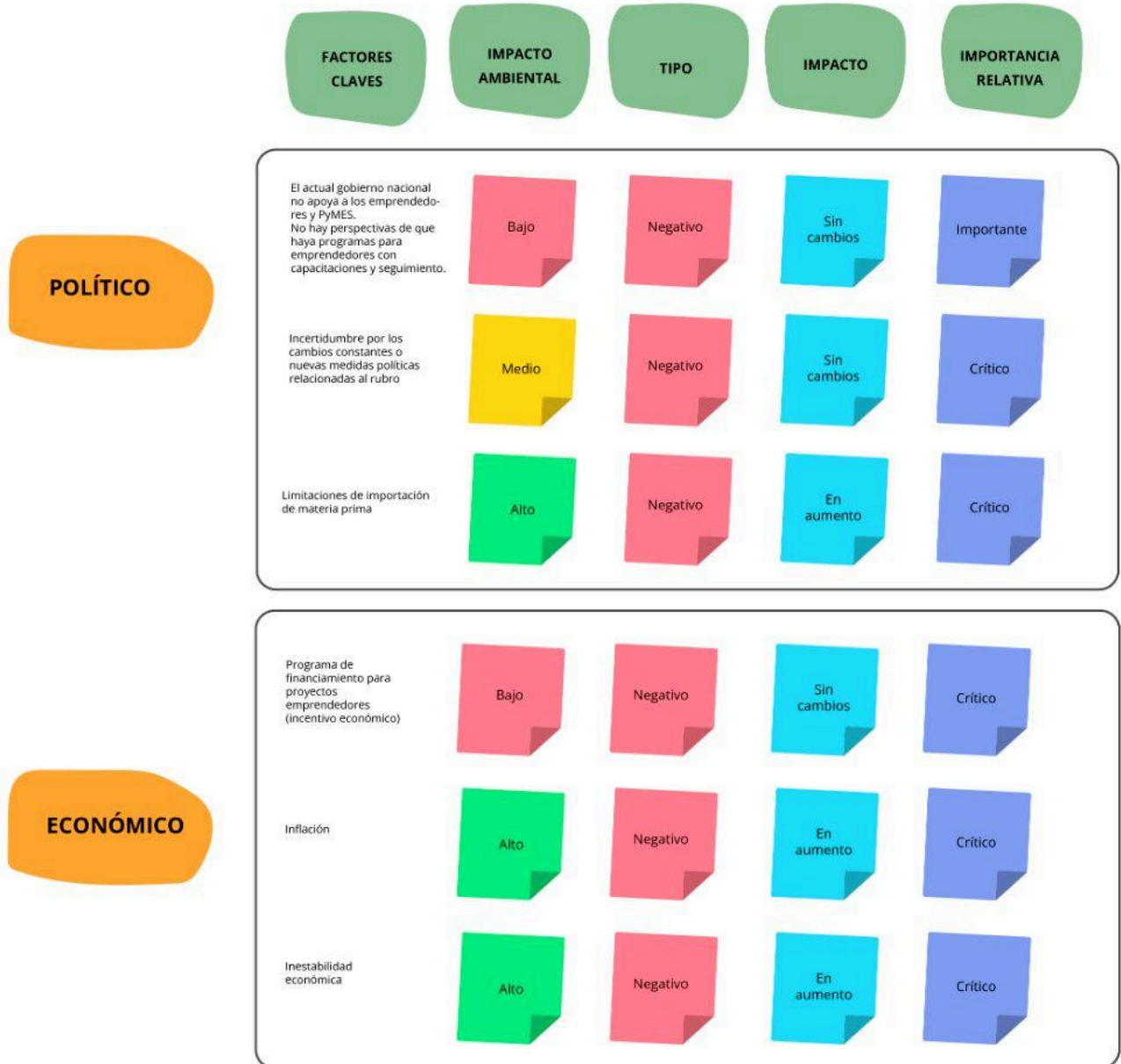
Aggiornata apunta a un crecimiento teniendo en cuenta el feedback con sus usuarios para definir innovaciones. Desea competir con marcas locales reconocidas a nivel nacional y regional.

