



Maestría en Políticas Públicas

Valor Popular: Formando oportunidades en la Economía Popular y Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Autoría: Figueras, María Florencia

Año: de defensa de la tesis: 2025

¿Cómo citar este trabajo?

Figueras, M. (2025) "*Valor Popular: Formando oportunidades en la Economía Popular y Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*". [Tesis de maestría. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella

<https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/13621>

El presente documento se encuentra alojado en el Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional
Dirección: <https://repositorio.utdt.edu>



**UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA**

**ESCUELA DE GOBIERNO
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS**

TRABAJO FINAL

**Valor Popular: Formando oportunidades en la Economía
Popular y Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

Autora:

Lic. María Florencia Figueras

Director:

Dr. Alejandro Estévez

Co- directora:

Lic. Marcela Cifarelli

Marzo de 2025

Introducción	
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Metodología	
Pregunta y estrategia de investigación	3
Selección de caso	4
Población de estudio	4
Fuentes de información y recopilación de datos	5
Limitaciones del estudio	6
Estado del Arte	7
La concepción sobre la Economía Popular	7
Las perspectivas de la Economía Social	10
La mirada liberal	12
Visión heterodoxa	13
La multidimensionalidad de la Informalidad	13
El doble efecto de las políticas públicas sobre la informalidad	14
Aplicaciones en América Latina	15
Desarrollo del caso	
Los barrios populares porteños	20
La promoción de la Economía Popular y Social en la CABA	24
Sobre el Programa de Asistencia Técnica a la Economía Popular y Social	26
Desarrollo e impacto de la política pública	30
Conclusiones	48
Recomendaciones	50
Revisión bibliográfica	53
Referencias	55
Anexos	
Entrevista a hacedor de la política pública “Asistencia Técnica”	56
Entrevista a informante de la mentoría “Multiplicar Valor”	65
Entrevista a informante de la mentoría “Mujeres Argentinas Emprendedoras”	71
Entrevista a informante de la mentoría “Academia de Emprendedores”	75
Cuestionario TOE	79

Introducción

En la Argentina reciente, y marcadamente por su crisis económica de principios de siglo, la Economía Popular y Social ha cobrado un rol central en la generación de ingresos y la construcción de trabajo digno en los barrios populares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Frente a un escenario de creciente informalidad laboral y exclusión del mercado de trabajo tradicional, miles de personas han desarrollado emprendimientos de lo que llamamos *base de la pirámide* productiva como una estrategia de sustento y autonomía económica. En este contexto, las políticas públicas de formación y capacitación se presentan como herramientas clave para fortalecer estas iniciativas, mejorar sus condiciones productivas y potenciar su sostenibilidad en el tiempo.

La presente investigación busca analizar los efectos de las políticas públicas de formación dirigidas a emprendedores de la Economía Popular y Social en los denominados *barrios populares* porteños entre 2022 y 2023. Se estudiará cómo estas políticas han impactado en la gestión, comercialización, formalización y crecimiento de los emprendimientos, así como en la autonomía y capacidades de sus protagonistas. A través de un enfoque de estudio de caso, se explorará la relación entre formación y desarrollo económico, considerando la perspectiva de los beneficiarios y el alcance real de las iniciativas estatales.

Objetivo General

Analizar los efectos de las políticas públicas de formación para emprendedores de la Economía Popular y Social en los barrios populares de la CABA durante el período 2022-2023, con el fin de evaluar su impacto en el fortalecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos.

Objetivos Específicos

1. Identificar las principales políticas públicas de formación implementadas para emprendedores de la Economía Popular y Social por el Gobierno de la ciudad de Buenos Aires (GCBA) entre 2022 y 2023.
2. Evaluar el impacto de la formación en la gestión, comercialización, formalización y sostenibilidad de los emprendimientos en barrios populares.
3. Analizar la percepción de los beneficiarios sobre la utilidad y pertinencia de las capacitaciones recibidas.

4. Explorar los desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores populares para acceder y aprovechar estos programas de formación.
5. Proponer recomendaciones para mejorar la efectividad de las políticas de formación en el fortalecimiento de la Economía Popular y Social.

Metodología

Pregunta y estrategia de investigación

El presente trabajo postula como pregunta de investigación ***¿Cuál ha sido el impacto del programa de Asistencia Técnica del GCBA (2022-2023) en las Unidades Productivas de la Economía Popular y Social en barrios populares de CABA?***

El objetivo de la investigación es arrojar resultados acerca del impacto en términos de desarrollo económico, inclusión y productividad siguiendo la implementación de las políticas de formación para la economía popular y social en la CABA en la gestión de Horacio Rodríguez Larreta durante el año 2022-2023. Para ello, se tomará el programa de Asistencia técnica del CGBA que se desprende de la estrategia de política pública propuesta en la Ley N° 6.376 de Promoción de la Economía Social vigente en el distrito desde el 3 de diciembre del 2020 y en la cual se enmarcan los programas de gobierno aplicados en la actualidad, por lo que fundamentalmente será un estudio de caso.

El mismo se abordará a través del método interpretativo, definido por Denzin (1994) como aquel que para ser exitoso debe realizar un análisis inductivo de textos o datos, tiene que ponerlos en contexto y luego tiene que "triangular" esas percepciones con otros informantes, otorgándole "confiabilidad" a la interpretación. Además, a modo de diagnóstico, se realizará una caracterización de los barrios populares de la CABA con el fin de establecer el campo de estudio al cual nos abocaremos, con sus características poblacionales, urbanas y productivas. Luego, a modo de análisis cualitativo, se ejecutarán entrevistas tanto a creadores de la política pública mencionada como a sus interventores. Además se presentarán datos de impacto de las Unidades Productivas (UPs) que participaron de los programas que derivan de la política pública porteña seleccionada para vislumbrar el desempeño particular en la implementación y las tendencias que de allí se derivan.

Selección de caso

Se ha elegido el caso del impacto del programa de Asistencia Técnica creado por resolución N° 13-GCABA-SSDPH/22 y modificado por la N° 10-GCABA-SSDPH/23. Particularmente, se eligen las implementaciones formativas, por varias razones. En primer lugar, por derivarse de un plan de Integración Urbana del GCBA con el objetivo de incorporar a sus barrios populares al resto del conglomerado, lo que supone una transformación del entramado de la ciudad más cosmopolita de la República Argentina. En segundo lugar, por el enfoque productivo e integrativo de un sector de la economía que suele ser excluido de la matriz productiva como es la economía popular y social, y sobre todo la influencia que el programa puede tener sobre un distrito competitivo como lo es la CABA. En tercer lugar, se ha elegido este caso debido a la disponibilidad de información, resultados e informantes clave, cuyos testimonios serán fundamentales para evaluar la efectividad de las políticas de fomento a la Economía Popular y Social, sector de importante representación en nuestro país, y de creciente expansión debido a la crisis económicas recientes y acrecentadas en el contexto de la pandemia COVID-19.

Conocer en profundidad los hallazgos de dicha política pública ayudará a vislumbrar las aplicaciones que podrían hacerse en el futuro en pos de mejorar las condiciones de aquellas personas que tengan una Unidad Productiva (UP) en un barrio popular.

Población de estudio

Se tomarán para dicho estudio aquellas UPs de la Economía Popular y Social que les aplique la Ley de Promoción de la Economía Social mencionada. Por tanto, serán estas las que formen parte del Registro Único de Unidades Productivas de la Economía Popular y Social (RUPEPyS), que se desprende de dicha ley y que actualmente estén percibiendo alguno de los beneficios que la presente legislación promueve. Se presenta la salvedad respecto del requisito que la legislación esboza sobre la condición de formalidad que deben tener las UPs beneficiadas. Si bien la ley profesa que debe estar bajo inscripción a alguna de las formas de monotributo existentes, o ser una cooperativa o grupo asociativo bajo la personería jurídica que así lo acredite, a los efectos prácticos, dada la injerencia significativa de los emprendimientos, comercios, cooperativas y grupos asociativos que revisten el carácter de informalidad, en la implementación se los ha incluido como beneficiarios de la mayoría de los programas de la mencionada norma. Por último, cabe destacar que a los fines de responder a la pregunta de investigación, se tomarán aquellas UPs

que hayan participado de programas de formación a partir del año 2022 dado que, si bien el programa de Asistencia Técnica data del 2021, el 2022 es el año en el que aprueba formalmente el programa de Asistencia Técnica vinculado al nuestro objeto de estudio.

Fuentes de información y recopilación de datos

En la presente tesis se utilizarán dos tipos de fuentes de información. Por un lado, aquellas de producción propia como las entrevistas a aquellos hacedores de la política pública a estudiar, ya sea desde el sector público originario, como así también de los interventores privados en el proceso como empresas, ONG's y particulares. Además, se contarán con datos suministrados por el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del GCBA, quien lleva la cartera de la política pública que se abordará. Por otra parte, serán parte de la elaboración del trabajo fuentes de información secundarias, es decir, producidas por otros autores como por ejemplo trabajos de investigación, libros, artículos de interés, legislación y entrevistas periodísticas, entre otros.

Particularmente, respecto a las entrevistas, se eligieron cuatro representantes: un hacedor de la política pública a analizar del GCBA y los tres restantes, contrapartes del sector privado que fueron aliados en la implementación del programa. Al primer entrevistado se lo eligió debido a su carácter de diseñador de la política pública. Es decir, brindará información fundamental para comprender cuál fue la problemática a abordar y cómo fue el proceso de su teoría del cambio para determinar el tipo y la configuración de las iniciativas de formación enmarcadas en el programa. Dada la centralidad de su testimonio, y a fin de recabar la mayor cantidad de información posible, se le realizó una entrevista diferenciada. Por otra parte, las tres entrevistas restantes se efectuaron a socios de la implementación ya que es crucial contar con diferentes perspectivas del impacto de las formaciones sobre los beneficiarios. Especialmente, con dichos actores se hizo hincapié en los programas de mentoría debido a que requieren una intervención más personalizada en el territorio, y por ende, se vuelve menester contar con la experiencia de quienes llevaron la diaria del establecimiento del programa en los barrios populares.

Los cuatro entrevistados serán abordados en clave de informantes anónimos y seleccionados mediante un muestreo intencional no probabilístico.

Las preguntas para el hacedor de la política pública "Asistencia Técnica" (Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del GCBA) fueron las siguientes:

- ¿Cuál es el objetivo principal del programa de Asistencia Técnica y cómo impacta en las Unidades Productivas?
- ¿Cuáles han sido los principales talleres ofrecidos dentro del programa y qué impacto han tenido?
- ¿Qué resultados han obtenido en términos de participación y efectividad de los talleres?
- ¿En qué barrios se implementó el programa y cuál fue su alcance?
- ¿Qué estrategias han implementado para mejorar la continuidad y el impacto del programa?
- ¿Cuáles son los desafíos que aún enfrentan y qué medidas consideran para el futuro del programa?

Asimismo, las preguntas para los informantes en la implementación específicamente de las mentorías de Asistencia Técnica (Multiplicar Valor, Mujeres Argentinas Emprendedoras y Academia de Emprendedores) fueron:

- ¿Cómo se estructuró la mentoría?
- ¿Cómo resultó el impacto del programa?
- ¿Cuáles fueron los aprendizajes de cara a detectar las oportunidades de mejora para siguientes ediciones?

Por último, respecto al análisis de los datos obtenidos, se analizarán de manera comparativa entre 2022 y 2023 en aquellas acciones donde sea aplicable, con el objetivo de identificar mejoras en las UPs beneficiarias. Además, se evaluará si estos datos permiten vislumbrar una mejora en la problemática general, lo que permitirá determinar si la política pública es idónea en su diseño e implementación.

Limitaciones del estudio

El estudio presenta ciertas limitaciones propias de los estudios de caso en cuanto a la posibilidad de replicar el escenario analizado. Se buscará determinar si la política pública es efectiva y si podría extrapolarse a otros contextos, aunque con la consideración de que la economía popular y social varía significativamente según la localidad. Asimismo, será necesario tener en cuenta otros factores, como las políticas de urbanización en los barrios populares y la priorización de este tipo de iniciativas en diferentes distritos. Además, se reconoce que los sesgos de los entrevistados podrían

influir en los resultados, pero se mitigará mediante la triangulación de la información para asegurar mayor rigor y confiabilidad en el análisis.

Estado del Arte

A través del presente acápite se presentará el estado del arte en la materia objeto de estudio, a efectos de introducir la temática elegida bajo la mirada de distintos autores que plantean diferentes concepciones sobre la Economía Popular y Social. En pos de ello, se describirá, en primer lugar, la definición de Economía Popular, luego la perspectiva de la Economía Social, para después establecer la conceptualización de ambas bajo la mirada liberal vs. la visión heterodoxa. Posteriormente, se hará énfasis en la informalidad: uno de los elementos determinantes para la caracterización de nuestro objeto de estudio y por último, se hará un esbozo de la aplicación de políticas para nuestro público objetivo en el siglo XXI. En pos de emplazar con sustento el asunto, se expondrán casos de aplicaciones latinoamericanas recientes, dado que ejemplos de la región son mayormente sujetos de similitudes para establecer comparaciones y aplicaciones prácticas.

La concepción sobre la Economía Popular

Según Coraggio (2020) la economía popular es la economía empírica de los trabajadores, dependientes o autónomos, de los que viven o quieren vivir de su trabajo, es la economía de sus familias, comunidades, asociaciones, organizaciones y redes de cooperación o ayuda mutua, formales o informales. Visto en general, su funcionamiento real requiere de producción para el autoconsumo y el intercambio basado no solo en los ingresos derivados de sus trabajos sino también la percepción de transferencias monetarias o el acceso gratuito o subsidiado a los bienes públicos, así como activos productivos (máquinas, herramientas) y bienes de consumo - producción durables (viviendas, tierras) y de un fondo de ahorros. Sin embargo, dependen fundamentalmente de la continua realización y desarrollo de su propia fuerza de trabajo (energía, destrezas, conocimientos), bajo formas dependientes o autónomas, para sobrevivir y sostener proyectos colectivos de vida digna. Su unidad primaria de organización es la unidad doméstica (familia o comunidad), lugar inmediato de reproducción de la fuerza de trabajo y más ampliamente de las vidas humanas, que puede extender su lógica reproductiva a emprendimientos mercantiles individuales o familiares, así como a formas consolidadas de organización económica

como las cooperativas y mutuales. El espectro social de los actores de la Economía Popular es variable y tan amplio como la diversidad de calificaciones y profesiones, posesión de activos personales y niveles de ingreso de los trabajadores. No se reduce a una economía de los pobres. En la concepción del autor, es la principal base de una economía solidaria, con sentido opuesto a la economía competitiva del capital.

Por su parte, Maldovan Bonelli & Melgarejo (2019) realizan un racconto histórico respecto a la Economía Popular. Parten de la base que el trabajo asalariado, durante gran parte del siglo XX, juega un doble papel: por un lado, se constituyó como el principal eje de redistribución del ingreso a partir del cual la población logró acceder, a su vez, a una amplia gama de derechos y protecciones. Por otro lado, devino en la principal fuente de reconocimiento social y de integración de los individuos en la sociedad (Paugam, 2012).

