

PARANÁ, 22 MAY 2026

VISTO:

El expediente S01:0001169/2026 UADER_RECTORADO, referido a la "Diplomatura en Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local", de la Coordinación de Rectorado en Concepción del Uruguay; y

CONSIDERANDO:

Que esta propuesta académica tiene su origen en la Coordinación de Rectorado UADER en Concepción del Uruguay y está orientada a fortalecer el rol estratégico de los comercios como pilares del desarrollo económico local del territorio, en un contexto marcado por la digitalización, los cambios en los hábitos de consumo y la incorporación de nuevas tecnologías que redefinen los modos de producir, distribuir y vender.

Que la Diplomatura brinda herramientas para afrontar estos desafíos desde una mirada integral y actualizada, donde los actores que intervienen en el sector comercial podrán incorporar competencias estratégicas y tecnológicas para gestionar y reinventar el comercio, contribuyendo al desarrollo económico local con una visión innovadora, crítica y sostenible.

Que la propuesta promueve la adquisición de capacidades que permitan liderar procesos de reinención, mejorar la competitividad y generar valor en entornos dinámicos y altamente cambiantes, y su aprobación permitirá brindar herramientas en gestión económica y financiera, comercial y del cliente, además de transformación digital y dinámicas de innovación y liderazgo.

Que el objetivo general de la Diplomatura consiste en incorporar competencias estratégicas y tecnológicas para gestionar y reinventar el comercio en contextos dinámicos, contribuyendo al desarrollo económico local con una visión innovadora, crítica y sostenible.

Que este trayecto formativo consta de seis (6) módulos y un total de ciento cincuenta (150) horas reloj. Está destinado a comerciantes, emprendedores, empleados de comercio, profesionales independientes y personas vinculadas al desarrollo económico y la innovación comercial.

Que la unidad académica responsable es la Coordinación de Rectorado UADER, sede Concepción del Uruguay de la Universidad Autónoma de Entre Ríos.

RESOLUCIÓN “CS” N° 122-26

Que toman intervención de competencia el Departamento de Programas y Proyectos de la Secretaría de Integración y Cooperación, y la Dirección de Asuntos Académicos de la Secretaría Académica de Rectorado, los cuales concluyen que la presente diplomatura cumple rigurosamente con los lineamientos establecidos en la Ordenanza N° 163 UADER, modificada por la Ordenanza “CS” N° 200 UADER (Reglamento de Diplomaturas).

Que la Secretaría de Integración y Cooperación y la Secretaría Académica, ambas de Rectorado UADER, consideran que el proyecto guarda una estrecha consonancia con los objetivos estratégicos definidos en el Plan de Desarrollo Institucional (PDI) de nuestra Universidad, y elevan el proyecto para ser tratado en el Consejo Superior.

Que el Sr. Rector de la Universidad Autónoma de Entre Ríos toma conocimiento y remite estas actuaciones para su tratamiento.

Que la Comisión Permanente de Extensión Universitaria del Consejo Superior, en despacho de fecha 21 de mayo de 2026, recomienda la aprobación de la propuesta denominada “Diplomatura en Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local”.

Que el Consejo Superior, en su tercera reunión ordinaria llevada a cabo el día 22 de mayo de 2026, resuelve por unanimidad de los presentes aprobar el despacho de la Comisión Permanente de Extensión Universitaria.

Que es competencia de este Órgano resolver actos administrativos en el ámbito de la Universidad en uso pleno de la autonomía, de acuerdo al Artículo 269° de la Constitución de la Provincia de Entre Ríos “*La Universidad Provincial tiene plena autonomía. El Estado garantiza su autarquía y gratuidad...*”, y en el Artículo 14° incisos a) y n) del Estatuto Académico Provisorio de la Universidad Autónoma de Entre Ríos aprobado por Resolución Ministerial N° 1181/2001 del Ministerio de Educación de la Nación.

Que en ausencia del Sr. Rector en su carácter de Presidente del Consejo Superior se aplica lo establecido en la Ordenanza “CS” N° 041 UADER modificada por la Ordenanza “CS” N° 139 UADER, asumiendo la mencionada Presidencia el Sr. Decano de la Facultad de Ciencias de la Gestión de la Universidad Autónoma de Entre Ríos.