Busca incorporar estrategias de diseño, para mejorar sus procesos industriales, y también para aplicarlas en sus productos a fin de promover la competitividad.

Desea recrear el uso consciente de los recursos que se involucran en la cadena productiva de cada artículo.

Apunta a crear lazos con la comunidad y dar respuesta a problemáticas sociales e integrar personas excluidas del sistema, como por ejemplo, haciendo su aporte al fomentar la disminución de la precariedad laboral que tanto afecta a las trabajadoras textiles.

Pestel Aggiornata





SOCIAL

Aumento de la tendencia por pandemia a la utilización de accesorios	Alto	Positivo	En aumento	Importante
Ampliación del sector consumidores	Alto	Positivo	En aumento	Importante
Cambio de paradigma de consumo. Consciencia de consumo cuidado	Alto	Positivo	En aumento	Importante
Acciones con perspectiva de género	Alto	Positivo	En aumento	Importante

TECNÓLOGICO

Nuevas tecnologías que facilitan y aceleran toda la cadena de valor	Alto	Positivo	En aumento	Importante
Costos elevados para implementación de tecnología para PyMES	Medio	Negativo	En aumento	Crítico
Acceso a internet, redes sociales y tiendas online	Alto	Positivo	En aumento	Importante

ECOLÓGICO

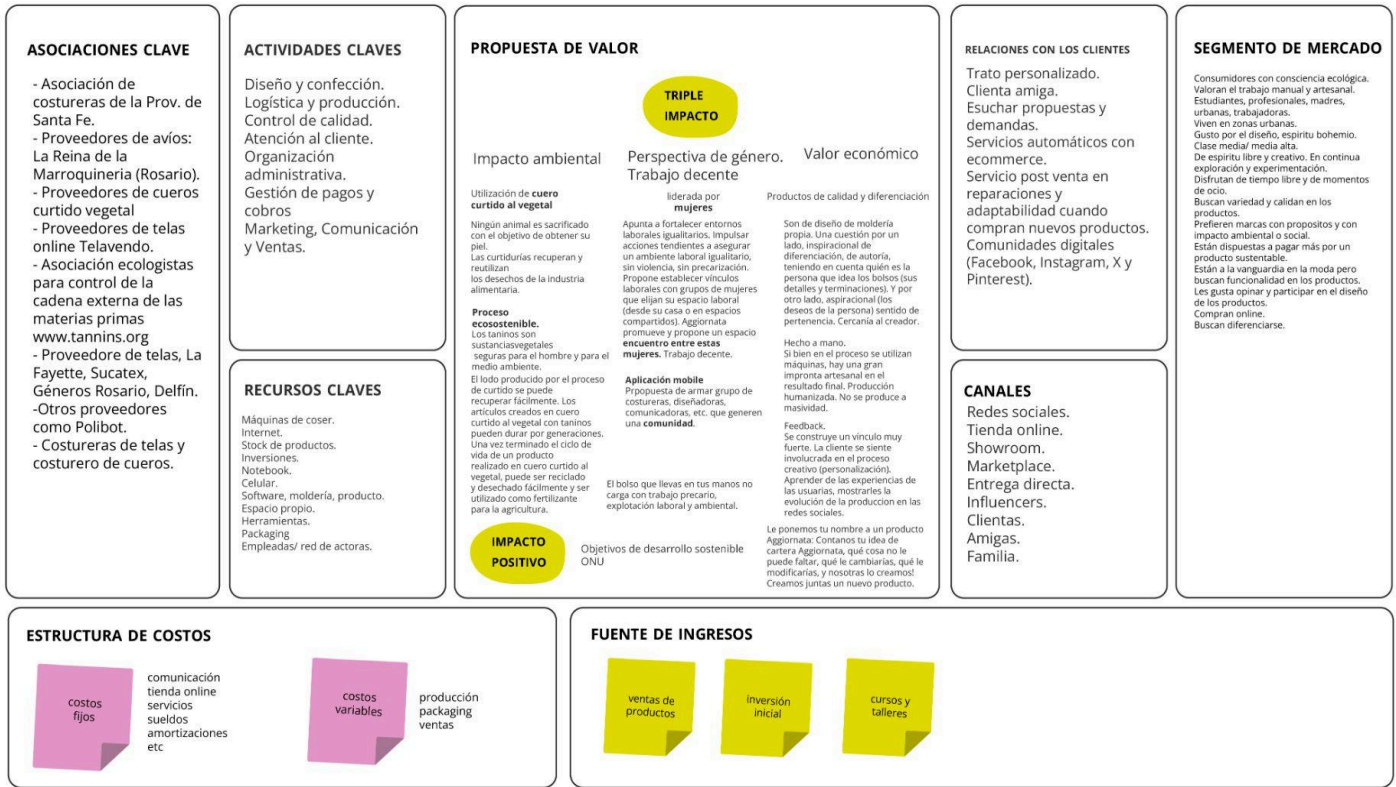
FACTORES CLAVES	IMPACTO AMBIENTAL	TIPO	IMPACTO	IMPORTANCIA RELATIVA
-----------------	-------------------	------	---------	----------------------

