



Resolución REC - 773 / 2025

JOSÉ C. PAZ, 29 de octubre de 2025

VISTO,

El Estatuto aprobado por la Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el Reglamento de Extensión, Voluntariado y Propuestas Formativas de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ aprobado por Resolución de C.S. N° 93 de 05 de noviembre 2020, el Expediente Digital N° 993/2025 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que las funciones sustantivas de la UNIVERSIDAD son la enseñanza, la investigación, la extensión, la transferencia y la producción, adecuadas a solucionar problemática local, regional, nacional e internacional. (v. art. 6°, inc. f), Estatuto Universitario).

Que la vinculación con la comunidad local es una de las tareas principales que se propone la UNIVERSIDAD. La misma se realiza a través de actividades de tipo cultural, de cursos de capacitación y proyectos de extensión que alienten la participación de los ciudadanos en estas actividades (v. art. 19°, Estatuto Universitario).

Que el proyecto tiene como objetivo promover la transformación digital de emprendedores y comercios de la región; Fortalecer los vínculos entre la universidad y el sector productivo local; Generar instancias de aprendizaje práctico en comercio electrónico y; Contribuir al desarrollo económico local a través de herramientas digitales.

Que, desde esa perspectiva, el DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA propone implementar el Proyecto de Extensión Universitaria (PEU) denominado “Semana del Comercio Electrónico Local”.

Que la DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN Y VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO, dependiente de la SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN CON LA COMUNIDAD Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA, ha tomado conocimiento dado que es una actividad de extensión.

Qué SECRETARÍA GENERAL ha considerado declarar de interés dicha Actividad de extensión.

Que la DIRECCIÓN DE ASUNTOS JURÍDICOS, dependiente de la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA, ha tomado la intervención de su competencia.

Que la presente medida se adopta en virtud de las atribuciones conferidas por los artículos 19, y 74 inciso e) del Estatuto de la UNIVERSIDAD, aprobado por la Resolución del MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015 y por el Artículo 20 del Reglamento de Extensión, Voluntariado y Propuestas Formativas de la Universidad Nacional de José C. Paz, aprobado por Resolución N° 93-CS de fecha 05 de noviembre de 2020.

Por ello,

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ



RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Apruébese la ejecución del PEU “Semana del Comercio Electrónico Local”, el cual tiene como director al Sr. Matías RIOS con DNI N° 28.837.562, docente de esta UNIVERSIDAD, que como Anexo forma parte de la presente.

ARTÍCULO 2º. - Regístrese, comuníquese y publíquese en el Boletín Oficial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ. Cumplido, archívese.

Abog. Darío Kusinsky

Rector

Archivos adjuntados

Nombre del archivo
PEU.pdf

FORMULARIO DE PEU

DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

Semana del Comercio Electrónico Local

ANTECEDENTES

La Semana del Comercio Electrónico Local es una iniciativa impulsada por la TUCE (Tecnatura Universitaria en Comercio Electrónico), con el objetivo de **fortalecer el ecosistema emprendedor del noroeste del Gran Buenos Aires**. Se desarrollará durante la última semana de noviembre de 2025 y propone una campaña de marketing digital colectiva, en la que emprendedores, comercios y pymes participarán de un evento online con recursos de promoción, consultoría y difusión, potenciando su presencia digital y sus ventas.

Este proyecto surge como continuidad y expansión de experiencias previas impulsadas desde la Secretaría de Extensión de UNPAZ, en las que se trabajó con bases de datos de emprendedores para brindarles herramientas que mejoren su desempeño comercial digital. La iniciativa toma elementos de acciones anteriores vinculadas al asesoramiento emprendedor, integrando ahora una propuesta más ambiciosa y territorializada.

PROBLEMÁTICA QUE BUSCA ATENDER

El proyecto busca atender las dificultades que enfrentan los pequeños emprendimientos y comercios de la región para insertarse de manera efectiva en el ecosistema del comercio electrónico. Estas dificultades incluyen desde la escasa digitalización de sus operaciones, hasta el desconocimiento de herramientas de gestión, promoción y logística online.

DIAGNÓSTICO

El desarrollo del comercio electrónico en la región noroeste del conurbano bonaerense se enfrenta a múltiples desafíos. A partir del trabajo realizado por la Secretaría de Extensión y el equipo de la TUCE en diversos proyectos anteriores, se ha identificado una fuerte **asimetría digital y operativa** entre los emprendimientos locales y otros actores más consolidados en entornos digitales.