En este marco, la economía popular aparece como un conjunto heterogéneo de prácticas laborales en el cual se combinan formas extendidas de precarización y pauperización económica y laboral (signadas por la informalidad, los bajos ingresos, la desprotección, inestabilidad y baja productividad), experiencias innovadoras en los procesos de organización y gestión del trabajo (basadas en la autogestión y el asociativismo), la movilización de una amplia y diversa cantidad de recursos materiales e inmateriales que provienen del sector público, del privado y de la sociedad civil; el desarrollo, apropiación e innovación de tecnologías; y la construcción de prácticas e instituciones protectorias y de representación innovadoras que buscan garantizar condiciones de trabajo y de vida dignas para los sectores no asalariados (Maldovan Bonelli, 2018).

El dilema, entre la redistribución y el reconocimiento, cobra forma en las luchas entabladas por las organizaciones de representación de los trabajadores de la economía popular, a fin de dar cuenta de los puntos de entrecruzamiento entre ambas dimensiones. Para ello se parte de considerar que, en los últimos años, estas organizaciones han direccionado sus demandas, por un lado, hacia su reconocimiento como trabajadores. Si bien la economía popular es un fenómeno que recorre momentos históricos y contextos diversos, la visibilización de prácticas y formas de organización específicas se expresan con más fuerza en situaciones de crisis socioeconómica, en las cuales se concentran altos índices de desempleo.

Lo novedoso en esta nueva acepción, radica principalmente en la búsqueda de reconocimiento de este sector en su condición de trabajadores, pero ya no

desocupados sino autoempleados, productores de riqueza y valor. Los trabajadores de la economía popular son aquellos que *inventan su trabajo*, pero que se encuentran por fuera de la relación salarial y, por ende, de los derechos y protecciones que ésta provee.

De ahí que, la disputa central en términos simbólicos, políticos y normativos refiere a una demanda de reconocimiento en calidad de “trabajadores”, que propone una nueva forma de pensar las identidades colectivas en el mundo del trabajo e interpela al conjunto de trabajadores en pos de una unidad común.

Fernández Álvarez (2018) respecto a las organizaciones de representación nombradas, presenta la mirada particular de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), bajo la cual la “economía popular” es conceptualizada como una expresión de la forma en que “el proletariado se multiplica” para garantizar el proceso de reproducción de acumulación del capital “haciendo, deshaciendo y rehaciendo a la clase trabajadora” (Carbonella y Kasmir 2015). En este sentido, esta conceptualización de la economía popular toma distancia de la forma en que esta idea fue definida en las décadas previas en América Latina, cuyo peso estuvo puesto en las estrategias de supervivencia de los sectores populares para destacar en cambio el carácter productivo de este sector de la economía (Chena 2017). A diferencia, “economía popular” es para la CTEP una categoría reivindicativa que busca unificar una población heterogénea que algunos autores denominan “vidas sin salario” (Denning 2010) compuesta por aquellos que habitualmente son definidos como “informales” “precarios” o “de subsistencia”. En consecuencia, el objetivo transversal de la CTEP consiste en equiparar los derechos de este sector de la población con los del resto de la clase trabajadora y su principal consigna se sintetiza en la fórmula “somos lo que falta”.

Guadalupe Hindi (2022) en su artículo “La economía popular y la lucha por el reconocimiento como actor sindical en Argentina”, agrega que el argumento a partir del cual la CTEP plantea la necesidad de instancias y vías de institucionalización de la Economía Popular radica en la aseveración de que “el trabajo asalariado ha dejado de ser la relación social predominante del sistema capitalista” (Pérsico y Grabois, 2017: 5). Es a partir de esta caracterización en términos de “excluidos” que la CTEP reclama diversas formas de reconocimiento por parte del Estado, como aquel que debe garantizar una serie de condiciones mínimas de existencia. Sin embargo, agregan que las mismas no deben estar distanciadas de las concepciones ordenadoras del mundo del trabajo, pues el planteo de la confederación sostiene la convicción de que el

trabajo es el ordenador por excelencia de la vida social y en ese marco busca legitimarse como un actor más en la representación de un conjunto de trabajadores y trabajadoras, como un actor sindical.

Las perspectivas sobre la Economía Social

Siguiendo con las definiciones creadas por el INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social) de acuerdo a Coraggio (2020), la Economía Social es el sistema plural de instituciones, normas, valores morales, prácticas y relaciones sociales de producción por los que las sociedades organizan históricamente el proceso económico, para generar las bases materiales de la realización de las necesidades y deseos legítimos de todos, para vivir con dignidad, con libertad responsable de opciones, en democracia y en equilibrio con la naturaleza. Esta definición no es una mera descripción de las economías realmente existentes, sino una afirmación de la posibilidad y necesidad de asumir como no negociable el principio ético de reproducción y desarrollo de la vida y su correspondiente concepto de racionalidad reproductiva, opuesto al principio absoluto de libertad de empresa y acumulación individual. Para la Economía Social, el proceso económico es ontológicamente multidimensional, lo que no puede ser captado cabalmente por un enfoque interdisciplinario, sino por uno transdisciplinario que evita el análisis por esferas separables con lógicas propias, que a lo sumo interactúan entre sí: lo económico, lo político, lo social, lo cultural, lo ecológico, etc.

Como se analizará más adelante, la Economía Social va a estar ligada a la Economía Solidaria, la cual se refiere a las formas de organización y relaciones económicas donde predominan la complementariedad, la reciprocidad, la justicia distributiva, el reconocimiento del otro, sus valores, sus características diferenciales, sus modos de ser y sus necesidades. La Economía Solidaria tiene una realización a nivel microsocioeconómico, pero no puede separarse de la política y las formas estructurales de solidaridad que asume el Estado como garante de los derechos humanos a partir de las luchas sociales. Las prácticas económicas están orientadas no sólo por intereses materiales sino por valores morales. Sin embargo, una economía solidaria no se basa solo en una recuperación de valores, sino que implica la articulación cultural y material, la complementariedad técnica entre actividades y organizaciones económicas, el encadenamiento multirecíproco de acciones y resultados de la producción y de ésta con el consumo, en el marco de un ecosistema tratado como matriz vital. Supone un grado de concertación, de planificación conjunta,

de negociación democrática, sin que deje de haber espacio para los intereses particulares legítimos, la competencia dinamizadora regulada y la emulación innovadora.

En conclusión, siguiendo a Coraggio (2018), la economía real no es solo un sistema de intercambio entre individuos, sino que en la Modernidad es un poderoso formador de sentido común, de formas de cultura, de valores, de principios, de disposiciones y de visiones del mundo.

Para la economía social, no hay neutralidad valorativa, sino que su sentido de última instancia es ético, un deber ser que no puede eludirse desde la perspectiva de una sociedad integrada y sustentable.

El crecimiento es condición, pero no fin, de la economía, y se juzgará por su estructura y calidad social y ecológica y no solo por su valor monetario.

El autor postula que la economía real es una economía mixta, y bajo la cual podemos distinguir tres sectores:

1. La economía empresarial capitalista, cuyas unidades de organización son las empresas de capital, que están sometidas a la competencia o pueden coaligarse estratégicamente
2. La economía pública, referida a los recursos que maneja el Estado en diferentes niveles (nacional, provincial, municipal) y sus políticas, y cuyo sentido ideal es el bien común, muchas veces contaminado por la búsqueda del poder político per se o de la gobernabilidad para sostener un sistema conflictivo. Sus unidades de organización son político-administrativas y funcionales, en general con una fuerte jerarquización.
3. La economía popular (y en una capa organizativa, la economía social), una economía subterránea (calificada muchas veces como “informal”) para los registros oficiales, pero relevante en todo sistema económico, sobre todo en economías como la latinoamericana. La economía popular es la economía de los trabajadores, de quienes viven o quieren vivir de su trabajo, la economía de sus familias, comunidades, asociaciones, redes y organizaciones, de quienes tienen recursos materiales acumulados limitados, que dependen fundamentalmente de la realización de su fuerza de trabajo para sobrevivir y sostener proyectos de vida digna. Su unidad elemental de organización es la unidad doméstica, lugar inmediato de reproducción de la vida humana.

La mirada liberal

Uno de los grandes exponentes del liberalismo, Milton Friedman en su libro “Capitalismo y Libertad” (1962) expresa con contundencia que el liberal establecerá una marcada distinción entre la igualdad de derechos y la igualdad de oportunidad, por una lado, y la igualdad de resultado, por otro. Puede ser que se alegre del hecho de que la sociedad libre tiende a producir una mayor igualdad material que ninguna otra sociedad de las que ha habido hasta ahora. Sin embargo esto para él es una consecuencia agradable de la sociedad libre, mas no su justificación principal. Se alegrará de que se introduzcan medidas para fomentar la libertad y la igualdad —como son las medidas para eliminar el monopolio y mejorar el funcionamiento del mercado—. Considerará que la caridad privada dirigida a ayudar a los menos afortunados es un ejemplo del uso adecuado de la libertad. Puede ser que apruebe también los esfuerzos estatales por aliviar la pobreza, como una forma más eficaz de conseguir el objetivo común de la mayoría de la población. Pero dará su aprobación con pesar de que haya que sustituir la acción voluntaria por la obligatoria. El igualitario también adoptará la misma actitud, pero querrá ir aún más allá. Querrá quitarles a unos para dárselo a otros, no como medio más eficaz mediante el cual “algunos” pueden conseguir el objetivo que se proponen, sino sobre la base de la “justicia”. En este punto, el autor nos dice que la igualdad entra en grave conflicto con la libertad, por lo que hay que elegir ya que no puede uno ser al mismo tiempo igualitario, en este sentido, y liberal.

En este punto, podemos decir que la visión liberal presenta limitantes forzosas frente a la propuesta de consideración de los conceptos de economía popular y social dentro de la matriz productiva y como agentes de cambio económico, que a su vez, frente a sus restricciones en su concepción, deben tener un tratamiento diferenciado o ser mayormente intervenidos.

Por eso mismo, Coraggio (2020) afirma que en el término “economía” a secas, la economía de mercado esboza el reinado natural del homo economicus, defiende la libertad individual frente a todo tipo de limitación social (salvo la de la competencia). Su sentido es la asignación eficiente de recursos desde la perspectiva de la acumulación irrestricta, aunque produzca desigualdad (meritocracia) e impacto ambiental. Para funcionar de forma óptima (racionalidad instrumental), la economía debe institucionalizarse como mercado, del que deben respetarse sus leyes propias y liberarlo de limitaciones sociales, políticas o culturales (desencastrarlo de la sociedad).

Visión heterodoxa

Acerca del debate entre la postura de la economía liberal de mercado y la postura más bien heterodoxa sobre la Economía Popular y Social y la Economía Solidaria, Silva Mariños en su publicación “¿trabajos esenciales pero no reconocidos? Una mirada desde la economía popular frente a la pandemia de Covid-19 (2020), podemos decir que los autores Coraggio (1998), Razeto (1993), Quijano (1998), Núñez (1995), Icaza y Tiriba (2004) entre otros, han sido quienes dieron el puntapié al estudiar el mundo del trabajo en los sectores populares. Y retomando a Cabrera y Vio (2014), dichos estudios expresan tanto a (i) quienes orientan el debate hacia la formación de un sector urbano de resistencia que pueda sobreponerse a los avatares de la racionalidad capitalista, garantizando su reproducción ampliada; como a (ii) los que aportan una caracterización a la luz de la evidencia empírica de las metrópolis Latinoamericanas, para las cuales una parte creciente de los sectores pobres urbanos sostiene su integración social por fuera de las protecciones del trabajo asalariado, y cuya satisfacción vinculada a valores de uso, básicos para la reproducción de la vida, no se resuelve exclusivamente por la vía mercantil. Estos aportes configuran el soporte sobre el cual se asienta los proyectos de “economía social solidaria” como una dimensión específica de la organización social y económica que trasciende la lógica de la ganancia capitalista y se vincula a la reproducción ampliada de la vida, donde se establecen sistemas de reciprocidad y solidaridad que representan formas específicas de integración e intercambio y configuran formas de protección alternativas a las del trabajo asalariado.

Es importante evidenciar esta diferencia entre los dos modelos para entender luego la doble vía de nuestro análisis: por un lado, la especificidad que requiere la política pública para este sector, y por el otro, para establecer a su vez la necesidad de incorporar a estos emprendimientos populares dentro de la matriz productiva del mercado formal ya existente.

La multidimensionalidad de la Informalidad

En relación a la informalidad, elemento caracterizador de gran parte de nuestro sujeto de estudio, Cartayana (1987) presenta la polisemia de esta noción en cuatro enfoques: el de la Organización Internacional del Trabajo, que lo analiza ponderando las características técnicas de las unidades productivas y el carácter "autogenerado" de los puestos de trabajo; el neomarxista que retoma la idea de “masa marginal”, interpretando su continuidad o reproducción como la expresión de una necesidad

funcional del capitalismo quien persigue aumentar las tasas de ganancia mediante un incremento en la explotación de los trabajadores; el tercero nacido en los llamados países desarrollados que explica la "economía negra" en tanto respuestas de las empresas a la crisis que produjo caída de la productividad e inestabilidad de la demanda; y por último, el enfoque neoliberal, que observa en el sector informal la manifestación del espíritu empresarial ahogado por la excesiva regulación estatal de las actividades económicas. En efecto, el autor evidencia la ambigüedad del término informal, definido en negativo a lo formal, aunque afirma la existencia de un factor común de los enfoques: la inserción de trabajadores en actividades de pequeña escala que tienden a existir al margen de las regulaciones oficiales.

En lo que respecta a la noción de exclusión, Robles (2000) sostiene que el signo de la región Latinoamericana está marcado por la distancia entre los incluidos (el sector formal) y los excluidos (el sector informal) en tanto diferenciación social entre quienes poseen protección social y generan las condiciones- y no los obstáculos- para el desarrollo capitalista periférico basado en empleo precario y la mano de obra barata (entre otras características). En cierto modo la idea de exclusión pretendió brindar un campo más amplio a las conceptualizaciones de pobreza absoluta ligadas directamente con las líneas de medición del ingreso y las capacidades de consumo alimenticio. Tiempo después, esta noción acotada se amplió a partir de extender las fronteras de lo que se entiende por pobreza, brindando una mirada multidimensional, basada en el análisis de la persistencia de múltiples factores que afectan la participación de la personas en la vida económica, social, cultural y política (Navarro, Muñoz Arce, 2016).

Desde dicho punto de vista, las formas de los trabajos específicos que emergen en las clases populares no pueden ser reducidas a las categorías mencionadas previamente. En cierto modo van tocando algunos elementos que las conceptualizaciones referidas sostienen, pero no se identifican directamente en una, por lo tanto resulta necesario "tensionar" las actuales clasificaciones del mundo del trabajo que no reconocen como "trabajo" a muchas de las actividades que forman parte de las estrategias de acceso a ingresos/laborales de las clases populares en la actualidad.

El doble efecto de las políticas públicas sobre la informalidad

De acuerdo a Boccara, Riportella, Steinberg y Andersson (2018), Bosch y Pretel (2012) en su paper "Job creation and Job Destruction in the Presence of Informal Markets" encuentran que: "Las políticas que reducen el costo del trabajo formal, o

aumentan el costo del trabajo informal, terminan incrementando el empleo formal y reduciendo el desempleo”.

