

QUILMES, 11 de marzo de 2008

VISTO la propuesta de realización de los talleres "*Planes Sociales de Zona: una nueva modalidad de relación con las Instituciones Locales*" y "*Marca Social: una herramienta para las Organizaciones de la Economía Social en la comunidad local*", y

CONSIDERANDO:

Que la realización de los mismos puede resultar beneficiosa al brindar un espacio compartido donde los actores involucrados, emprendedores sociales, profesionales y funcionarios públicos, en experiencias socio-productivas en economía social puedan intercambiar experiencias, reflexionar en conjunto sobre la situación actual con sus avances y dificultades, a la vez que formular propuestas y estrategias de acciones a futuro.

Por ello,

**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL  
DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES**

**R E S U E L V E:**

ARTICULO 1º.- Aprobar la realización de los Talleres "*Planes Sociales de Zona: una nueva modalidad de relación con las Instituciones Locales*", y "*Marca Social: una herramienta para las Organizaciones de la Economía Social en la comunidad local*", cuyas pautas figuran como Anexo I de la presente Resolución.

ARTICULO 2º.- Regístrese. Comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN (C.D.) N° 044/08

Firmado por: Dra. Sabina Frederic  
Directora del Departamento de Ciencias Sociales.



“Planes Sociales de Zona: una nueva modalidad de relación con las Instituciones Locales”

5 y 6 de Marzo 2008, de 10 a 15 hs.

“Marca Social: una herramienta para las Organizaciones de la Economía Social en la comunidad local”

10, 11,12 de Marzo 2008, de 10,30 a 14,30 hs.

Universidad Nacional de Quilmas

Aula 22

Objetivos:

- Analizar y debatir la modalidad de construcción y gestión de las relaciones en un territorio, entre gobiernos locales y organizaciones, representada por los Planes de Zona, e individualizar posibles formas de colaboración en la construcción de un proceso participativo donde se definen objetivos, prioridades, acciones, recursos, para realizar proyectos sociales en común.
- Desarrollar procesos innovadores para el crecimiento de las organizaciones de la economía social, fomentando un cambio integral capaz de conyugar responsabilidad social y competitividad, y profundizando instrumentos y metodologías para la constitución de un distrito social.
- Identificar caminos para la construcción de la Marca Social como garantía para la comunidad local, acreditación de un proceso organizativo y de la calidad de las filieras en economía social.

## FUNDAMENTACIÓN

La década de 1990 tuvo como una de sus expresiones más dramáticas el crecimiento de la pobreza, la precariedad laboral y el desempleo de amplias capas de población de nuestro país.

La sociedad y sus organizaciones no se mantuvieron inertes ante estas políticas. Además de las legítimas demandas y protesta social que sobrevivieron, florecieron estrategias socio-productivas autónomas, tanto de la propia población como de organizaciones sociales de apoyo, las cuales impulsaron emprendimientos económicos de índole asociativa o familiar buscando hacer frente a la crisis generando puestos de trabajo y mejora en los ingresos. En los últimos años se sumaron a esas iniciativas de la sociedad civil, un conjunto de políticas públicas y programas específicos que colaboran con asistencia y financiamiento para el desarrollo de dichos emprendimientos.

Si bien se observan ciertas mejoras con la recuperación económica de los últimos años, resulta aún problemática la reinserción plena de los sectores más afectados por las políticas neoliberales. Por ello, en el caso concreto del distrito de Quilmes creemos imprescindible que los actores involucrados en dichas experiencias socio-productivas puedan contar con espacios de encuentro y aprendizaje compartidos donde puedan intercambiar experiencias, reflexionar en conjunto sobre la situación actual con sus avances y dificultades, a la vez que formular propuestas y estrategias de acciones a futuro.

En tal sentido los talleres se organizan con la intención de sumar reflexiones y propuestas que contribuyan al fortalecimiento de dichas experiencias, siendo sus destinatarios 1) emprendedores sociales, 2) profesionales y funcionarios públicos, que intervienen en el ámbito de la economía social.