Costo alto de nuevos materiales amigables con el medioambiente	Medio	Negativo	En aumento	Crítico
Cambio hacia una moda sostenible	Alto	Positivo	En aumento	Importante

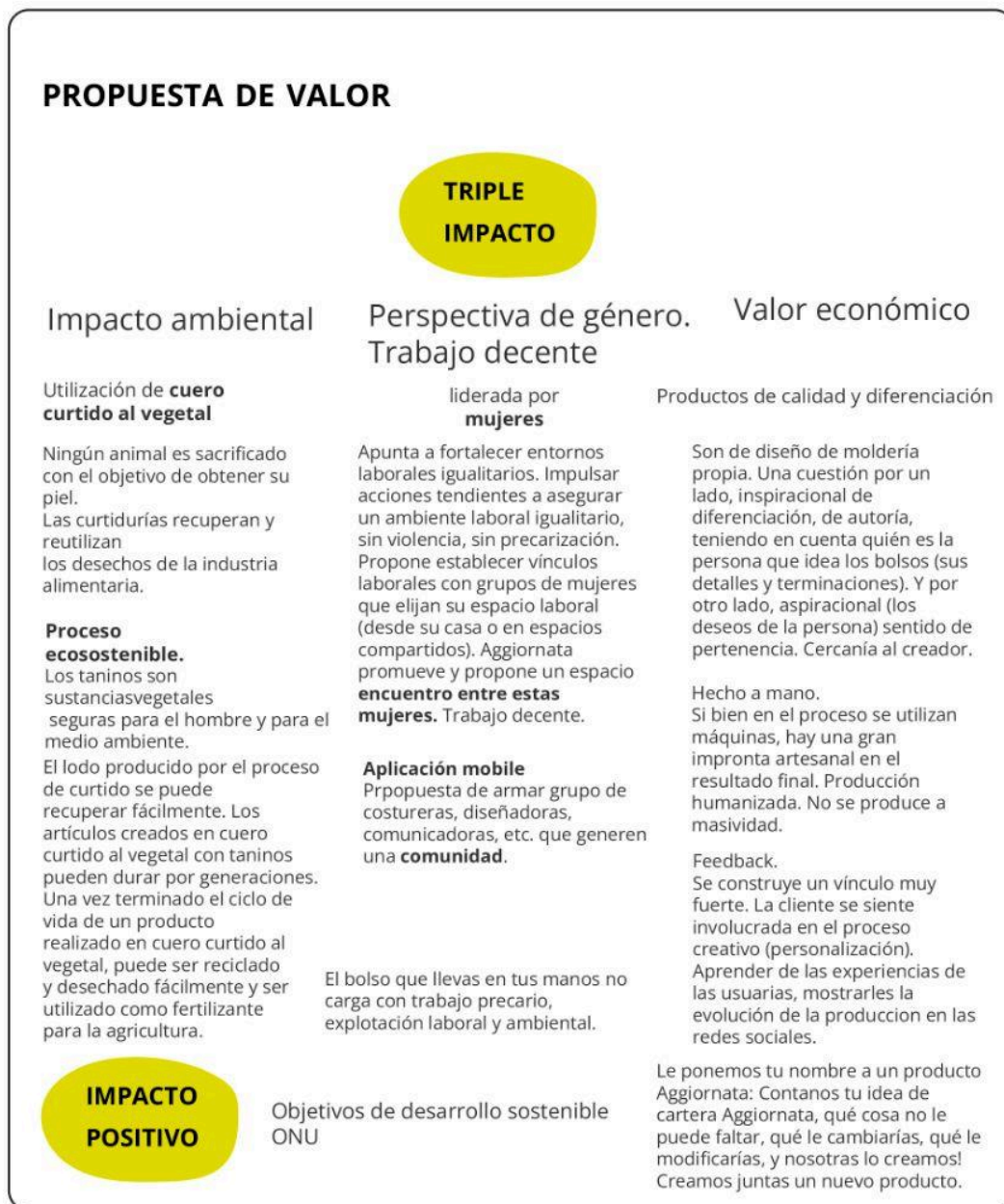
LEGAL

Falta regulación en cuanto a la contratación de mujeres en el ámbito laboral textil	Alto	Negativo	En aumento	Importante
Falta de control del cumplimiento de leyes laborales	Alto	Negativo	En aumento	Importante

Canvas Aggionata



Propuesta de valor aggiornata



Los bolsos y carteras de Aggiornata ayudan a su comunidad de personas usuarias amantes del diseño y del medio ambiente. Estas personas buscan estar a la vanguardia de la moda con un estilo único y diferencial al evitar el consumo desmedido y contaminante con compras de productos de poca vida útil, baja calidad, baratos y de origen desconocido; sintiéndose plenas y comprometidas con el medio ambiente, el trabajo decente y la igualdad de género. A su vez disfrutan de un accesorio de moda de vanguardia, a diferencia de otras marcas cuyos productos poseen efectos dañinos en su producción, contaminan el planeta y solo les importa la rentabilidad

Lean startup Aggiornata