Uno de los desafíos que enfrentan las economías en desarrollo, donde una parte significativa de la actividad económica se lleva a cabo por fuera de los canales oficiales, es la dificultad para reducir la informalidad. La proporción del sector informal en relación con el formal influye en la capacidad del Estado para intervenir en la economía, ya que este sector, al no estar regulado, no se ve directamente afectado por cambios en normativas o impuestos. Por lo tanto, cuanto mayor es el sector informal, menor es el alcance de las políticas públicas en la economía en su conjunto.

Sin embargo, siguiendo a los autores, hay conexiones entre ambos sectores, formal e informal, y las políticas del gobierno pueden tener efectos significativos en el sector no formal. Si se implementa, por ejemplo, una mejora de los costos de operación de las empresas o en reducir la burocracia y crear esquemas eficientes de simplificación productiva, produciría que probablemente una cantidad de emprendimientos y pequeñas y medianas empresas, comiencen a operar formalmente.

Estas políticas de efecto indirecto, sumado a esquemas de fomento paulatino de incorporación de los informales dentro de la economía popular y social a la economía formal, produciría un crecimiento en la recaudación estatal y por ende, en los insumos para impulsar nuevas políticas públicas que desarrollen el círculo virtuoso de la industria nacional.

No obstante, a pesar de las estrategias para aminorar el efecto negativo de la informalidad, es importante tener en cuenta que es una problemática central a la hora de pensar políticas públicas para la economía popular y social. Es necesario, como veremos en el desarrollo del caso, tener una estrategia de abordaje y una implementación a largo plazo con acciones que lleven a incorporar a la mayor cantidad de trabajadores a la economía formal.

Aplicaciones en América Latina

América Latina presenta en general una enorme masa de pobres e indigentes y altos niveles de concentración de la riqueza del mundo. Es también una de las regiones más urbanizadas a la vez que la pobreza urbana es ya estructural. Conserva un gran sector informal rural (explotaciones y comunidades etno-campesinas) y urbano (multiplicidad de emprendimientos por cuenta propia y familiares, principalmente en la

rama de los servicios), que alcanza a la mitad de la población económicamente activa (Coraggio, 2011).

Teniendo en cuenta el contexto latinoamericano, y siguiendo con el autor, se presentarán a modo de marco teórico los enfoques sobre la Economía Popular y Social de Argentina, Brasil, Venezuela, Bolivia y Ecuador en el Siglo XXI.

1. ARGENTINA: Una política social populista de Economía Social

Este caso se ubica dentro de un estilo populista de gestión, basado en la movilización desde el Estado de personas y recursos, cuya legitimidad está fundada en la eficacia para resolver o aliviar problemas acuciantes de la vida cotidiana de las mayorías.

Las políticas son ideadas desde el partido de gobierno o sus funcionarios, intentando (a) representar y dar respuesta a los deseos inmediatos de los sectores populares, (b) resolver problemas de gobernabilidad, (c) consolidar o mantener una masa de maniobra electoral. No hay co-construcción de políticas, pero sí participación vía descentralización de la ejecución, en parte por la imposibilidad del aparato burocrático de implementar programas masivos. Se reconoce y convoca a los agentes de las políticas pero dentro de un estilo populista -donde los funcionarios representan el brazo tecno-ejecutor del líder, que mantiene la iniciativa- y sin posibilidad de participación democrática en el diseño de las políticas.

Algunas instancias de institucionalización fueron:

- La creación de la misma Secretaría de Economía Social y Desarrollo Local como parte del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Esa ubicación en el organigrama estatal muestra claramente que en su origen esta política fue una política compensatoria dirigida a los sectores más pobres.
- La integración del INAES dentro del Ministerio de Desarrollo Social, lo que podría permitir una integración conceptual del sector tradicional con las nuevas formas de la Economía Social y Solidaria. Tal fue el caso del programa “Argentina Trabaja”, que impulsa la formación de cooperativas como parte de la política de inserción, donde los equipos del INAES asumen la capacitación de los futuros cooperativistas. Esta perspectiva dependerá de cambios sustanciales en las funciones y sentido del INAES, tradicionalmente más ocupado de la regulación que de la promoción del sector.
- La creación en el año 2004 del Registro Nacional de “Efectores de Desarrollo Local y Economía Social” para registrar individualmente a los microemprendedores sociales

con el fin de permitirles salir de la informalidad y acceder a una forma simplificada de personería fiscal: el llamado “Monotributo Social”, que permite a las personas físicas inscriptas realizar actividades de comercio con factura y les da acceso al sistema de seguridad social (servicio de salud, aporte jubilatorio).

- En el año 2006 se promulgó la Ley Nacional 26.117, “De promoción del microcrédito para el desarrollo de la economía social” y, siempre bajo el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, se creó la Comisión Nacional de Microcrédito (CONAMI). De esta manera, el Estado asumió el compromiso de promover el microcrédito (a tasas subsidiadas) con fondos públicos.

- El Programa Pro-Huerta, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Programa Social Agropecuario (PSA, Ministerio de Agricultura) ampliaron aceleradamente su cobertura a partir de la crisis del 2001, promoviendo la organización autogestionada de la pequeña agricultura familiar, especialmente huertos familiares o comunitarios con sentido social (abastecer centros de salud, escuelas, alojamientos para sectores sin techo, etc.).

- En el año 2009 se promulgó la Ley No 26.355/2009 de “Marca Colectiva” con el objetivo de “mejorar la capacidad de venta de los agrupamientos de las Unidades Económicas, organizar estrategias comunes de producción y comercialización, desarrollo en escala, visibilidad, diferenciación e identificación cualitativa de sus productos en relación con los valores que los determinan a través de un signo distintivo de identificación y nombre propio, campañas de marketing y/o posicionamiento, exposición y ventas”.

Todos estos programas han enfrentado las limitaciones del Estado para asumir su implementación, por lo que han convocado a una multiplicidad de actores, gobiernos municipales, ONGs, universidades, etc. que operan como intermediarios de las políticas y sus recursos.

2. Brasil: una experiencia de co-construcción de políticas públicas de Economía Social y Solidaria.

Mientras en Argentina el discurso estatal habla de “Economía Social”, en Brasil el nombre utilizado es “Economía Solidaria” (ES). La génesis de las políticas públicas para la Economía Social y Solidaria en Argentina se remonta a la coyuntura de emergencia que reclamó urgentes políticas sociales para contener la masa de nuevos excluidos y empobrecidos, lo que arrastró el adjetivo “social” en el sentido de “dirigido

a los pobres” (y nuevos pobres). En el caso brasileño, en cambio, en el origen están las organizaciones de actores autodenominados de economía solidaria. Incluso así bautizaron a la instancia de gobierno por la cual pugnaron ante el gobierno de Lula da Silva obteniendo su creación en el año 2003.

Pero la característica distintiva del Brasil es la conformación previa de un movimiento de Ecosol, institucionalizado bajo el título de Foro Brasileño de Economía Solidaria (FBES), que incluye tres actores: los emprendedores económicos solidarios, los promotores de la sociedad civil y los gestores públicos.

Para una visión que se orienta por la idea de Otra Economía es posible, la política actual es muy limitada, esboza Coraggio. En Brasil, una propuesta de economía social y solidaria a nivel nacional debería encarar el grave problema de la inequitativa redistribución de la tierra agraria. El sistema institucional hace que una acción para recuperar tierras improductivas pueda demorar entre una y dos décadas en hacerse efectiva.

3. VENEZUELA: un proyecto de re-construcción de economía y sociedad desde el Estado

Para este modelo, Coraggio sugiere que, mientras en el caso de Argentina y Brasil se trata de formar organizaciones asociativas y autogestionadas de trabajadores a partir de la economía popular y en particular de los sectores excluidos, en el caso de Venezuela se apuntó a crear empresas cooperativas, comunitarias, populares, mixtas, familiares, todas ellas como parte de la categoría Empresas de Producción Social, tanto por iniciativa de comunidades locales constituidas a tal fin como de la transformación de empresas privadas y públicas, incluida la posibilidad de formas mixtas público-comunitarias.

Venezuela es entonces un caso de institucionalización de arriba hacia abajo, desde el Estado a la sociedad, que se encuentra con el doble obstáculo de un estado burocrático y resistente a las nuevas políticas y una sociedad sin suficientes organizaciones que pueden proponer con autonomía o asumir las consignas que vienen del Estado.

4. BOLIVIA: Hacia un sistema económico de raíz comunitaria (Vivir Bien)

En el caso de Bolivia cabe destacar que se llega al mandato de Evo Morales, un Presidente indígena, luego de un proceso de lucha por parte de los movimientos sociales, con protagonismo del movimiento de los pueblos originarios (con una historia

adicional de sindicalismo), que incluye hitos tales como la “guerra” contra la privatización del Agua iniciada en el 2000 y retomada en el 2004 hasta el 2005, la guerra por la legalización de la Coca del año 2002 y la guerra defendiendo la nacionalización del Gas en 2003.

Por otra parte, dada la situación social heredada, con un 45% de pobreza extrema, se explica que las políticas implementadas se hayan focalizado en una política social de redistribución mediante bonos monetarios (ayuda escolar, pensiones a ancianos, atención prenatal) y mediante la inversión para la provisión de servicios básicos (salud, educación, saneamiento).

En cuanto a las nuevas formas de organización económica reconocidas, se ha avanzado en el otorgamiento de personería jurídica a las comunidades, una condición usual para que el Estado pueda asignar recursos y contratar con las comunidades.

5. ECUADOR: Hacia un sistema económico social y solidario (Buen Vivir) solidaria.

Se ha creado el Instituto de economía Popular Solidaria (IEPS, dentro del Ministerio de Inclusión Social o MIES) y en 2011 se promulga la ley de Economía Popular y Solidaria. Igualmente, el Plan Nacional del Buen Vivir reconoce las formas de la economía popular solidaria y anuncia la creación de mecanismos de participación para la definición de las políticas públicas.

La Ley de Economía Popular y Solidaria es posiblemente el instrumento específico de institucionalización jurídica de la economía social y solidaria más desarrollado en la región.

Podemos decir entonces que en cuanto al grado de participación de la sociedad civil y los actores sociales, en Brasil y Ecuador la participación de la sociedad civil ha sido clave en la formulación e implementación de políticas. En Argentina y Venezuela, la participación ha estado más restringida a la ejecución de programas diseñados centralmente por el Estado, mientras que en Bolivia los movimientos sociales han tenido un rol crucial en la definición del modelo económico comunitario.

Respecto al grado de institucionalización y el marco normativo, Ecuador cuenta con la legislación más avanzada en materia de Economía Popular y Solidaria, seguido por Brasil, que ha institucionalizado la Economía Solidaria a través de mecanismos participativos. En contraste, Argentina, Venezuela y Bolivia han implementado programas y leyes sectoriales, pero con menor integración sistémica del sector en la estructura económica general.

En términos de articulación con el aparato productivo y las políticas de desarrollo, Brasil y Ecuador presentan un mayor reconocimiento del sector de Economía Popular y Solidaria como parte de un modelo alternativo de desarrollo. En Argentina y Venezuela, la Economía Popular históricamente ha estado más vinculada a políticas asistenciales y de contención social, mientras que en Bolivia se han desarrollado estrategias de articulación productiva con identidad comunitaria e indígena.

En conclusión, mientras algunos avanzaron en la co-construcción de políticas públicas y la institucionalización del sector en el marco de modelos económicos alternativos, como Brasil y Ecuador, otros han implementado estrategias con un mayor control estatal y objetivos asistenciales o compensatorios, como Argentina y Venezuela. Bolivia, por su parte, ha combinado elementos comunitarios con una fuerte base de lucha social en su modelo de desarrollo. Estas diferencias responden no solo a las decisiones de política pública, sino también a los contextos históricos y sociopolíticos de cada país y de la complejidad del entramado socioeconómico latinoamericano.

Desarrollo del caso

Los barrios populares porteños

La CABA es el corazón de una gran metrópolis que la quintuplica en tamaño poblacional. Como tal, contiene al centro administrativo y de negocios y la vieja ciudad colonial, y fue tempranamente poblada. Si se piensa en la escala barrial, los sectores populares tienden a asentarse en los viejos loteos formales del sur de la ciudad, que no se han gentrificado y se intercalan con usos del suelo no residenciales; por su parte, los sectores más desfavorecidos de la base de la estructura social residen en barrios populares tipo villa, en su mayoría generados por ocupación directa, pero también por iniciativa estatal en el caso de los núcleos habitacionales transitorios (Marcos, 2021).

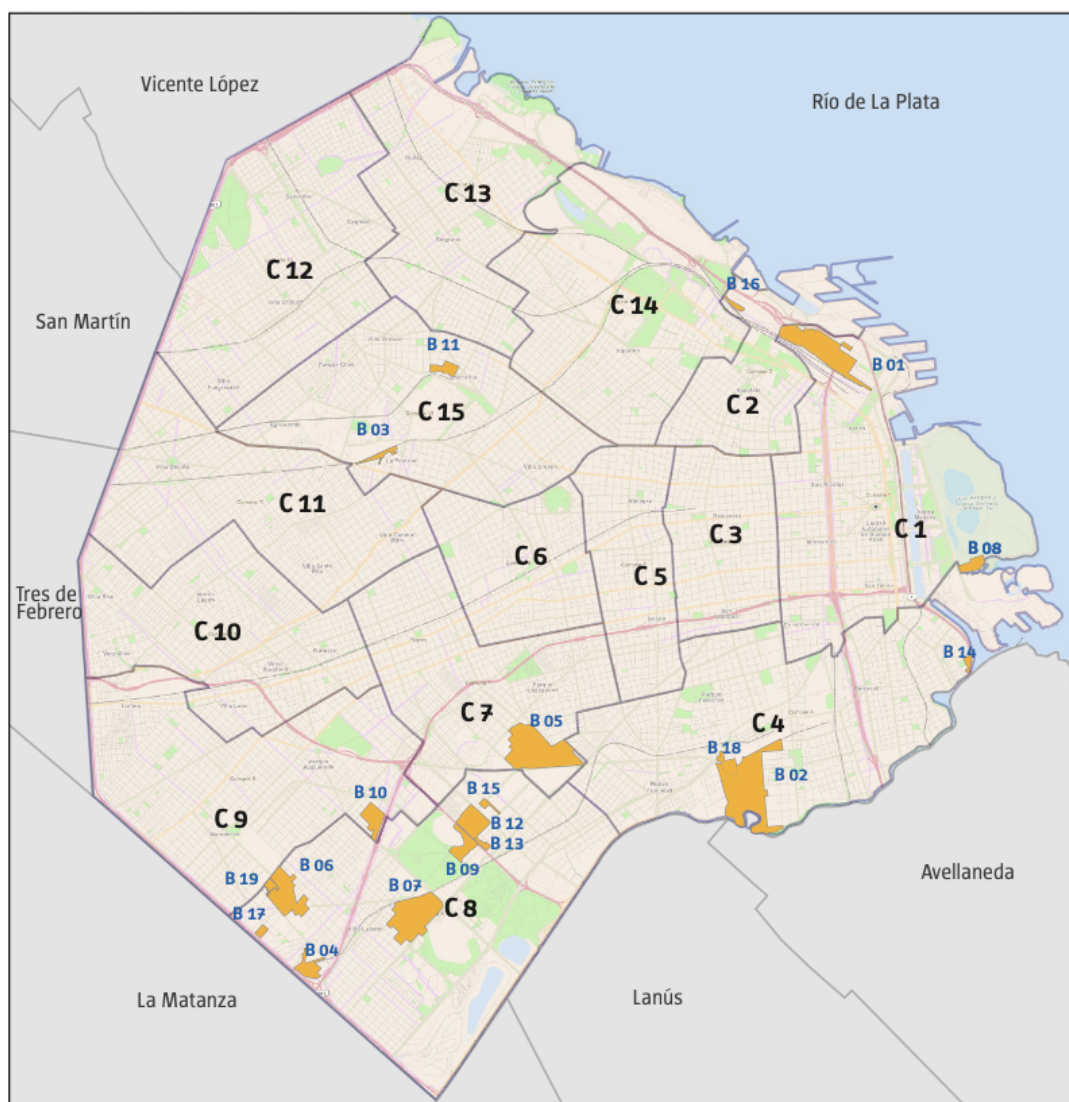
En la vieja ciudad colonial, en el centro administrativo y de negocio y sus adyacencias son frecuentes los hoteles pensión y los inquilinatos, modalidades de hábitat popular de escala micro (Di Virgilio, Marcos y Mera, 2015; Marcos y Del Río, 2022). Una segunda modalidad frecuente de escala micro son las tomas de inmuebles que, en algunos casos (como galpones, edificios y propiedades de varios lotes colindantes)

albergan numerosos hogares. Finalmente, un fenómeno mucho más oculto es el de las viviendas en subdivisiones informales de lotes.