Por ello:

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS

RESUELVE:


ARTÍCULO 1º: Aprobar la "Diplomatura en Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local", de la Coordinación de Rectorado Universidad Autónoma de Entre Ríos en Concepción del Uruguay, que como anexo único forma parte de la presente, en el marco de la Ordenanza "CS" N° 163 UADER modificada por la Ordenanza "CS" N° 200 UADER, conforme los considerandos precedentes.

ARTÍCULO 2º: Establecer que la "Diplomatura en Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local" estará a cargo de la Coordinación de Rectorado, sede Concepción del Uruguay de la Universidad Autónoma de Entre Ríos.

ARTÍCULO 3º: Registrar, comunicar, publicar en el Digesto Electrónico UADER, notificar a quienes corresponda y, cumplido, archivar.



Abog. HAEDO HUGO FABIÁN
Secretario del Consejo Superior
U.A.D.E.R.



Prof. ROMÁN MARCELO SCATTINI
DECANO
Facultad de Ciencias de la Gestión
UADER

RESOLUCIÓN “CS” N° 122-26

ANEXO ÚNICO

1. DENOMINACIÓN

Diplomatura en Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local

2. RESUMEN

La Diplomatura en “Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local” es una propuesta académica orientada a fortalecer el rol estratégico de los comercios como pilares del desarrollo económico local del territorio.

En un contexto marcado por la digitalización, los cambios en los hábitos de consumo y la incorporación de nuevas tecnologías que redefinen los modos de producir, distribuir y vender, la Diplomatura brinda herramientas para afrontar estos desafíos desde una mirada integral y actualizada. Los actores económicos que intervienen en el sector comercial podrán incorporar competencias estratégicas y tecnológicas para gestionar y reinventar el comercio en contextos dinámicos, contribuyendo al desarrollo económico local con una visión innovadora, crítica y sostenible.

Con una carga horaria de 150 horas, su eje central se enfoca en que las personas vinculadas al comercio comprendan profundamente los nuevos paradigmas que rigen los mercados y desarrollen competencias clave en innovación, sostenibilidad, análisis de datos y gestión estratégica.

La propuesta promueve la adquisición de capacidades que permitan liderar procesos de reinención, mejorar la competitividad y generar valor en entornos dinámicos y altamente cambiantes. Busca a partir de una mirada sistémica del Ecosistema Productivo, que permita el análisis de estrategias en base al contexto, brindar herramientas en gestión económica y financiera, comercial y del cliente, transformación digital y dinámicas de innovación y liderazgo.

3. RESPONSABLE

Rectorado - Coordinación Concepción del Uruguay.

4. FUNDAMENTACIÓN

La globalización, la digitalización y las transformaciones productivas han modificado las formas tradicionales de intercambio y generación de valor, demandando nuevos perfiles de los actores con visión estratégica y capacidad de articulación entre el sector público, privado y la sociedad civil.

En la actualidad, el comercio debe reinventarse, la aparición de tecnologías que modifican modos de producir, distribuir y consumir han modificado los contextos surgiendo nuevos paradigmas, siendo los comercios los pilares fundamentales para el desarrollo económico local que se constituyen como eje central para la competitividad y sostenibilidad de las comunidades.

El Triángulo de Sábato es un modelo de política Científico-Tecnológica el cual postula que para que realmente exista una estructura productiva en primer lugar es necesaria la presencia de tres agentes. El primero de ellos es el Estado, el cual participa en el sistema como diseñador y ejecutor de la política, el segundo es la infraestructura Científico y Tecnológica, como sector productor y oferente de la tecnología y saberes, y por último el Sector Productivo, el cual es demandante de tecnología y conocimientos. No obstante, la mera existencia de estos actores no es suficiente para el éxito de esta estructura. A su vez se requiere que estos actores están relacionados fuertemente y de manera permanente (Sábato y Botana, 1968. Sábato, 1975).