En este caso, Aggiornata, en su cuenta de Instagram publica un nuevo producto explicando las condiciones de producción, quiénes son los actores que se involucran en la cadena de valor, el origen y la sostenibilidad de los materiales utilizados, o sea: visibiliza el modelo de negocios de triple impacto a través de un producto.

De esta manera comienza a medir si a los usuarios les interesa, a través de las métricas propias que ofrece la plataforma y si consigue que aquellas personas usuarias logren ser clientes (analizando el feedback recibido). Es fundamental identificar los indicadores de calidad de un producto, medirlas para saber si se cumplieron los objetivos y así ir perfeccionando el producto.

Aggiornata tiene mucho intercambio con clientas afianzadas, a ellas les gusta participar del proceso creativo y se sienten muy a gusto opinando acerca de los artículos en cuanto a qué mejorarían, qué les gustaría que tengan o qué cambiarían. Saben que se tiene en cuenta su opinión porque luego lo ven reflejado en los próximos lanzamientos.

Se pone en marcha los pasos anteriores una vez más, ya con un producto mejorado (MVP2) y se vuelve a comenzar con el mismo proceso explicado anteriormente.

Se repite varias veces para ir puliendo el producto entorno a lo que el cliente demanda, identificando *por qué* está dispuesto a pagar el producto.