Los barrios populares son un tipo de hábitat que se destaca por su crecimiento demográfico (Cravino, 2006; Cravino, Del Río y Duarte, 2010), pero este no fue acompañado por la creación de nuevos barrios de tipo asentamiento como en el conurbano, sino por la densificación de los barrios tipo villa existentes, por la expansión de su superficie y por el surgimiento de villas nuevas y la dinamización de un mercado informal secundario, fundamentalmente de piezas de alquiler. Signadas por la falta de tierra vacante, las superficies incorporadas a las villas históricas y los sitios de emplazamiento de las nuevas villas se caracterizan por ser difícilmente reurbanizables (por su cercanía a vías ferroviarias, autopistas o cursos de agua, por ser tierras dispuestas para usos no residenciales, entre otras razones). Además, como barrios o sectores de barrios de menor antigüedad, se encuentran menos consolidados, tanto en términos de la materialidad de las viviendas como de equipamiento urbano y servicios.

En contraste, las villas históricas de la Ciudad, en especial sus sectores de más antigüedad, se destacan por la consolidación material de las viviendas, que además han crecido sustantivamente en altura, acompañando el desarrollo de su mercado inmobiliario informal secundario.

Mención aparte merecen los Núcleos Habitacionales Transitorios (NHT), que tienen origen distinto del de las villas, pero trama urbana semejante. Surgieron como soluciones habitacionales transitorias desarrolladas por el Estado como parte del Plan de Erradicación de Villas, establecido en 1967 (Cravino, Del Río y Duarte, 2008), pero los NHT del Trabajo y Zavaleta de la Ciudad de Buenos Aires se terminaron convirtiendo en lugares de residencia definitivos de los hogares. Con el tiempo, su tejido y las viviendas adquirieron las características de las villas, a tal punto que en la actualidad no se distinguen de ellas más que por el agente que protagonizó su desarrollo inicial y pueden considerarse villas de origen estatal. A pesar de colindar con villas históricas de la Ciudad, los NHT de la Ciudad se consideran barrios en sí mismos, por la fuerte identidad comunitaria construida en torno a su forma de surgimiento y los problemas específicos que atravesaron quienes llegaron inicialmente.



0 1 2 3 km.
1:100.000
Proyección GK Buenos Aires. Capa base: Argenmap

Referencias

BaPI tipo villa

B01 - Barrio Padre Carlos Mugica (ex villa 31)
B02 - Barrio 21 - 24
B03 - Barrio La Carbonilla
B04 - Barrio Inta (ex villa 19)
B05 - Barrio Padre Ricciardelli (ex villa 1-11-14)
B06 - Barrio 15 (Ciudad Oculta)
B07 - Barrio 20

B08 - Barrio Rodrigo Bueno
B09 - Barrio Piletónes
B10 - Barrio Cildáñez (ex villa 6)
B11 - Barrio Playón de Chacarita
B12 - Barrio Fátima (ex villa 3)
B13 - Barrio Calacita
B14 - Barrio Lamadrid

B15 - Barrio Los Pinos
B16 - Barrio Saldías
B17 - Barrio Pirelli
B18 - Barrio Zavaleta
B19 - NHT del Trabajo

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA). Departamento Cartografía.

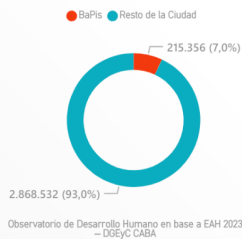
En cuanto a sus características sociodemográficas, el observatorio de desarrollo humano del GCBA, nos arroja los siguientes especificaciones sobre los barrios populares:

1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

GO OBSERVATORIO DESARROLLO HUMANO
DG COORDINACIÓN Y GESTIÓN DEL DESARROLLO HUMANO
MINISTERIO DE DESARROLLO HUMANO Y HABITAT



POBLACIÓN SEGÚN TIPO DE HÁBITAT



HOGARES SEGÚN TIPO DE HÁBITAT



TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR EN BAPIS

4,1

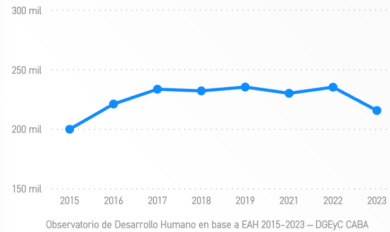
Observatorio de Desarrollo Humano en base a EAH 2023 – DGEyC CABA

TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR EN RESTO DE LA CIUDAD

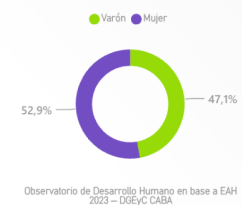
2,2

Observatorio de Desarrollo Humano en base a EAH 2023 – DGEyC CABA

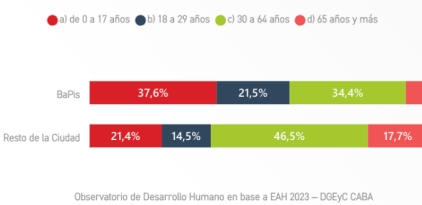
EVOLUCIÓN* DE LA POBLACIÓN EN BAPIS



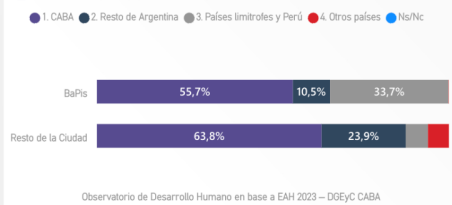
POBLACIÓN SEGÚN GÉNERO



POBLACIÓN SEGÚN TIPO DE HÁBITAT POR GRUPOS DE EDAD



POBLACIÓN SEGÚN TIPO DE HÁBITAT POR LUGAR DE NACIMIENTO



FUENTE: Observatorio de Desarrollo Humano en base a EAH 2023 – DGEyC CABA.

2 POBREZA E INGRESOS

GO OBSERVATORIO DESARROLLO HUMANO
DG COORDINACIÓN Y GESTIÓN DEL DESARROLLO HUMANO
MINISTERIO DE DESARROLLO HUMANO Y HABITAT



PERSONAS POBRES EN BAPIS



HOGARES POBRES EN BAPIS



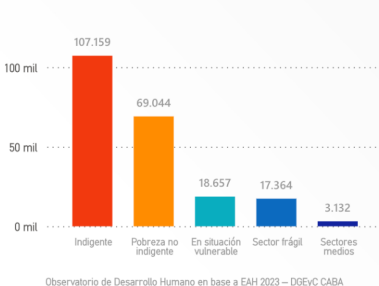
HOGARES POBRES CON NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN BAPIS



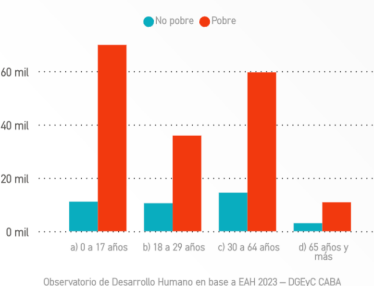
HOGARES CON INSEGURIDAD ALIMENTARIA



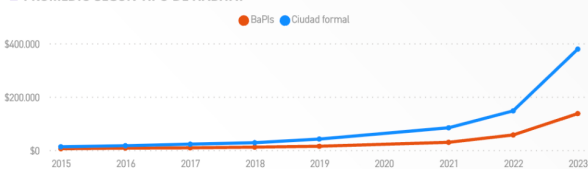
POBLACIÓN SEGÚN ESTRATOS SOCIO-ECONÓMICOS EN BAPIS



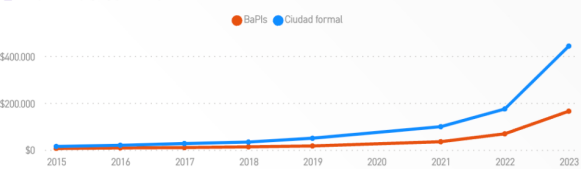
POBLACIÓN SEGÚN SITUACIÓN DE POBREZA POR GRUPOS DE EDAD EN BAPIS



EVOLUCIÓN DEL INGRESO LABORAL INDIVIDUAL PROMEDIO SEGÚN TIPO DE HÁBITAT



EVOLUCIÓN DEL INGRESO TOTAL INDIVIDUAL PROMEDIO SEGÚN TIPO DE HÁBITAT



FUENTE: Observatorio de Desarrollo Humano en base a EAH 2023 – DGEyC CABA.

Se destaca la alta tasa de situación de vulnerabilidad que percibe la población que vive dentro de los barrios populares, y por ende, la necesidad de intervención mediante la política pública para disminuir la brecha frente a la “ciudad formal”.

La promoción de la Economía Popular y Social en la CABA

La Ley N° 6.376 de Promoción de la Economía Social, sancionada por la Legislatura porteña el 03 de diciembre del 2020, responde a una visión que se gestiona desde el ejecutivo del GCBA. El Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat, lo que sería comúnmente la agenda de “Desarrollo Social”, incorporó en la gestión naciente de Horacio Rodríguez Larreta en 2019, la repartición *productivista* designada bajo el concepto de fomento a la Economía Popular y Social. El foco de la política pública pasa de estar puesto no sólo en la contención como los programas de transferencias y de políticas alimentarias, sino también tener una agenda de promoción de los emprendedores y comercios mayormente informales presentes en los barrios vulnerables de la localidad. El precepto sería parte de la visión mixta que se expresa en el anterior apartado, en el que estas unidades productivas, con sus características y definiciones particulares, tendrían el potencial de adherirse al esquema del mercado formal de empresas argentino. En base a esta disposición, se presenta el proyecto de ley que fuera aprobado e implementado en pleno proceso de la pandemia por COVID 19.

La ley presenta como objetivos promover el desarrollo local, la generación y sostenibilidad de puestos de trabajo, el acceso a nuevos mercados, facilitar herramientas destinadas a mejorar la producción y comercialización de los bienes y servicios producidos, disminuir las brechas económicas y sociales entre las y los ciudadanos de los diferentes barrios de la ciudad, apoyar la gestión comercial de los bienes y/o servicios producidos por el sector de la Economía Social y promover el desarrollo de tecnologías adecuadas a las necesidades y condiciones de los emprendimientos de la Economía Social. A eso se suma un apartado especial de fomento al crédito en el que se crea un fondo de participación público privado denominado FONDES. En pos de estos objetivos, y para ordenar y determinar los beneficiarios de la política pública, se crea en su implementación el Registro Único de Unidades Productivas de la Economía Popular Social (RUPEPyS). El mismo establece que los proyectos inscriptos deben tener algún tipo de esquema de formalización. Sin embargo y como también ya se ha mencionado, dado que el gran volumen de emprendimientos y comercios informales hace que para los fines inclusivos que busca la ley se permita su inclusión.

Actualmente, dentro del RUPEPyS se encuentran inscriptas más de 5000 Unidades Productivas de los barrios denominados populares de la CABA. Formar parte de este

registro permite tener determinado el universo con el que la repartición trabaja sus programas de gobierno derivado de la presente ley.

A partir de la misma, los siguientes programas se desarrollaron por normativa siguiendo la estrategia planteada para gestar políticas públicas para la economía popular y social, particularmente aplicados por la Dirección de Economía Popular y Social (DGEPS) perteneciente al órgano de aplicación que es el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat (MDHyH) del GCBA:

Nombre de la Política Pública	Destinatario principal de la Economía Popular y Social	Tipo de Programa
Registro Único de Unidades Productivas de la Economía Popular y Social (RUPEPyS)	Emprendedores, comercios y grupos asociativos/cooperativas	Relevamiento/Registro
Programa para la Asistencia Técnica a la Economía Popular y Social	Mayormente emprendedores. Comercios y grupos asociativos/cooperativas	Formación
Buenos Aires compra con valor	Grupos asociativos/cooperativas	Comercialización
Comercios populares y Ciudadanía Porteña	Comercios	Comercialización
Veredas Limpias	Cooperativas	Empleabilidad
Sello Valor Popular	Emprendedores, comercios y grupos asociativos/cooperativas formalizados	Comercialización
Formación e inclusión para el trabajo (FIT)	personas en situación de vulnerabilidad con problemas de empleabilidad	Empleabilidad/financiamiento

Fuente: Elaboración Propia en base a datos proporcionados por el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 2023.

Por otra parte, aunque no con marco normativo, se crearon las siguientes iniciativas de política pública para dicho universo:

- Compras con impacto
- Inclusión financiera y formalización

- proyectos faro, entre otros.

A los fines del presente trabajo, se realizará una selección de dichos programas para poder hacer un desarrollo exhaustivo de los que fueron seleccionados y sus impactos. Debido a que uno de los principales objetivos e innovaciones del enfoque del distrito elegido es la inclusión de los sectores productivos populares a la matriz productiva general, se considera pertinente escoger los programas que hagan un mayor hincapié en políticas que impulsen la sostenibilidad de las unidades productivas que más lejana tienen la meta esperada. Estos son los emprendedores de la Economía Popular y Social. Asimismo, se considera que antes de hacer foco en el financiamiento y la comercialización, es menester analizar en qué etapa y qué habilidades presentan para poder generar un esquema de comercialización viable en el tiempo, o acceder al crédito sin sobreendeudarse. Por eso, se seleccionarán los programas de formación, los cuáles revelarán el impacto real de la política pública en pos de lograr que esas unidades productivas puedan sostenerse e incluirse más tarde en el mercado formal. Esto se traduce en el Programa de Asistencia Técnica para Unidades Productivas de la Economía Popular y Social.

Sobre el Programa de Asistencia Técnica a la Economía Popular y Social

El Programa de Asistencia Técnica, se desarrolla formalmente en el 2022 a partir de la Ley de Promoción de la Economía Social Ley 6.376 que ya mencionamos, en articulación con el “Registro Único de Unidades Productivas de la Economía Popular y Social” (Resolución 268/MDHyH/2021) y enmarcado dentro del Plan Integral de Desarrollo del Potencial Humano (Resolución 427/MDHyHGC/21).