Por otro lado, el comercio digital incluye tanto el intercambio de bienes y servicios solicitados digitalmente pero entregados físicamente (por ejemplo, la compra de un libro en una plataforma de comercio electrónico o la reserva de una estancia en un apartamento mediante una aplicación de búsqueda de alojamiento) como el intercambio de bienes y servicios entregados digitalmente (por ejemplo, los servicios de streaming de películas o música o la recepción de planos arquitectónicos de proveedores extranjeros). Los flujos de datos son la base del comercio digital. Los datos no solo son un medio de producción y distribución, sino también un activo comercializable y un instrumento para la organización de las cadenas de valor globales (CVG). Los datos facilitan el comercio de bienes físicos y constituyen el núcleo de tecnologías emergentes de rápido crecimiento como la inteligencia artificial, la computación en la nube, el Internet de las Cosas (IoT) y la fabricación aditiva (López González, J. y M. Jouanjean (2017), "Comercio digital: desarrollo de un marco de análisis", Documentos de política comercial de la OCDE, n.º 205, Publicaciones de la OCDE, París, <https://doi.org/10.1787/524c8c83-en>).

En este marco, la educación se presenta como un cuarto vértice transversal que potencia las relaciones del triángulo. Constituye el espacio donde se forman las capacidades humanas necesarias para que la innovación, la producción y la gestión socio económica puedan materializarse en prácticas sostenibles, inclusivas y territorialmente relevantes. La educación, entendida como proceso continuo de aprendizaje, actualización y reflexión crítica, es el motor que permite traducir la ciencia y la tecnología en desarrollo social y económico.

En este sentido resulta indispensable que las personas vinculadas al comercio posean una comprensión integral de los nuevos paradigmas que rigen los mercados, incorporando competencias en innovación, sostenibilidad, análisis de datos y gestión estratégica. En este escenario, la formación se posiciona como un pilar fundamental en el desarrollo territorial, dado que puede otorgar entornos académicos para la formación de personas y colectivos comprometidos con su medio, que propicien la reflexión crítica y el trabajo colaborativo, claves para el fortalecimiento del entramado social y productivo.

Para ello, esta Diplomatura trasciende la lógica tradicional de capacitación y se consolida como un espacio de formación integral que articula conocimiento, reflexión y acción. Su propuesta combina actualización conceptual con herramientas prácticas, potenciando perfiles capaces de liderar procesos de transformación en sus propios contextos. Su ejecución permite brindar espacios de diálogo entre diferentes actores económicos territoriales permitiendo el análisis y la reflexión para una visión colectiva.

RESOLUCIÓN "CS" N° 122-26

Así, la Diplomatura no solo acompaña la reinención del comercio, sino que se convierte en un instrumento para impulsar un ecosistema productivo más innovador, sostenible y competitivo, donde el comercio local actúe como motor del desarrollo económico y social del territorio.

5. OBJETIVOS:

Objetivo General

- Incorporar competencias estratégicas y tecnológicas para gestionar y reinventar el comercio en contextos dinámicos, contribuyendo al desarrollo económico local con una visión innovadora, crítica y sostenible.

Objetivos Específicos

1. Incorporar herramientas que les permita aportar al fortalecimiento de la articulación entre el sector público, privado y la comunidad local para favorecer el desarrollo económico territorial con una mirada sistémica.
2. Analizar las transformaciones del comercio en la modernidad y su impacto en los modelos de negocio y en las economías locales.
3. Desarrollar competencias para la planificación, gestión y evaluación de estrategias comerciales en entornos dinámicos y competitivos. Dotando de herramientas de análisis económico, tendencias y evaluación de posibles escenarios. Y promoviendo el uso de tecnologías digitales aplicadas al comercio, la comunicación y la toma de decisiones empresariales.
4. Fomentar la incorporación de principios de sostenibilidad y responsabilidad social en la gestión comercial y en las prácticas empresariales.
5. Impulsar la capacidad de innovación y adaptación frente a los cambios tecnológicos, económicos y culturales del contexto global.