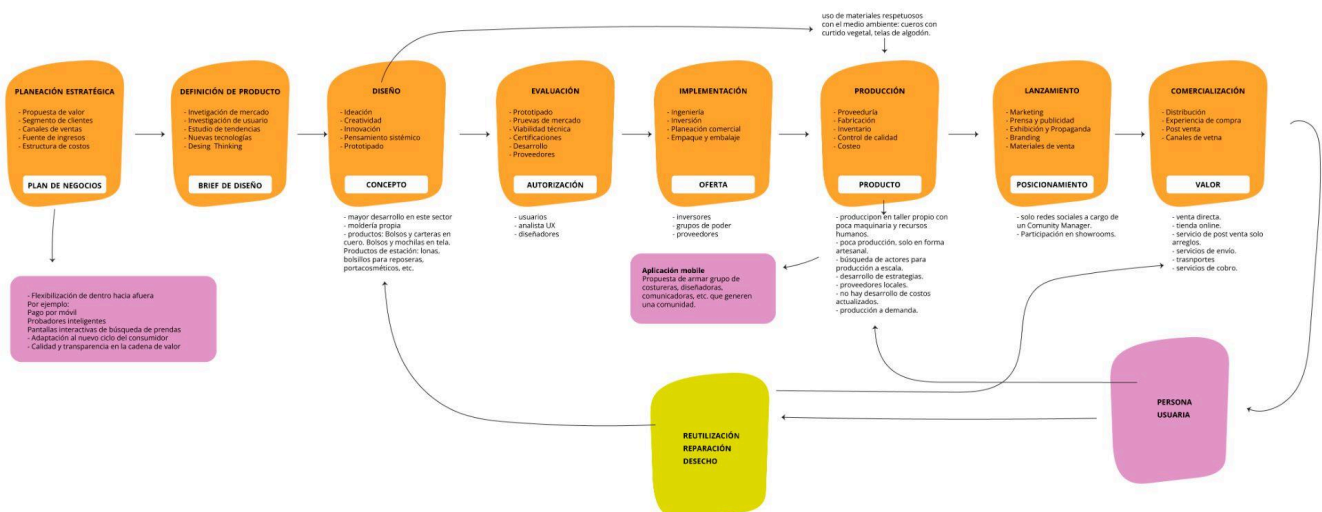
En estas repeticiones puede darse que por las métricas del feedback recibido deba cambiarse algún aspecto clave del negocio, a eso se lo llama *pivotear*.

De esta forma se consigue las métricas para verificar si se puede considerar exitoso o no. Si se lo considera que sí, logramos establecer el modelo de negocio que necesitamos: el de presentar un producto nuevo en las redes sociales (*antes* de que ingrese en la etapa de producción y desarrollo), y ver cómo y cuál es la interacción de las personas usuarias con la marca.

A partir de ésto, se replantea cómo *continuar*, si produciendo o de lo contrario, se realiza un *pivot* (o todos los que sean necesarios) para que el negocio se lleve adelante.

Un pivot es cuando se redirecciona el negocio cambiando la estructura del *modelo* de negocios. Por ejemplo, Aggiornata logró llevar adelante el modelo de negocio de **triple impacto**, sin embargo, si hubiese tenido que realizar algún pivot, estaban pensados y proyectados otros dos modelos de negocios más, uno es el de **moda de alquiler** y otro de **moda de demanda**.