El programa, creado por la Resolución N° 13-GCABA-SSDPH/22 y modificado por la N° 10-GCABA-SSDPH/23, tiene como finalidad acompañar a las Unidades Productivas de la Economía Social. Su objetivo es proporcionar herramientas que fortalezcan la producción, gestión, administración, asociativismo y organización del trabajo, así como mejorar la comercialización y el acceso a mercados. A través de espacios de formación, capacitación y asesoramiento técnico, el programa busca contribuir al crecimiento, consolidación y desarrollo de estas unidades productivas.

El GCBA propone el programa de Asistencia Técnica en pos de brindar herramientas que impacten de manera favorable en los niveles de producción, gestión y administración, asociativismo y formas de organización del trabajo, comercialización y acceso a mercados de las Unidades Productivas. De esta manera se buscará generar espacios de formación y asesoramiento técnico con instituciones incubadoras,

universidades públicas o privadas, organizaciones no gubernamentales, asociaciones sin fines de lucro, sociedades civiles y comerciales, cooperativas, mutuales, fundaciones y otro tipo de instituciones que brinden capacitación o asistencia técnica contribuyendo a la consolidación, crecimiento y desarrollo de las Unidades Productivas de la Economía Popular y Social.

Objetivos Generales

- a. Ayudar a las Unidades Productivas en el proceso de desarrollo de sus negocios promoviendo procesos de formación (talleres) y mentorías para que puedan instruirse, tomar decisiones más informadas y obtener herramientas para una mejor administración.
- a. Desarrollar una base de datos de estos perfiles emprendedores de vecinos de los barrios populares de CABA interesados en mejorar sus emprendimientos para poder hacer un seguimiento riguroso tanto a lo largo del trayecto formativo como una vez finalizado el mismo.

Objetivos Específicos

- a. Difundir y acercar a los barrios populares el Programa de Asistencia Técnica para un mayor alcance.
- a. Conseguir que las Unidades Productivas puedan hacer uso de las herramientas aprendidas a lo largo de las capacitaciones y que con estas logren aumentar sus beneficios.
- b. Acompañar a las Unidades Productivas en el desarrollo de sus trayectorias formativas.

A continuación se detallarán los talleres que ofrece el Programa y la finalidad de los mismos:

2022

- Taller de Inclusión Digital: Módulo sobre marketing digital, donde las Unidades Productivas tienen acceso a canales de venta online y estrategias para ampliar su alcance. Se acercan a redes sociales como Whatsapp, Instagram y Facebook, y plataformas como Mercado Libre y Tienda Nube. En la última clase se llevan su foto-producto profesional. Duración: 5 encuentros.
- Taller de Introducción a la Formalización: Se determina el grado de formalización de la Unidad Productiva y se establece un acompañamiento en la

gestión de la figura jurídica que mejor se adapte a cada Unidad: identificar derechos (aportes jubilatorios + obra social) y obligaciones (costos), compatibilidades con Programas Sociales de transferencia monetaria. Acercar herramientas para la realización de facturas de AFIP, el pago del monotributo (efectivo o VEP) y pago de Ingresos brutos mediante boletas. Duración: 2 encuentros.

- Taller de Orientación al Emprendedor (TOE) fue una capacitación en la que se realizó una encuesta con el fin de evaluar las fortalezas, debilidades y oportunidades tanto del emprendedor como de su proyecto, con el objetivo de definir el camino más adecuado para el desarrollo de su emprendimiento. Duración: 1 encuentro.

2023

- Taller de Inclusión Digital: se continuaron los contenidos pero se dividieron los módulos en encuentros únicos de Whatsapp Business, Instagram, Facebook marketplace y fotoproducto.
- Consultorías contables: Como complemento al taller de Introducción a la Formalización, se establecieron espacios de atención en los barrios para ofrecer asesoramiento directo sobre la gestión administrativa y contable de los emprendimientos. Estos encuentros permitieron a los emprendedores resolver sus trámites en el momento, facilitando así el proceso de formalización.
- Taller de Orientación al Emprendedor (TOE): continuación.

A la oferta formativa existente se añadieron espacios de mentoría para emprendedores, considerando que, en esta etapa de implementación de la política pública, ya había un número significativo de emprendimientos en fase de crecimiento y por ende, eso generó la oportunidad de ampliar las unidades productivas y facilitar el acceso a nuevos canales de venta:

Mentorías Multiplicar Valor

El programa *Multiplicar Valor* fue una iniciativa integral diseñada para fortalecer a emprendedores de la Economía Popular y Social a través de la mentoría de referentes del sector privado. Se centró en tres áreas clave: planificación estratégica, comercialización y administración del emprendimiento.

Con el objetivo de fortalecer la economía, generar conexiones entre emprendedores y ampliar sus oportunidades, el programa capacitó a 150 emprendedores con el apoyo de 75 mentores de empresas reconocidas. De esta manera, se promovió la colaboración entre el tercer sector y grandes compañías.

Dirigido a emprendedores de barrios populares de Buenos Aires, *Multiplicar Valor* fomentó la integración entre los participantes, los mentores y las instituciones organizadoras.

Academia de Emprendedores

Como parte del esquema de mentorías de *Multiplicar Valor*, se creó la *Academia de Emprendedores*, un programa de capacitación de tres meses dirigido a emprendedores de la Economía Popular y Social. A lo largo de 12 encuentros, se ofreció un espacio de desarrollo tanto individual como comunitario, estructurado en cuatro bloques de contenido:

- **Pensando en mi negocio** (para contextualizar cada emprendimiento)
- **Comunicación y Marketing**
- **Ventas**
- **Gestión comercial**

El programa se organizó en tres etapas, cada una con cuatro encuentros, donde los emprendedores recibieron apoyo de una dupla pedagógica conformada por un especialista en la temática y un gestor comunitario.

El objetivo principal fue impulsar el crecimiento sostenido de los emprendimientos y potenciar sus ventas. Además, se buscó garantizar la sostenibilidad del programa por al menos tres meses y fomentar la creación de redes entre los participantes, fortaleciendo así sus estrategias de comercialización.

Mujeres Argentinas Emprendedoras

En el marco de *Multiplicar Valor* y considerando que la mayoría de los participantes del programa eran mujeres, se lanzó *Mujeres Argentinas Emprendedoras*, una iniciativa destinada a construir una red sólida de mujeres líderes de emprendimientos y proyectos productivos, promoviendo su autonomía económica.

El programa capacitó a 80 mujeres de distintos barrios a través de comisiones organizadas en comunidades vulnerables y en los Centros Integrales de la Mujer (CIM). Se trabajó en cinco áreas fundamentales:

- **Modelo de negocio**
- **Planificación financiera**
- **Aspectos legales y contables**
- **Marketing digital**
- **Desarrollo de un pitch de negocios**

El objetivo general fue impulsar la creación y consolidación de negocios liderados por mujeres. Además, se plantearon metas específicas como fortalecer redes de apoyo, convertir ideas en proyectos viables y mejorar las estrategias de venta de emprendimientos ya en funcionamiento.

Condiciones de inscripción para todos las líneas de trabajo

- Mayor de dieciocho (18) años;
- Estar relevado en el RUPEPYS;
- Tener un emprendimiento;
- Residir en un barrio popular de CABA.

Desarrollo e impacto de la política pública

2022

a. Taller de Inclusión Digital

En el transcurso del año se realizaron un total de 13 talleres de Inclusión Digital, distribuidos de la siguiente manera:

- 3 en Barrio 15
- 2 en Barrio 20
- 2 en Barrio Fraga
- 2 en Barrio Ricciardelli
- 2 en Barrio Rodrigo Bueno
- 1 en Barrio 21 24
- 1 en Barrio Cildañez

Cantidad de talleres realizados	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron	Cantidad total de UPs egresadas
13	2235	262	93

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

De acuerdo a los datos proporcionados por la entrevista al personal del Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat (MDHyH), se midieron las siguientes métricas de impacto:

¿Es participativo?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
Siempre	110	50%
A veces	70	31,82%
Nunca	40	18,18%
Total	220	100%

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

¿Cumple con las actividades propuestas?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
Siempre	144	60,25%
A veces	52	21,76%
Nunca	43	17,99%
Total	239	100%

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

Estas dos preguntas hacen referencia a la participación general de los emprendedores y vemos que, en promedio, el 50% de los emprendedores es muy participativo, mientras que el 18% nunca participa ni cumple con las actividades propuestas. Si bien es normal que haya un porcentaje de personas que no participe, es importante tener en cuenta a aquellos emprendedores que no cumplen con las actividades, ya que es un signo de posible deserción. Es decir, posiblemente aquellos que no cumplan con las actividades propuestas sea porque presentan limitantes a la hora de resolver la consigna o bien, no tienen las herramientas necesarias (ejemplo: no tienen celular propio o no tienen datos, elemento que puede darse en los barrios populares debido a sus condiciones socioeconómicas) y por lo tanto, no logra establecerse un compromiso con la cursada.

¿Creó usuario de Instagram?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	168	71,79%
Si	66	28,21%
Total	234	100%

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

¿Creó usuario de Facebook?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	30	52,63%
Si	27	47,37%
Total	57	100%

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

¿Aprendió a usar Whatsapp Business ?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	163	72,77%
Si	61	27,23%

Total	224	100%
-------	-----	------

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

¿Aprendió a usar herramientas de Google?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	157	78,11%
Si	44	21,89%
Total	201	100%

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

Estas últimas preguntas reflejan si efectivamente incorporaron las herramientas. Vemos que en el caso de instagram y whatsapp business, casi un 30% logró incorporarlas, mientras que en el caso de facebook, un 47% logró incorporarlo.

b. Taller de Formalización

En el transcurso del año se realizaron un total de 21 talleres de Formalización, distribuidos de la siguiente manera:

- 3 en Barrio 15
- 3 en Barrio 20
- 3 en Barrio 21 24
- 3 en Barrio Ricciardelli
- 2 en Barrio Fraga
- 2 en Barrio Soldati
- 1 en Barrio Rodrigo Bueno
- 1 en Barrio La Boca
- 1 en Barrio Lugano
- 1 en Barrio Cildañez

Cantidad total de talleres	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron
21	3807	280

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

Impacto:

En cuánto a las respuestas de las UPs podemos notar lo siguiente:

Del total de la base (280 UPs), el personal del MDHyH ha podido contactar a 119 UPs, y partir de ello pudieron concluir que:

1. 50 UPs dijeron no estar interesadas
2. 27 UPs están interesadas en darse de alta en Monotributo y asesoramiento para el mismo, sin embargo, en ese lapso de tiempo cambió la modalidad de inscripción a Monotributo social, impidiendo poder avanzar con el proceso.
3. 23 UPs manifestaron interés en cancelar deuda, ya sea de monotributo como de IIBB.
4. 4 UPs reclamaron que querían atención presencial
5. 2 UPs quieren darse de baja en monotributo
6. 2 UPs iniciaron el trámite pero no lograron darse de alta
7. 2 UPs quieren recategorizarse
8. 2 UPs tienen problemas con la facturación
9. 2 UPs quieren saber su situación impositiva
10. 5 UPs tienen consultas más generales o ya fueron asistidas por los CeDeLes

Como podemos observar, el 43% de los contactados demostraron no tener interés en tener monotributo.

En el caso de las consultas de deuda, la mitad de las UPs logró responder con la documentación necesaria. Podemos pensar que esto es debido a que para este trámite solo se pide el CUIT y la Clave, además de que, al ser deuda, probablemente la UP siente más urgente realizar el trámite.

c. Taller de Orientación al Emprendedor

Barrio	Q TOEs realizados	Q de UPs que realizaron TOE
Barrio 15	11	205
Barrio 20	8	98
Barrio 21 24	8	110
Ricciardelli	7	98
Soldati	5	86
Fraga	5	52
Rodrigo Bueno	4	69
Cildañez	4	51
La Boca	2	32
Lugano I y II	1	11
Carbonilla	1	27
Inta	1	25
Otros	2	44
Total	59	908

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

De acuerdo a lo relevado en las preguntas en el marco del taller, se deducen los siguientes datos de impacto:

Dato	Porcentaje
UPs no formalizadas	82%
UPs con redes sociales	50%
UPs que quieren tomar crédito	88%
Elegibilidad para Formalización	61%
Elegibilidad para Inclusión Digital	61%

Elegibilidad para Educación Financiera	81%
---	-----

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

En cuanto a las UPs no formalizadas, hay distintas razones por las que estas no lo están. Gracias al TOE se pudo identificar que de estos 331 emprendedores no formalizados:

- 151 UPs respondieron que no conocen las opciones que tienen. Es decir, casi la mitad de las UPs no cuenta con la información necesaria acerca del tema.
- 94 UPs declararon que les interesa formalizarse pero no pudieron gestionarlo. Se evidencia la dificultad a la hora de realizar el alta de monotributo, por lo que las UPs necesitan un acompañamiento para realizarlo.
- 25 UPs respondieron que no les interesa.
- 61 UPs no respondieron.

Respecto al relevamiento sobre redes sociales, el 61%, las usa para vender y el 39%, las usa para difundir. Si bien puede resultar difusa la diferencia entre vender y difundir, ya que en un punto están relacionadas, con esta pregunta se identifica a aquellos que no la utilizan como un canal de venta. Esto es importante ya que las redes sociales actualmente son un canal de venta fundamental.

2023

a. Talleres de Inclusión Digital

En el transcurso del año 2022 los talleres de Inclusión Digital se plantearon en un esquema de 3 (tres) encuentros presenciales y un porcentaje obligatorio de asistencia a los mismos. Los encuentros se dividieron por ejes temáticos, abordando una variedad de temas relacionados a un mejor uso y planificación de las herramientas digitales en general. Por último, en el tercer encuentro se invitaba a los emprendedores a concurrir con sus productos y se ofrecía la posibilidad de realizar fotos profesionales de los mismos.

En el transcurso del año 2023 la experiencia adquirida permitió diagnosticar que la modalidad de 3 (tres) encuentros realizados en distintos días no sólo hacía extenso el proceso de aprendizaje y demandaba un mayor compromiso, sino que producía

continuidad de las mismas personas a los encuentros. Por ende, se dictaron los mismos contenidos pero en forma de clases individuales para elevar la sostenibilidad de las UPs en el proceso de aprendizaje. Esto produjo un incremento del 52% en la cantidad de egresados.

Se realizaron un total de 26 talleres de Inclusión Digital, distribuidos de la siguiente manera:

- 3 en Barrio 15
- 4 en Barrio 20
- 4 en Barrio Fraga
- 4 en Barrio Ricciardelli
- 4 en Barrio Rodrigo Bueno
- 3 en Barrio 21 24
- 4 en Barrio Soldati

Cantidad de talleres realizados	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron	Cantidad total de UPs egresadas
26	6675	195	195

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

b. Consultorías contables

Son espacios de consulta realizados generalmente en los Centro de Desarrollo Emprendedor y Laboral (CEDELEs) de cada barrio dispuestos por el GCBA donde se pone a disposición un contador/a para aclarar dudas, ayudar a realizar gestiones administrativas, facilitar procesos de trámites y brindar nuevas herramientas. Durante la transición del 2022 al 2023, los Talleres de Formalización se simplificaron para pasar a ofrecerse como las consultorías contables: un espacio con las mismas funciones y objetivos que son acompañar en el proceso de mejora y formalización de los emprendimientos en los barrios.