6. TRAYECTO FORMATIVO:

Módulos	Carga Horaria
Módulo 1. Contexto y fundamentos del desarrollo económico local	20
Módulo 2. Gestión Económica y Financiera	30
Módulo 3. Gestión Comercial y del Cliente	30
Módulo 4. Transformación digital y marketing	20
Módulo 5. Innovación, liderazgo y gestión de equipos	20
Módulo 6. Proyecto integrador	30
CARGA HORARIA TOTAL	150

7. DESCRIPCIÓN DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

Módulo 1: Contexto y fundamentos del desarrollo económico local (20 h)

- Conceptos y actores del desarrollo económico local. El comercio como motor de las economías urbanas y regionales. Políticas públicas y articulación público-privada. Ecosistemas emprendedores y redes de valor. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). Diagnóstico socioeconómico local y tendencias 2026.
- Utilización de herramientas concretas de uso como: georreferenciación (Google My Maps), lectura de datos de ventas locales, indicadores básicos de competitividad.

Módulo 2: Gestión Económica y Financiera (30 h)

- Nociones de micro y macro economía. Organización y administración del punto de venta. Gestión económica y financiera del negocio: cómo implementar sistemas de registración y control, elaboración de reportes mensuales de resultados, análisis de rentabilidad y desempeño por producto o servicio, e interpretación de datos para la toma de decisiones.
- Tableros e indicadores de gestión: construcción de paneles visuales que permitan identificar en una sola mirada qué áreas del negocio funcionan mejor, dónde se generan pérdidas y cómo orientar estrategias de mejora. Logística, inventarios y proveedores.
- Financiamiento: líneas y condiciones de líneas de financiamiento. Impuestos nacionales y provinciales. Tasas municipales. Cargas laborales, operatoria bancaria. Nuevas formas de pago y cobro.

Módulo 3: Gestión Comercial y del Cliente (30 h)

- Herramientas tecnológicas para la gestión comercial (CRM, ERP, POS, etc.).
- Nuevas dinámicas del consumo post-pandemia. Análisis de mercado y segmento objetivo. Propuesta de valor. Defensa al consumidor. Comercio justo y sostenibilidad en las prácticas comerciales. Estrategias de gestión comercial y atención al cliente.
- Idioma.

Módulo 4: Transformación digital y marketing (20 h)

- Digitalización del comercio local. Redes sociales, branding y marketing de contenidos. Comercio electrónico y Marketplace locales. Inteligencia artificial y datos aplicados al comercio.
- Estrategias de marketing de bajo costo (Meta Ads, WhatsApp Business, SEO local).
- Uso de IA para contenido, chatbots o atención automatizada. Comercio electrónico y cómo integrar lo presencial con lo digital.

RESOLUCIÓN "CS" N° 122-26

Módulo 5: Innovación, liderazgo y gestión de equipos (20 h)

- Innovación en modelos de negocio. Liderazgo adaptativo y habilidades blandas. Gestión del talento y equipos multigeneracionales. Comunicación efectiva y negociación.
- Diseño de experiencias de cliente

Módulo 6: Proyecto integrador (30 h)

- Diagnóstico de una realidad comercial local.
- Propuesta de mejora o innovación. Aplicación de herramientas vistas durante la diplomatura.
- Presentación de: Plan de mejora para su propio comercio, Proyecto colectivo con impacto territorial (por ejemplo, feria digital local) y Plan de emprendimiento nuevo.
- Evaluación.


8. DESTINATARIOS

Comerciantes, emprendedores, empleados de comercio, profesionales independientes y personas vinculadas al desarrollo económico y la innovación comercial.

9. PERFIL DEL DIPLOMADO/A

El/la Diplomado/a en "**Gestión del Comercio para el Desarrollo Económico Local**" tendrá los conocimientos necesarios sobre la gestión integral del comercio y el ecosistema productivo.

Poseerá, asimismo, los conocimientos y capacidades necesarios para mejorar la competitividad y estrategia del comercio, de acuerdo al contexto territorial y la dinámica de los actores económicos existentes contribuyendo al fortalecimiento del desarrollo económico local.



Prof. ROMÁN MARCELO SCATTINI
DECANO
Facultad de Ciencias de la Gestión
UADER