Cadena de valor o de suministros de Aggiornata



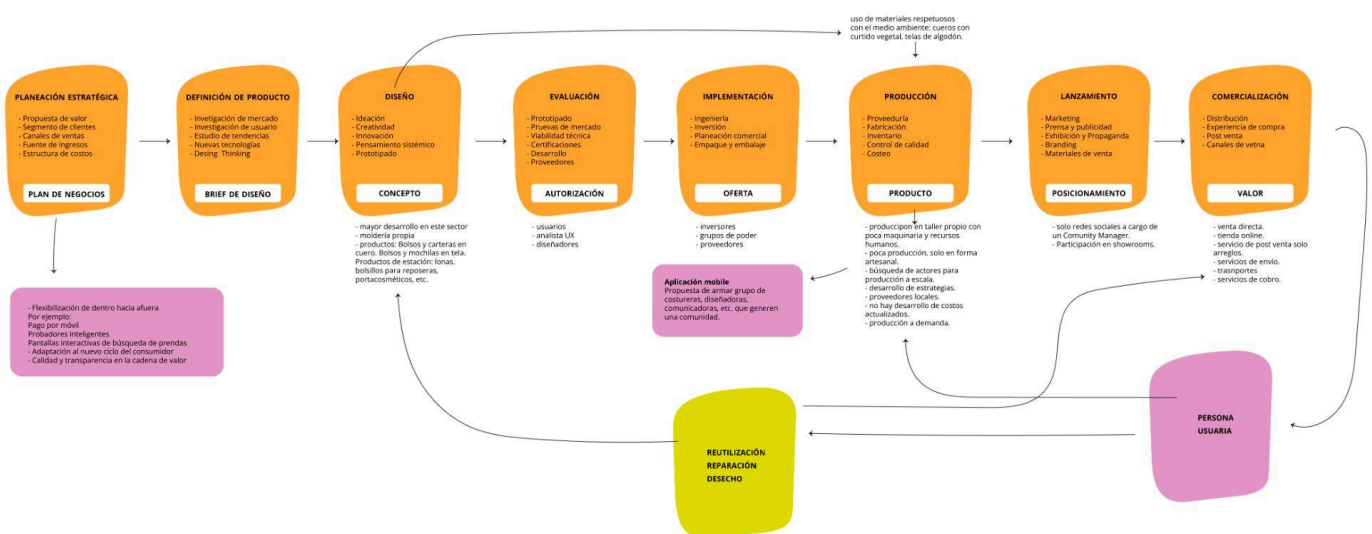
Foda cruzado Aggiornata

Desarrollando el análisis **FODA Cruzado** podemos establecer cuáles son nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas. Este análisis lo utilizamos para obtener conclusiones acerca del atractivo de la situación del objeto de estudio y la necesidad de emprender una acción en particular. Sólo con este tipo de análisis y evaluación integral del Foda, estaremos en condiciones de responder a si la compañía tiene puntos fuertes o capacidades fundamentales a partir de las cuales pueda crearse una estrategia innovadora, además de observar si los puntos débiles del negocio la hacen competitivamente vulnerable y cuáles son los que debemos corregir.

Para AGGIORNATA planteamos un modelo de negocios de **triple impacto** donde sus fortalezas radican en el respeto y trato justo a las trabajadoras, perspectiva de género, utilización de materiales eco-sustentables, trabajos a demanda con impronta artesanal que tienen en cuenta la experiencia de usuario y la durabilidad de los productos. Las amenazas son la competencia con las grandes marcas (grandes grupos de poder) y el alto costo de los materiales utilizados. La cadena de producción a pequeña escala se nos presenta como una debilidad, pero el cambio de paradigma en las nuevas generaciones (quieren saber de dónde provienen los materiales, cómo se fabrican los productos y si las personas involucradas reciben un trato justo) se convierte en una gran oportunidad.

La importancia de confeccionar y trabajar con este análisis FODA reside en que este proceso nos permite buscar y analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las variables que intervienen en el nuestro modelo de negocio con el fin de plantear las estrategias necesarias para el crecimiento como por ejemplo la inversión e implementación de entornos digitales interactivo para poder validar la propuesta de Aggiornata e interactuar con las y los consumidores/usuarios.

Cadena de valor o de suministros de Aggiornata



Bibliografía

Blum Peggy. (2021). *Moda circular. Para una industria sostenible de la moda*. Blume (1a edición en lengua española).