En el transcurso del año 2023 se realizaron un total de 42 consultorías contables. El cambio de modalidad del Taller de Formalización hacia el espacio de Consultoría

contable tuvo como particularidad pasar de una propuesta activa de Taller a una propuesta más receptiva, escuchando qué necesita la persona y enfocarse en la gestión de ese trámite en particular. La gestión por turnos y la realización de las Consultorías en los CEDELes de cada barrio permitió mejorar el orden de las consultas, la efectiva realización de las mismas y ofrecer un espacio cercano para los vecinos. Este último punto es importante para establecer la confianza a la hora de gestionar trámites de índole fiscal que contiene información sensible.

Barrio	Cantidad consultorías realizadas	Cantidad de UPs que asistieron
Barrio 15	9	46
Barrio 20	7	71
Soldati	5	42
Barrio 21-24	5	27
Ricciardelli	6	33
Rodrigo Bueno	4	29
Fraga	5	25
Carbonilla	1	12
Total	42	285

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

C. Taller de Orientación al Emprendedor (TOE)

Barrio	Cantidad de TOEs realizados	Cantidad de UPs que realizaron TOE
Barrio 15	6	59
Barrio 20	4	23
Barrio 21 24	5	35
Ricciardelli	6	25

Soldati	7	42
Fraga	5	22
Rodrigo Bueno	5	24
Cildañez	1	2
La Boca	1	4
Lugano I y II	1	3
Otros	4	31
Total	45	270

Fuente: Entrevista a personal del MDHyH.

De las respuestas de los TOEs se puede establecer lo que puede definirse como el “emprendedor promedio” que asisten a cursos de formación en los barrios populares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires:

- **Edad**

El emprendedor promedio que participó de los TOE durante el 2023 tiene 43 años.

- **Dónde vive**

Villa Soldati.

- **Por qué emprende**

Para tener una fuente de ingresos o complementar la que ya tiene.

- **Nivel educativo alcanzado**

El emprendedor promedio tiene nivel secundario completo.

- **Género**

El emprendedor promedio es mujer.

- **Canales de venta**

En promedio, la emprendedora promedio vende más por Facebook. Seguido muy de cerca por Instagram.

Estos datos resultan fundamentales para la definición estratégica de las políticas públicas futuras, ya que permiten identificar brechas digitales en función de la edad, analizar los medios de comunicación y las redes sociales utilizadas por cada

generación, y establecer la duración óptima de los talleres en consideración de la sobrecarga de tareas domésticas que afecta predominantemente a las mujeres. Asimismo, posibilitan el diseño de propuestas formativas más especializadas y complementarias, atendiendo a la función de los talleres como mecanismos para la generación de ingresos adicionales, entre otras aplicaciones relevantes.

d. Multiplicar Valor: programa de mentorías

El objetivo general del programa estuvo orientado a acompañar en un proceso de mentoría a emprendedores y ayudarlos a mejorar la gestión y comercialización de sus proyectos productivos. Para ello se diseñaron y pusieron en marcha 3 módulos de trabajo: Planificación, comercialización y administración.



En el primer módulo de “planificación” se trataron temas como: Canvas del modelo de negocio, Misión, visión y objetivos y Matriz de prioridad y plan de acción. En el módulo referido a “Comercialización” se abordaron temáticas relacionadas a Plan de Marketing, Perfil Persona y Mapa de Empatía, Pitch, Canales de ventas digitales. Redes sociales , Ser proveedor del estado o de una empresa más grande. En el tercer módulo de “Administración” se dictaron Costos, objetivo de cálculo de costos,definición, tipos y punto de equilibrio, beneficios de la formalización, tipos de monotributo y sus beneficios, obligaciones, requisitos y compatibilidades, impuestos y sus principales características, principales cuestiones a tener en cuenta sobre contratación de empleados en relación de dependencia, y temas de cooperativismo como principios y valores cooperativos, principales características, órganos sociales y obligaciones.

Siguiendo la entrevista a uno de los principales colaboradores privados en la alianza con el GCBA para el desarrollo de Multiplicar Valor, se arrojan los siguientes datos de impacto.

Impacto en los emprendedores:

En relación con los emprendedores, las repercusiones del programa se manifiestan principalmente en áreas vinculadas al desarrollo y crecimiento de sus negocios. A continuación se detallan las principales áreas de impacto:

1. **Diversificación de productos:** La mayoría de los emprendedores manifestó su intención de diversificar su oferta de productos, lo que incluye el lanzamiento de nuevos productos, la ampliación de colecciones y la creación de líneas exclusivas. Esta acción responde a la necesidad de adaptarse a un mercado cambiante y a la búsqueda de nuevas oportunidades de ingresos.
2. **Mejora de la infraestructura:** La necesidad de contar con un espacio adecuado y funcional para el desarrollo de las actividades empresariales fue otro punto destacado. Varios emprendedores expresaron su intención de trasladarse a un local o mejorar las condiciones de sus espacios de trabajo, con el fin de profesionalizar y optimizar sus procesos productivos.
3. **Ampliación de la red de contactos:** Los emprendedores identificaron la importancia de ampliar su red de contactos, destacando la creación de alianzas estratégicas con otras empresas, como panaderías, ferias y otros emprendedores. Esta expansión de contactos tiene un impacto directo en la visibilidad y el crecimiento de los negocios, así como en la creación de oportunidades para la colaboración mutua.
4. **Expansión geográfica:** La intención de expandir los negocios a nuevos puntos de venta o zonas geográficas fue otro de los objetivos mencionados por los emprendedores. En este sentido, varios de ellos expresaron su interés en ofrecer servicios de entrega a domicilio en diferentes barrios, con el fin de ampliar su base de clientes.
5. **Estrategias de difusión y comercialización:** Una parte significativa de los emprendedores manifestó su interés por mejorar su presencia en redes sociales y activar campañas de difusión digital. Además, se observó un enfoque en la implementación de promociones y estrategias comerciales más profesionales, lo que denota una mayor comprensión de la importancia de la visibilidad digital y la comercialización online para el éxito del negocio.

Impacto en los mentores:

En cuanto a los mentores, se identificaron varios aspectos positivos del proceso, pero también se sugirieron algunas mejoras. A continuación, se describen los principales puntos mencionados por los mentores:

1. **Enfoque más personalizado:** Los mentores indicaron que un enfoque más personalizado sería beneficioso para optimizar el tiempo y los recursos destinados a cada emprendedor. Se sugirió que los emprendedores fueran agrupados según intereses y características afines, lo que permitiría una mentoría más específica y centrada en las necesidades particulares de cada uno.
2. **Optimización de los tiempos de encuentro:** Algunos mentores propusieron que los encuentros fueran más frecuentes, con una duración más breve, o que existiera mayor flexibilidad en cuanto a los horarios de los mismos. Esta sugerencia busca una mayor cercanía temporal y un acompañamiento constante, lo que facilitaría el seguimiento del progreso de los emprendedores.
3. **Mayor seguimiento:** Los mentores consideraron que el programa estaba bien estructurado, pero sugirieron implementar un sistema de seguimiento más detallado y formalizado. La implementación de reportes de progreso luego de cada encuentro permitiría asegurar que los emprendedores se comprometían con el proceso y se logren avances significativos en el desarrollo de sus negocios.
4. **Mejor comunicación e información previa:** La falta de información clara antes de la implementación del programa fue una preocupación recurrente entre los mentores. Se destacó que una mejor comunicación previa sobre el proceso y las expectativas permitiría a los mentores estar mejor preparados para abordar las necesidades de los emprendedores y ofrecer un apoyo más efectivo.

Propuestas de mejora por parte de los emprendedores:

Los emprendedores también expresaron diversas sugerencias para mejorar el programa, las cuales incluyeron:

- **Mayor personalización:** Se propuso un enfoque más individualizado, ajustado a las particularidades de cada emprendimiento, para garantizar que se aborden las necesidades específicas de cada negocio.

- **Casos prácticos y ejemplos concretos:** Los emprendedores sugirieron que los talleres incluyeran ejemplos más específicos y aplicables a sus contextos particulares, con el fin de facilitar la comprensión de los conceptos abordados.
- **Acompañamiento financiero:** Se propuso la inclusión de mecanismos de apoyo financiero, como créditos o subsidios, para ayudar a los emprendedores en la adquisición de maquinaria o la mejora de sus infraestructuras.
- **Continuidad en el proceso:** Muchos emprendedores destacaron la importancia de continuar el proceso de mentoría con nuevas etapas de capacitación y seguimiento, para garantizar que el aprendizaje sea sostenible a largo plazo.
- **Orientación práctica sobre trámites administrativos:** Se sugirió incluir sesiones prácticas que abordaran la realización de trámites administrativos y fiscales, para facilitar el acceso a las herramientas legales y fiscales necesarias para el negocio.

Propuestas de mejora por parte de los mentores:

Los mentores, por su parte, también ofrecieron sugerencias de mejora, entre las que se destacan:

- **Mayor personalización y adaptación:** Reiteraron la necesidad de un enfoque más personalizado, adaptado a las características y necesidades individuales de los emprendedores.
- **Reajuste en los tiempos de los encuentros:** Sugirieron una mayor flexibilidad en los horarios y una mayor frecuencia de los encuentros, para asegurar un acompañamiento más cercano y un seguimiento constante.
- **Mejor seguimiento:** Se recomendó implementar un sistema de seguimiento más estructurado, con reportes de avance y la posibilidad de realizar encuentros posteriores para evaluar la evolución de los emprendedores.
- **Mejor información previa:** Se sugirió mejorar la comunicación previa al inicio del programa, de modo que los mentores cuenten con una mejor comprensión del proceso y los proyectos de los emprendedores desde el comienzo.

En conclusión, el programa de mentoría ha tenido un impacto positivo tanto en los emprendedores como en los mentores, favoreciendo el desarrollo de nuevas habilidades y estrategias de negocio. Sin embargo, también se han identificado áreas de mejora, tales como la necesidad de una mayor personalización del proceso, un

ajuste en los tiempos y un seguimiento más continuo. Estas sugerencias son fundamentales para optimizar el impacto de la política pública y garantizar que los emprendedores puedan aplicar de manera efectiva los conocimientos adquiridos y el desarrollo del ecosistema emprendedor social.

E. Mujeres Argentinas emprendedoras

Siguiendo la entrevista con el informante del sector privado participante en la alianza con el GCBA para el desarrollo del Programa Mujeres Argentinas Emprendedoras, se desprenden los siguientes datos de impacto:

Resultados y efectos en las emprendedoras

Las emprendedoras que participaron en el programa reportaron mejoras sustanciales en diversas áreas clave para la gestión de sus negocios. Entre los aspectos más destacados se encuentran:

1. **Fortalecimiento de habilidades empresariales:** El programa facilitó el desarrollo de competencias clave para la estructuración de negocios sostenibles. A través de los distintos módulos de formación, las emprendedoras adquirieron conocimientos en modelado de negocios, planificación financiera, aspectos legales y contables, estrategias de marketing digital y habilidades de liderazgo. Este aprendizaje permitió a muchas participantes mejorar la gestión organizativa y comercial de sus unidades productivas.
2. **Empoderamiento y confianza:** Uno de los impactos más notables del programa fue el fortalecimiento de la autoconfianza y la percepción del éxito entre las emprendedoras. La sesión dedicada a la mentalidad emprendedora y la importancia del merecimiento del éxito resultó particularmente relevante, ya que muchas de las participantes manifestaron que anteriormente dudaban de su capacidad para lograr ventas sostenibles y gestionar eficazmente sus proyectos.
3. **Ampliación de redes de contacto:** La interacción con otras emprendedoras y mentoras generó un entorno propicio para el establecimiento de alianzas estratégicas. La creación de grupos de WhatsApp y la realización de actividades de networking facilitaron el intercambio de experiencias y conocimientos, promoviendo la colaboración entre emprendedoras de diferentes sectores.

4. **Impacto en la digitalización de los negocios:** Muchas participantes manifestaron su intención de mejorar su presencia digital a partir de los conocimientos adquiridos en el módulo de marketing. La formación en redes sociales y estrategias de comercialización digital incentivó a numerosas emprendedoras a abrir cuentas en plataformas como Instagram para ampliar su alcance y mejorar sus estrategias de ventas.
5. **Desarrollo de estrategias de venta y comercialización:** El programa permitió que las emprendedoras optimizaran sus técnicas de venta a través de la práctica del pitch de negocios, una actividad sumamente valorada por las participantes. La grabación y entrega de los videos de sus presentaciones permitió a cada emprendedora analizar su desempeño y mejorar su comunicación comercial.

Oportunidades de mejora y aprendizajes

El análisis del desarrollo del programa permitió identificar diversas oportunidades de mejora que pueden ser consideradas para futuras ediciones:

1. **Adecuación de horarios:** Se identificó que algunas participantes llegaban tarde o debían retirarse antes de finalizar las sesiones. Para mitigar este problema, se sugiere realizar un relevamiento previo de disponibilidad horaria y convocar a las emprendedoras con cierta antelación.
2. **Optimización del proceso de recolección de datos:** A lo largo del programa se implementó el uso de planillas para recopilar información sobre las participantes. Este método resultó eficaz y se recomienda mantenerlo para futuras ediciones.
3. **Atención a la conciliación familiar:** Un número significativo de emprendedoras asistió a las capacitaciones acompañadas de hijos o nietos debido a la falta de opciones de cuidado infantil. Se propone la incorporación de personal especializado para el cuidado y entretenimiento de los menores, con el fin de garantizar la plena concentración de las participantes.
4. **Fortalecimiento del pitch de negocios:** La experiencia de presentar y defender sus proyectos en público fue enriquecedora para las emprendedoras. Se recomienda continuar con esta actividad y considerar su integración con ferias de emprendedoras, permitiendo que las participantes practiquen sus habilidades de venta en un contexto real.

5. **Visibilización y certificación:** La entrega de certificados al finalizar el curso representó un reconocimiento valioso para las participantes. Además, se sugiere difundir con mayor énfasis los logros alcanzados por las emprendedoras, tanto para potenciar el ecosistema emprendedor femenino como para evidenciar el impacto del programa en la comunidad.
6. **Continuidad del acompañamiento:** Se observó la necesidad de implementar estrategias de seguimiento para consolidar los aprendizajes adquiridos. Se propone la realización de reuniones bimestrales con las participantes, a fin de evaluar la evolución de sus emprendimientos y brindar asesoramiento continuo.
7. **Incorporación de ferias emprendedoras:** La realización de ferias permitiría a las emprendedoras exhibir sus productos y servicios, generar nuevas oportunidades de venta y recibir retroalimentación en tiempo real sobre sus estrategias de comercialización.

En definitiva, el Programa Mujeres Argentinas Emprendedoras demostró ser una iniciativa efectiva para la promoción del emprendimiento femenino, brindando herramientas concretas que favorecen la autonomía económica y el fortalecimiento de los negocios liderados por mujeres. A través de una combinación de capacitación, mentoría y generación de redes de apoyo, se logró un impacto positivo en la confianza, el conocimiento y la capacidad de comercialización de las participantes. No obstante, la implementación de mejoras en aspectos logísticos y en el seguimiento de las emprendedoras permitirá optimizar los resultados del programa y potenciar su alcance en futuras ediciones.