Buena parte de los emprendimientos que forman parte del ecosistema cercano a la UNPAZ presenta una escasa o nula formalización, bajo nivel de digitalización, falta de estructuras mínimas para la gestión de ventas online (como catálogo, logística, medios de pago) y dificultades para comunicar adecuadamente su propuesta de valor en canales digitales. Esta situación limita seriamente su capacidad de competir, crecer y sostenerse.

Además, se detecta una **carencia de acceso a acompañamiento técnico especializado**, lo cual genera una brecha aún mayor entre los recursos disponibles y las oportunidades del mercado. Esto es especialmente grave en un contexto donde las fechas especiales del comercio electrónico

representan oportunidades comerciales concretas, pero también exigencias operativas que no todos los vendedores pueden afrontar sin asistencia.

A esta situación se suma un contexto laboral y económico caracterizado por altos niveles de informalidad, desempleo y subempleo, lo que refuerza la necesidad de generar mecanismos institucionales que fomenten la autonomía económica, la inclusión digital y el acceso a herramientas de desarrollo.

En este marco, la Semana del Comercio Electrónico Local surge como respuesta directa a estas limitaciones, al integrar un sistema de **diagnóstico, clasificación, acompañamiento y promoción** de los emprendimientos, sustentado en la articulación entre comunidad universitaria y sector productivo local. La implementación de Agencias TUCE como células de trabajo consultivo no solo responde a la necesidad concreta de los vendedores, sino que también transforma al evento en una experiencia de extensión universitaria con impacto real y medible.

En síntesis, el diagnóstico evidencia que existe una masa crítica de emprendimientos con potencial, pero sin las herramientas necesarias para desarrollarse en el plano digital. Por ello, es clave diseñar dispositivos como este que ofrezcan acompañamiento técnico, promoción territorial y formación situada para revertir ese escenario.

ALCANCE (DESTINATARIOS, UBICACIÓN, ZONA DE INFLUENCIA)

Destinatarios:

- Emprendedores, comerciantes, microempresas y pymes de la región noroeste del GBA.
- Estudiantes y graduados de la TUCE (como integrantes de las Agencias TUCE).
- Comunidad universitaria ampliada y público general interesado en el comercio digital.

Ubicación:

Modalidad virtual, con actividades complementarias presenciales dentro del ámbito de la UNPAZ y en espacios territoriales de los municipios participantes.

Zona de influencia:

Principalmente los partidos de José C. Paz, San Miguel, Malvinas Argentinas y Moreno.

DIRECTOR/A DEL PROYECTO

Nombre y Apellido	DNI	Correo Electrónico	Instituto/Departamento/Área al que pertenece	Cargo que desempeña	Carre ra	Asignatura
Matías Ríos	28837562	matias.rios@docentes.unpa z.edu.ar	DEPIT	Docente	TUCE	Desarroll o web (3113)

EQUIPO DE TRABAJO

(Puede ser docentes, nodocentes, estudiantes y graduados de la UNPAZ, miembros de la comunidad, profesionales y/o docentes externos)

Estudiantes

N°	Apellido y Nombre	Documento	Carrera	E-mail
1	Agüero, Federico	33404254	TUCE	fede71287.fa@gmail.com
3	Anselmo, Juan	26792592	TUCE	j.a.insumos@gmail.com

Graduados/as (agregar filas de ser necesario)

N°	Apellido y Nombre	Documento	Carrera	E-mail
1	De Carli, Adriana Sofía	37913942	TUCE	Adrianadecarli@hotmail.com
2	Fernández, Esteban	31034816	TUCE	fernandezesteban84@gmail.com

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La Semana del Comercio Electrónico Local se propone como una acción estratégica para promover la digitalización comercial de los emprendimientos y pequeñas empresas de la región noroeste del conurbano bonaerense, mediante un formato innovador, colaborativo y de fuerte impronta territorial.

Esta propuesta parte de una problemática concreta: la baja incorporación de herramientas digitales por parte de los actores económicos regionales, muchas veces debido a la falta de acceso a formación especializada, recursos técnicos o asesoramiento estratégico. Frente a esta realidad, la iniciativa ofrece una solución accesible y eficaz al combinar **una campaña de marketing digital colectiva** con **acompañamiento técnico gratuito** a cargo de estudiantes y egresados de la TUCE, organizados en Agencias TUCE con tutoría docente.

El proyecto articula dimensiones **educativas, productivas y sociales**, consolidando el rol de la universidad pública como agente activo de desarrollo local. Las Agencias TUCE brindan servicios reales de consultoría, fortaleciendo el vínculo entre la academia y el sector productivo, al tiempo que permiten a los estudiantes aplicar saberes en contextos concretos. Esta experiencia, además de contribuir a la mejora de los emprendimientos participantes, enriquece la formación profesional de los futuros técnicos.