Brea Guillermo. (2020). *Brand Book, ideas sobre marca y diseño*. Wolkowicz Editores (1a edición).

Centro Metropolitano de Diseño. *Diseño y Negocios, Guía para Interactuar*. Autoedición.
<https://buenosaires.gob.ar/sites/default/files/media/document/2014/12/02/1a7b1acad288b2c7c7458df190141febbe5d81a.pdf>

Cyment Alan. (2015). *El espíritu de Scrum. El arte de amar los lunes*.

Instituto Nacional de Asociativismo y Economía social. Ministerio de Desarrollo Productivo Argentina. (2022). *Aspectos Básicos Cooperativos*.

Mon Laureano ... [et al]. (2015). *El diseño posible. Paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*. CEDI – UNNOBA (1a edición).

Osterwalder Alexander, Pigneur Yves. (2010). *Generación de Modelos de Negocios*. Deusto (22a edición).

Osterwalder Alexander ... [et al]. (2015). *Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Diseñando la propuesta de valor*. Deusto (1a edición).

Steele Valerie. (2019). *Fashion theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. Ampersand (1a edición).

WEBS

Amed Imran ... [et al]. (1 de diciembre de 2021). *El estado de la moda 2022: Una recuperación desigual y nuevas fronteras*. McKinsey & Company.

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-moda/es>

Euromonitor International. (17 de enero de 2022). *Euromonitor revela las 10 principales tendencias globales de consumo para 2022*. Euromonitor International.

<https://www.euromonitor.com/press/press-releases/euromonitor-revela-las-10-principales-tendencias-globales-de-consumo-para-2022>

Revista Riberas. (7 de noviembre de 2016). *Entre el trabajo informal y el trabajo forzoso: los talleres textiles*. Riberas.

<https://riberas.uner.edu.ar/entre-el-trabajo-informal-y-el-trabajo-forzoso-los-talleres-textiles/>

Retailers, Tiendas. (25 de julio de 2022). *La sostenibilidad y su importancia en el retail*. CAAD Retail Design. <https://caad-design.com/la-sostenibilidad-y-su-importancia-en-el-retail>

Fairtrade International. *Cómo funciona Fairtrade*.
<https://info.fairtrade.net/es/what/how-fairtrade-works>

Nicolás Escobar Uribe. (15 de julio de 2019). *Calidad de vida: un concepto más complejo de lo que parece*. Universidad Externado de Colombia.
<https://librepensador.uexternado.edu.co/calidad-de-vida-un-concepto-mas-complejo-de-lo-que-parece/>

Naciones Unidas. *La Agenda para el Desarrollo Sostenible*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Emilio Díaz. (9 octubre de 2019). *Tendencias de la industria de la moda*. EY. Building a better working world.
https://www.ey.com/es_ar/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-la-moda

Argentina.gob.ar. *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*.
<https://www.argentina.gob.ar/politicassociales/ods/institucional/agenda2030>

Valeria Gómez. (12 de diciembre de 2023). *Zara inaugura hoy su plataforma de ropa de segunda mano: así funciona*. Infobae.
<https://www.infobae.com/espana/2023/12/12/zara-inaugura-hoy-su-plataforma-de-ropa-de-segunda-mano-asi-funciona/>

Fair Indigo. (2024). <https://www.fairindigo.com/pages/about-fair-indigo-our-mission>

H&M Foundation. (2024). <https://hmfoundation.com>

Greenpeace (23 de noviembre de 2023). *Gran parte de la ropa usada no llega a tener una segunda vida tras meses de rastreo mediante geolocalizadores*.
<https://es.greenpeace.org/es/sala-de-prensa/comunicados/gran-parte-de-la-ropa-usada-no-llega-a-tener-una-segunda-vida-tras-meses-de-rastreo-mediante-geolocalizadores/>