F. Academia de Emprendedores

El programa de mentoría fue diseñado e implementado en cuatro fases diferenciadas:

1. **Planificación y convocatoria:** Durante esta fase, se establecieron los lineamientos del programa y se procedió a la selección de emprendedores pertenecientes a la Economía Social y Popular en tres barrios de la Ciudad de Buenos Aires.
2. **Formación y organización:** Se conformaron los grupos de aprendizaje, se asignaron los facilitadores pedagógicos y se elaboró el material didáctico correspondiente.
3. **Ejecución del programa:** Se llevaron a cabo los ciclos de capacitación y el acompañamiento sistemático a los emprendedores participantes.

4. **Evaluación y cierre:** Se realizó un análisis exhaustivo de los resultados obtenidos y se elaboró un informe final con información cuantitativa y cualitativa sobre el impacto del programa.

La mentoría se estructuró en tres módulos:

- **Módulo 1: Identificación de Oportunidades de Negocio** (agosto): Se iniciaron los talleres en los tres barrios seleccionados.
- **Módulo 2: Gestión Comercial** (septiembre): Se fomentó la retención de los participantes iniciales y se integraron nuevos emprendedores. Se abordaron temáticas como comunicación efectiva, técnicas de ventas, estrategias de marketing y metodologías para la determinación de precios.
- **Módulo 3: Gestión Financiera** (octubre): Se impartieron contenidos relacionados con la administración de la economía familiar y empresarial, la gestión de costos y la planificación financiera estratégica.
- **Cierre:** Se realizó un repaso integral de los conocimientos adquiridos y se recopilaban testimonios de los participantes sobre su experiencia en el programa.

Impacto:

- **Inscripciones:** Se registraron 283 postulaciones al programa.
- **Asistencia y finalización por módulo:**
 - **Módulo 1:**
 - Barrio 20: 26 asistentes / 11 graduados
 - Ricciardelli: 29 asistentes / 12 graduados
 - Barrio 15: 29 asistentes / 13 graduados
 - **Módulo 2:**
 - Barrio 20: 27 asistentes / 17 graduados
 - Ricciardelli: 34 asistentes / 18 graduados
 - Barrio 15: 25 asistentes / 17 graduados
 - **Módulo 3:**
 - Barrio 20: 15 asistentes / 11 graduados
 - Ricciardelli: 29 asistentes / 18 graduados
 - Barrio 15: 24 asistentes / 20 graduados

Se observó un incremento del 50% en la tasa de finalización entre el Módulo 1 y el Módulo 2, lo que sugiere que la consolidación del vínculo entre capacitadores y

participantes contribuyó a una mayor retención en el programa.

Oportunidades de mejora y aprendizajes

- Se logró mantener la tasa de asistencia a lo largo del programa, a pesar de los desafíos socioeconómicos que enfrentan los participantes.
- La división en módulos permitió la incorporación progresiva de nuevos participantes, favoreciendo la flexibilidad del programa.
- Se identificó la necesidad de proporcionar material impreso y capacitación complementaria en herramientas digitales, como Excel, para mejorar la gestión financiera y administrativa de los emprendimientos.
- Se enfatiza la relevancia del acompañamiento personalizado y la creación de redes de apoyo para garantizar la continuidad del aprendizaje y la aplicación de los conocimientos adquiridos.

Los participantes manifestaron los siguientes aprendizajes clave:

- Diferenciación entre gastos personales y comerciales.
- Estrategias para la optimización de ventas y mejora en la atención al cliente.
- Gestión eficiente de costos y planificación financiera a largo plazo.
- Construcción y fortalecimiento de la propuesta de valor.
- Identificación de tendencias del mercado y adaptabilidad del negocio.
- Generación de redes colaborativas entre emprendedores.

Conclusiones

A lo largo de la investigación, se ha analizado el impacto de las políticas públicas de formación dirigidas a emprendedores de la Economía Popular y Social en los barrios populares de la CABA durante el período 2022-2023. Los resultados obtenidos en términos de desarrollo productivo, inclusión y productividad muestran que: en términos de desarrollo económico, las iniciativas presentadas lograron mejorar la capacidad de los emprendedores para optimizar sus procesos y acceder a nuevas oportunidades. Programas como *Multiplicar Valor*, *Mujeres Argentinas Emprendedoras*, y la *Academia de Emprendedores* facilitaron el fortalecimiento de habilidades clave en gestión comercial, estrategias de ventas y finanzas, lo que resultó en un aumento en la rentabilidad y sostenibilidad de los proyectos. Además, iniciativas como las de formalización, permitieron a los emprendedores regularizar sus negocios de manera gradual, acceder a beneficios fiscales y mejorar su sostenibilidad. En paralelo, el *TOE*

aportó elementos de diagnóstico necesarios para readaptar con mayor eficiencia la implementación del programa, e *Inclusión Digital* contribuyó a abrir nuevos canales de comercialización, mejorando la competitividad a través de la digitalización y el acceso a plataformas de venta en línea. A través de la capacitación y mentoría, los emprendedores también lograron fortalecer sus propuestas de valor y optimizar sus costos, lo que les permitió una mayor adaptación al mercado.

Sin embargo, a pesar de los avances positivos, también surgieron varios desafíos. Algunos emprendedores no lograron aplicar efectivamente todas las herramientas adquiridas debido a limitaciones tecnológicas o económicas, lo que restringió la productividad de sus emprendimientos. En algunos casos, los emprendedores enfrentaron barreras para formalizar completamente sus negocios, ya sea por falta de comprensión de los procesos legales o por dificultades para cumplir con los requisitos fiscales, lo que les impidió acceder a ciertos beneficios. A pesar de la capacitación ofrecida, algunos enfrentaron dificultades para llevar a cabo la digitalización de sus negocios debido a la desigualdad en el acceso a Internet y a la falta de recursos tecnológicos adecuados. Estos obstáculos afectaron la capacidad de implementar las estrategias aprendidas y, en consecuencia, limitaron el potencial de crecimiento de los emprendimientos.

En términos de inclusión, se evidencia un avance en la participación de grupos vulnerables, destacándose la iniciativa *Mujeres Argentinas Emprendedoras* en los centros integrales de la mujer del GCBA. Este programa no solo proporcionó herramientas de negocio, sino que también promovió el empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres, especialmente en sectores tradicionalmente desfavorecidos. Además, la creación de redes de apoyo entre emprendedores permitió una mayor solidaridad y colaboración, impulsando la integración de actores de la economía social y popular en sectores más dinámicos. Sin embargo, el camino hacia una inclusión completa aún presenta importantes retos. Muchos emprendedores enfrentaron problemas de conciliación laboral y familiar, especialmente en el caso de las mujeres participantes en *Mujeres Argentinas Emprendedoras*, donde varias asistieron con hijos o nietos debido a la falta de opciones de cuidado infantil. Además, algunos participantes tuvieron dificultades para asistir a todas las sesiones debido a horarios incompatibles, lo que generó barreras en su plena participación. A pesar de los esfuerzos por fomentar la inclusión, la desigualdad de acceso a recursos limitó la capacidad de algunos emprendedores para aplicar los aprendizajes adquiridos de manera efectiva.

En cuanto a la productividad, las iniciativas generaron un impacto positivo en la mejora de la gestión de los emprendimientos, con énfasis en la optimización de costos, la mejora de la atención al cliente y la diferenciación de productos y servicios. Sin embargo, algunos emprendedores no pudieron mantener una productividad sostenida debido a la falta de infraestructura o recursos económicos que les permitieran implementar las mejoras necesarias. Aunque se brindaron herramientas para la gestión financiera, la implementación de estas herramientas no siempre fue exitosa, ya que algunos emprendedores no contaban con los recursos necesarios para llevar a cabo los cambios recomendados o carecían de las capacidades técnicas para gestionar sus finanzas de manera eficiente. La digitalización, aunque representó un avance importante, se vio limitada por la falta de acompañamiento técnico post-capacitación y las dificultades para acceder a tecnología adecuada, lo que generó brechas en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos.

Por consiguiente, podemos decir que aunque las iniciativas lograron avances notables en términos de desarrollo económico, inclusión y productividad, persisten problemáticas como la desigualdad de acceso a recursos tecnológicos, las dificultades logísticas para la conciliación de trabajo y familia, y las ya conocidas barreras para la formalización de los negocios.

Recomendaciones

A partir de los hallazgos obtenidos a lo largo del presente trabajo, se proponen una serie de recomendaciones orientadas a mejorar la efectividad de las políticas públicas dirigidas a la formación de los actores de la Economía Popular y Social en la CABA, con el objetivo de potenciar tanto los procesos educativos como la inclusión social y económica del ecosistema.

En primer lugar, es crucial considerar la edad promedio de los participantes en los programas de formación, dado que la curva de aprendizaje varía significativamente de acuerdo con el rango etario. La evidencia obtenida del TOE sugiere que los enfoques pedagógicos deben adaptarse a las características cognitivas y el ritmo de aprendizaje de los grupos etarios implicados. Para ello, se recomienda implementar metodologías flexibles que favorezcan la adquisición gradual de los conocimientos, ajustándose a las particularidades de los participantes y garantizando que los contenidos sean comprensibles y apropiados para su nivel de experiencia.

Otro aspecto fundamental que debe ser abordado es la brecha digital, que sigue representando una barrera significativa para el acceso equitativo a la formación. La falta de acceso a tecnologías adecuadas, como dispositivos de calidad (computadoras y teléfonos) y una conexión a Internet estable, limita la participación en los cursos y obstaculiza el aprovechamiento de las oportunidades educativas. Por tal motivo, se recomienda que las políticas públicas orienten sus esfuerzos hacia la inversión en infraestructura tecnológica y promuevan la creación de espacios físicos adecuados dentro de los barrios populares que ofrezcan acceso a los recursos necesarios para los participantes.

En relación con los procesos de formalización, se destaca la importancia de mantener el enfoque personalizado en los abordajes fiscales, especialmente en lo que concierne a la inscripción en el monotributo y otros esquemas similares. El acompañamiento individualizado ha mostrado ser un factor clave para incrementar las tasas de adhesión a la formalización, ya que facilita la comprensión de los beneficios del proceso y permite resolver las dudas específicas de los participantes. Este tipo de estrategia personalizada debe ser sostenida y ampliada para garantizar una mayor inclusión fiscal y promover la integración plena de los emprendimientos en el sistema económico formal. A su vez, se debe considerar el hecho de trabajar en crear políticas públicas junto con la colaboración de las áreas encargadas de la gestión de programas de desarrollo productivo, y en especial de simplificación productiva, para que se produzca el incentivo para que más emprendimientos de la economía popular y social se integren a la economía formal, y a su vez, el Estado pueda tener mayor incidencia en la aplicación de políticas públicas.

Siguiendo la línea argumental, es necesario fomentar el crecimiento de los proyectos enmarcados en la Economía Popular y Social, con el objetivo de facilitar su evolución hacia formas más estructuradas, como cooperativas y luego empresas. Para ello, es imprescindible proporcionar herramientas y acompañamiento técnico para la aplicación de estos emprendimientos a esquemas formales dentro de la matriz productiva. Esta formación debe centrarse en fortalecer la autonomía empresarial y mejorar la competitividad de los emprendimientos, asegurando su viabilidad a largo plazo.

En cuanto al diseño de los cursos, se recomienda un enfoque diferenciado que contemple las características sociodemográficas particulares de este sector. Muchos de los participantes, especialmente las mujeres, tienen múltiples responsabilidades y desempeñan diversas tareas dentro del hogar, lo que dificulta su participación en

cursos que no se ajusten a sus horarios o necesidades. Por lo tanto, se debe ofrecer una modalidad formativa flexible, tanto en términos de horarios como de métodos de enseñanza, que permita la participación activa de aquellos que enfrentan mayores desafíos en cuanto al tiempo disponible para la capacitación.

Por otro lado, en relación con las herramientas digitales, los resultados sugieren que una estrategia efectiva sería comenzar con el uso de los canales digitales que ya están siendo empleados por los miembros de las comunidades, tales como WhatsApp y Facebook Marketplace, para luego, gradualmente, ampliar el acceso hacia otras plataformas. Esta aproximación, que se basa en las tecnologías que ya están en uso y son familiares para los participantes, permitirá una integración más fluida y una mayor tasa de adopción, reduciendo las barreras tecnológicas y favoreciendo la inclusión digital.

Finalmente, se destaca la importancia de continuar generando alianzas con el sector privado, en particular con las grandes empresas, para promover la inclusión y el desarrollo de los emprendimientos de la Economía Popular y Social. Las iniciativas que conecten a estos emprendimientos con el sector corporativo no solo ofrecerán nuevas oportunidades de negocios, sino que también facilitarán el acceso a herramientas de desarrollo empresarial y de redes de proveedores. La colaboración público-privada es fundamental para crear un entorno propicio que permita el crecimiento de los emprendimientos y su consolidación en el mercado.

En conclusión, el fortalecimiento de la Economía Popular y Social demanda un enfoque integral y multidimensional que incluya no solo la formación y el acceso a recursos, sino también el acompañamiento constante y la creación de alianzas estratégicas. Solo a través de un esfuerzo conjunto entre los diversos actores involucrados, tanto públicos como privados, podremos transformar este sector en un motor imparable de desarrollo económico y social, capaz de reducir las brechas de desigualdad y garantizar una inclusión laboral plena. Porque, al final de cuentas, ***la mejor política social es el trabajo.***

Revisión bibliográfica

Boccara, E., Riportella, M., Steinberg, P., & Andersson, T. (2018). *La informalidad laboral: un estudio de América Latina y Argentina en particular*. Universidad Torcuato Di Tella.

Castro Medina, Ana (2018) “Economía popular y solidaria ¿realidad o utopía? Caracterización de las entidades de fomento” [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 220 p. ISBN: 978-9978-10-490-3. <https://doi.org/10.7476/9789978104903>.

Coraggio, José Luis (2003) “Una alternativa socioeconómica necesaria: la economía social” en Claudia Danani (comp.), “Política Social y Economía Social. Debates fundamentales”, Colección Lecturas sobre Economía Social, UNGS-Altamira-Fundación OSDE.

Coraggio, José Luis (2004) “La Economía Social y Solidaria: El papel de las universidades”. Ponencia presentada en el Seminario Internacional “Universidad pública y economías solidarias”, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Coraggio, José Luis (2011) “Economía Social y Solidaria: las relaciones entre conocimiento y políticas públicas”, Seminario-Taller Internacional: “Políticas públicas para la economía Social y Solidaria: líneas de investigación”, IAEN.

Coraggio, José Luis (2011) “La presencia de la Economía Social y Solidaria (ESS) y su institucionalización en América Latina”, preparado para los Estados Generales de la Economía Social y Solidaria, París.

Coraggio, José Luis (2015) “Desafíos en la formación profesional vinculados a la Economía Popular, las políticas públicas y el Desarrollo Local. El rol de la Universidad”, *Revista +E*, 5, Santa Fe, Argentina: Ediciones UNL.

Coraggio, José Luis (2018) “¿Qué hacer desde la economía popular ante la situación actual?”, *Revista Idelcoop*, No 224, ISSN 0327-1919. P. 13-26, Sección: Reflexiones y Debates.

Coraggio, José Luis (2020) “Contribuciones de Consejeros. Serie de Documentos. Nro.1 Economía social y economía popular: Conceptos básicos”, Consejo consultivo del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES).

Corporación de Estudios y Publicaciones (2011) "Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Legislación Conexa", Quito, Ecuador.