Desde el punto de vista comunicacional, la Semana del Comercio Electrónico local propone una estrategia de **visibilización del ecosistema emprendedor regional** a través de una fuerte presencia digital, incluyendo una web del evento, catálogos online, sesiones de live shopping y

difusión en redes sociales y medios locales. Esto multiplica el alcance del evento y potencia las oportunidades comerciales de los vendedores participantes.

La propuesta también aporta valor en términos de generación de datos: se prevé una instancia final de evaluación con métricas cuantitativas y cualitativas que permitirá medir el impacto real del evento y podría servir luego como insumo para **ajustes curriculares en la carrera TUCE**, contribuyendo al perfeccionamiento académico y a la planificación de futuras ediciones.

En definitiva, el proyecto se posiciona como una herramienta eficaz y replicable, con beneficios directos e inmediatos para la comunidad y con alto valor estratégico para el fortalecimiento de la universidad como actor de transformación territorial.

OBJETIVOS GENERALES

1. Promover la transformación digital de emprendedores y comercios de la región.
2. Fortalecer los vínculos entre la universidad y el sector productivo local.
3. Generar instancias de aprendizaje práctico en comercio electrónico.
4. Contribuir al desarrollo económico local a través de herramientas digitales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Seleccionar y acompañar a vendedores para su participación en la Semana del Comercio Electrónico.
2. Desarrollar planes de acción personalizados para cada vendedor.
3. Promover la participación de estudiantes y egresados de la TUCE como consultores.
4. Implementar una estrategia de difusión digital y sesiones de live shopping.
5. Medir el impacto comercial, comunicacional y educativo del evento.

METAS DE LA ACTIVIDAD

Inicio: 1ro de setiembre de 2025

Finalización: 15 de diciembre de 2025

Evento principal: del 24 al 30 de noviembre de 2025

Plan de acción:

A las fases del proyecto le anteceden trabajos previos realizados por el mismo equipo, que los ha proveído de insumos clave para el desarrollo de esta actividad, a partir de la revisión de bases de datos y relevamiento de vendedores a través de entrevistas, para realizar la clasificación de componentes de las bases de datos.

Fase	Actividad principal	Descripción	Fecha estimada
------	---------------------	-------------	----------------

Diseño	Plan de acción individual por vendedor	Entrevistas diagnósticas, elaboración de estrategias personalizadas según perfil y objetivos del vendedor.	Septiembre 2025 (semana 1-2)
Convocatoria	Formación de Agencias TUCE	Conformación de equipos de estudiantes y graduados, asignación de tutores docentes, firma de acuerdos de colaboración.	Septiembre 2025 (semana 3)
Producción	Ejecución de planes de trabajo	Consultoría a vendedores, desarrollo de contenidos, estrategias de comunicación y fortalecimiento operativo.	Octubre 2025 (todo el mes)
Lanzamiento	Inicio de campaña digital	Publicación en redes sociales, anuncios en medios, presentación oficial del evento a la comunidad.	1° de octubre de 2025
Ejecución	Semana del Comercio Electrónico	Actividades en vivo (live shopping), seguimiento de campañas, atención al cliente por parte de los vendedores, monitoreo del evento.	24 al 30 de noviembre 2025
Evaluación	Organización de información obtenida durante la actividad, para la generación de informes	Reuniones de equipo para analizar métricas, indicadores, encuestas cualitativas y cualitativas para la evaluación de los resultados obtenidos, en función de los objetivos planteados.	1 al 15 de diciembre

Indicadores de éxito

- Incluir al menos 50 vendedores activos.
- Conformar al menos 10 Agencias TUCE con estudiantes y docentes tutores.
- Realizar un mínimo de 10 sesiones de live shopping.
- Alcanzar un alcance mínimo de 1.000 personas en redes y medios digitales.
- Elaborar un informe final con métricas comerciales y aprendizajes.

PRESUPUESTO

El presente proyecto no presenta erogación presupuestaria.



FIRMA DIRECTOR:

ACLARACIÓN: Matías Ríos

DNI: 28837562

Hoja de firmas



Sistema: sudocu
Fecha: 29/10/2025 11:35:53
Cargado por: ROMINA MAROLT



Sistema: sudocu
Fecha: 29/10/2025 15:05:47
Autorizado por: ANA LAURA HERRERA



Sistema: sudocu
Fecha: 03/11/2025 15:19:34
Autorizado por: María Soledad Cadierno



Sistema: sudocu
Fecha: 04/11/2025 20:18:36
Autorizado por: DARIO EXEQUIEL KUSINSKY