Cravino, M. C., Del Río, J. P., y Duarte, J. (2008). Un acercamiento a la dimensión cuantitativa de los asentamientos y villas del Área Metropolitana de Buenos Aires. En M. C. Cravino, Los mil barrios (in) formales (pp. 87-152). Universidad Nacional de General Sarmiento.

Cravino, M. C., Del Río, J. P., y Duarte, J. (2010). Los barrios informales del Área Metropolitana de Buenos Aires: Evolución y crecimiento en las últimas décadas. Ciudad y Territorio: Estudios Territoriales, (163), 83-95.

Di Virgilio, M. M., Marcos, M., y Mera, G. (2015). Las ciudades dentro de la ciudad: Características sociodemográficas y habitacionales de la Ciudad de Buenos Aires según sus tipos de hábitat. Población de Buenos Aires, 12(22), 33-57.

Denzin, Norman (1994), « The art and politics of interpretation », dans DENZIN, Norman et Yvonna Lincoln [eds.], Handbook of Qualitative Research, Thousand Oaks, Ed. Sage.

Fernández Álvarez, María Inés (2018) "Más allá de la precariedad: prácticas colectivas y subjetividades políticas desde la economía popular argentina", Íconos. Revista de Ciencias Sociales. Num. 62, Quito, pp. 21-38. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador.

Friedman, Milton (1962). *Capitalismo y libertad*. University of Chicago Press.

Gómez Núñez, N. (2017). "Tecnología y reciprocidad en la economía popular urbana". Santiago de Chile, Chile: RIL editores. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utdt/67651?page=7>.

González Meyer, Raúl & Richards, Howard comp. (2012) "Hacia otras economías: Crítica al paradigma dominante", LOM ediciones.

Hindi, Guadalupe (2022) "La economía popular y la lucha por el reconocimiento como actor sindical en Argentina", *Espiral* Estudios sobre Estado y Sociedad, Vol. XXIX, No. 83.

Hopp, Malena Victoria et al (2020) "Trabajo, género y desigualdades en la economía popular. Una mirada sobre la situación de los vendedores/as callejeros en tiempos de

pandemia”, Núcleo básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt – CONICET) N° 35, Vol. XXI, Santiago del Estero, Argentina, ISSN 1514-6871.

Maldovan Bonelli, Johanna & Melgarejo, Mariana (2019) “Reivindicaciones y demandas de los/as trabajadores/as no asalariados/as. El dilema redistribución-reconocimiento en la economía popular”, RevIISE, Vol. 13, Año 13, Dossier Las (re)configuraciones del trabajo y el empleo, ISSN: 2250-5555, Argentina | www.reviiise.unsj.edu.ar

OIT. (2015). “Transición a la economía formal en América Latina y el Caribe”, FORLAC, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

Páez Pareja, José Ramón (2014) “Serie Estudios sobre la economía popular y solidaria Contextos de la <Otra Economía>”, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Quito.

Puig, Carlos comp. (2016) “Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas”, Universidad del País Vasco.

Silva Mariños, Lisandro (2020) “¿trabajos esenciales pero no reconocidos? Una mirada desde la economía popular frente a la pandemia de Covid-19”, Núcleo básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt – CONICET) N° 35, Vol. XXI, Santiago del Estero, Argentina, ISSN 1514-6871.

Tobar, Javier comp. (2018) “Cauca, café con raíces: caficulturas, agroecología y economía social y solidaria”, Editorial Universidad del Cauca, Colombia.

Yin, R.K. (1993). Applications of Case Study Research, Applied Social Research Methods Series (Vol. 34), Newbury Park, CA, Sage.

Referencias

Ley N° 6.376 de Promoción de la Economía Social, Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
<https://boletinoficial.buenosaires.gob.ar/normativaba/norma/538067>

Observatorio de Desarrollo Humano, Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoibNTY2OGJiYTltODk2Ni00ZjMyLTg1ZmItYzlmMzUwN2FiNjU5liwidCI6IjIzNzc0NzJLTgwMDQtNDY0OC04NDU2LWJkOTY4N2FmYTE1MCIsmMiOjR9>

Resolución de Asistencia Técnica N° 13-GCABA-SSDPH/22 y modificado por la N° 10-GCABA-SSDPH/23.

en

https://boletinoficial.buenosaires.gob.ar/normativaba/norma/663912?utm_source=chatgpt.com

Anexos

Entrevista a hacedor de la política pública “Asistencia Técnica” (Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires)- Diciembre 2023:

¿Cuál es el objetivo principal del programa de Asistencia Técnica y cómo impacta en las Unidades Productivas?

El programa busca fortalecer a los emprendedores de los barrios populares, brindándoles herramientas para que puedan mejorar sus negocios, formalizarse y acceder a nuevas oportunidades. Muchos de ellos tienen talento y ganas de crecer, pero necesitan apoyo en áreas como digitalización, gestión financiera y trámites administrativos. A través de distintos talleres y consultorías, les damos ese acompañamiento para que puedan vender mejor, organizarse y ampliar su alcance. En 2022, nos enfocamos en brindar capacitaciones grupales en temas clave, mientras que en 2023 ajustamos la metodología para que fuera más personalizada y accesible, logrando mejorar los resultados y la participación.

¿Cuáles han sido los principales talleres ofrecidos dentro del programa y qué impacto han tenido?

En 2022, implementamos tres grandes líneas de trabajo. Los Talleres de Inclusión Digital se centraron en enseñar a los emprendedores a usar redes sociales, WhatsApp Business y herramientas de Google para potenciar sus negocios. Se realizaron 13 talleres en distintos barrios, pero notamos que la adopción de herramientas digitales fue baja: solo el 28% de los participantes creó un usuario de Instagram y solo el 27% aprendió a usar WhatsApp Business. También hicimos 21 Talleres de Formalización, donde trabajamos sobre monotributo, deudas y trámites fiscales, pero nos encontramos con que el 43% de los participantes no tenía interés en formalizarse, lo que nos mostró que había que reforzar la comunicación sobre los beneficios de la

formalización. Por otro lado, el Taller de Orientación al Emprendedor (TOE) tuvo 59 encuentros con 908 emprendedores, y nos ayudó a identificar que el 82% de ellos no estaba formalizado y que el 88% quería acceder a créditos.

En 2023, hicimos ajustes para mejorar la efectividad del programa. En los Talleres de Inclusión Digital, cambiamos la metodología de tres encuentros a clases individuales, lo que permitió que la cantidad de egresados aumentara en un 52%. También transformamos los Talleres de Formalización en Consultorías Contables, para que los emprendedores recibieran atención más personalizada en los CEDELes de cada barrio. Además, continuamos con los Talleres de Orientación al Emprendedor (TOE), que fueron clave para seguir entendiendo las necesidades de los emprendedores.

Hicimos un resumen de los principales datos de impacto que fueron los siguientes:

Durante 2022

13 talleres de Inclusión Digital

- 3 en Barrio 15
- 2 en Barrio 20
- 2 en Barrio Fraga
- 2 en Barrio Ricciardelli
- 2 en Barrio Rodrigo Bueno
- 1 en Barrio 21 24
- 1 en Barrio Cildañez

Cantidad de talleres realizados	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron	Cantidad total de UPs egresadas
13	2235	262	93

¿Es participativo?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
Siempre	110	50%
A veces	70	31,82%

Nunca	40	18,18%
Total	220	100%

¿Cumple con las actividades propuestas?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
Siempre	144	60,25%
A veces	52	21,76%
Nunca	43	17,99%
Total	239	100%

¿Creó usuario de Instagram?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	168	71,79%
Si	66	28,21%
Total	234	100%

¿Creó usuario de Facebook?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	30	52,63%
Si	27	47,37%
Total	57	100%

¿Aprendió a usar Whatsapp Business ?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	163	72,77%
Si	61	27,23%
Total	224	100%

¿Aprendió a usar herramientas de Google?	Cantidad de UPs	Porcentaje de UPs
No	157	78,11%
Si	44	21,89%
Total	201	100%

21 talleres de Formalización:

- 3 en Barrio 15
- 3 en Barrio 20
- 3 en Barrio 21 24
- 3 en Barrio Ricciardelli
- 2 en Barrio Fraga
- 2 en Barrio Soldati
- 1 en Barrio Rodrigo Bueno
- 1 en Barrio La Boca
- 1 en Barrio Lugano
- 1 en Barrio Cildañez

Cantidad total de talleres	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron
21	3807	280

De las 119 UPs contactadas, 50 UPs dijeron no estar interesadas, 27 UPs están interesadas en darse de alta en Monotributo y asesoramiento para el mismo, sin embargo, en ese lapso de tiempo cambió la modalidad de inscripción a Monotributo social, impidiendo poder avanzar con el proceso, 23 UPs manifestaron interés en cancelar deuda, ya sea de monotributo como de IIBB (con documentación adjunta), 4 UPs reclamaron que querían atención presencial, 2 UPs quieren darse de baja en monotributo, 2 UPs iniciaron el trámite pero no lograron darse de alta, 2 UPs quieren recategorizarse, 2 UPs tienen problemas con la facturación, 2 UPs quieren saber su situación impositiva, 5 UPs tienen consultas más generales o ya fueron asistidas por los CeDeLes.

TOEs

Barrio	Q TOEs realizados	Q de UPs que realizaron TOE
Barrio 15	11	205
Barrio 20	8	98
Barrio 21 24	8	110
Ricciardelli	7	98
Soldati	5	86
Fraga	5	52
Rodrigo Bueno	4	69
Cildañez	4	51
La Boca	2	32
Lugano I y II	1	11
Carbonilla	1	27
Inta	1	25
Otros	2	44
Total	59	908

Base de relevamiento mediante el TOE:

Dato	Porcentaje
UPs no formalizadas	82%
UPs con redes sociales	50%
UPs que quieren tomar crédito	88%
Elegibilidad para Formalización	61%
Elegibilidad para Inclusión Digital	61%
Elegibilidad para Educación Financiera	81%

De 331 emprendedores no formalizados detectados por el TOE, 151 UPs respondieron que no conocen las opciones que tienen, 94 UPs declararon que les interesa formalizarse pero no pudieron gestionarlo, 25 UPs respondieron que no les interesa y 61 UPs no respondieron.

De las respuestas sobre inclusión digital, el 61%, las usa para vender y el 39%, las usa para difundir.

Respecto a 2023,

Inclusión Digital:

- 3 en Barrio 15
- 4 en Barrio 20
- 4 en Barrio Fraga
- 4 en Barrio Ricciardelli
- 4 en Barrio Rodrigo Bueno
- 3 en Barrio 21 24
- 4 en Barrio Soldati

Cantidad de talleres realizados	Cantidad total de UPs convocadas	Cantidad total de UPs que asistieron	Cantidad total de UPs egresadas
26	6675	195	195

42 consultorías contables:

Barrio	Cantidad consultorías realizadas	Cantidad de UPs que asistieron
Barrio 15	9	46
Barrio 20	7	71
Soldati	5	42
Barrio 21-24	5	27
Ricciardelli	6	33
Rodrigo Bueno	4	29
Fraga	5	25
Carbonilla	1	12
Total	42	285

TOE:

Barrio	Cantidad de TOEs realizados	Cantidad de UPs que realizaron TOE
Barrio 15	6	59
Barrio 20	4	23
Barrio 21 24	5	35

Ricciardelli	6	25
Soldati	7	42
Fraga	5	22
Rodrigo Bueno	5	24
Cildañez	1	2
La Boca	1	4
Lugano I y II	1	3
Otros	4	31
Total	45	270

Relevamiento de “emprendedor promedio” a partir del TOE:

Tiene 43 años, es de Villa Soldati. Emprende para tener una fuente de ingresos o complementar la que ya tiene. Tiene en promedio nivel secundario completo. Es mujer y vende más por Facebook, seguido muy de cerca por Instagram.

¿Qué resultados han obtenido en términos de participación y efectividad de los talleres?

En 2022, logramos llegar a una gran cantidad de emprendedores, pero identificamos desafíos en términos de participación y adopción de herramientas. En los Talleres de Inclusión Digital, la asistencia fue buena, pero la cantidad de emprendedores que realmente incorporaron las herramientas digitales fue baja. En los Talleres de Formalización, logramos contactar al 41% de las UPs participantes, pero casi la mitad no mostró interés en regularizarse. En los TOE, pudimos ver que muchos emprendedores querían acceder a financiamiento pero no tenían información suficiente para hacerlo.

En 2023, con los cambios implementados, logramos mejorar la participación y la efectividad de las capacitaciones. En Inclusión Digital, pasamos de 13 a 26 talleres, y la nueva metodología permitió que más emprendedores completaran el proceso. En Formalización, la transformación en Consultorías Contables ayudó a mejorar la asistencia, con 42 consultorías realizadas y 285 emprendedores asistidos. Además,

seguimos con los TOE, donde participaron 270 emprendedores, consolidando el programa como un espacio clave de formación y diagnóstico.

¿En qué barrios se implementó el programa y cuál fue su alcance?

En 2022, el programa se llevó a cabo en barrios como Barrio 15, Barrio 20, Barrio Ricciardelli, Barrio Rodrigo Bueno, Barrio Soldati, Barrio Fraga y Barrio 21-24, entre otros. En total, convocamos a más de 3.800 emprendedores en los distintos talleres.

En 2023, mantuvimos y ampliamos la presencia del programa, llegando a más emprendedores y ajustando las estrategias. En total, en los Talleres de Inclusión Digital convocamos a 6.675 UPs, en las Consultorías Contables atendimos a 285 emprendedores y en los TOE participaron 270 personas. La descentralización de las actividades y la realización de encuentros en los CEDELes permitieron que el programa llegara de manera más cercana a los barrios.

¿Qué estrategias han implementado para mejorar la continuidad y el impacto del programa?

En 2022, probamos una metodología de talleres grupales, pero nos dimos cuenta de que algunos formatos no estaban funcionando tan bien como esperábamos. Por ejemplo, en Inclusión Digital, los tres encuentros en días separados hacían que muchos emprendedores abandonaran antes de terminar el proceso. Por eso, en 2023 cambiamos a clases individuales, lo que ayudó a mejorar la tasa de egreso en un 52%.

Otra estrategia clave fue la transformación de los Talleres de Formalización en Consultorías Contables, para que los emprendedores recibieran asesoramiento según su caso particular. Esto permitió que los encuentros fueran más efectivos y resolvieran dudas puntuales de cada emprendedor.

Además, acercamos el programa a los barrios, utilizando los CEDELes como puntos de referencia. Esto ayudó a que los emprendedores sintieran mayor confianza y comodidad a la hora de hacer consultas sobre temas fiscales y administrativos.

¿Cuáles son los desafíos que aún enfrentan y qué medidas consideran para el futuro del programa?

Uno de los principales desafíos sigue siendo la adopción de herramientas digitales. A pesar del esfuerzo en los talleres, muchos emprendedores aún no incorporan redes sociales o WhatsApp Business como parte de su estrategia de ventas.

Otro desafío es la formalización. En 2022, vimos que un porcentaje importante de los emprendedores no estaba interesado en registrarse en el monotributo. En 2023, logramos mejorar la asistencia con las Consultorías Contables, pero sigue habiendo un sector que necesita más información y acompañamiento en este proceso.

Para el futuro, queremos seguir mejorando la forma en que llegamos a los emprendedores, asegurarnos de que los contenidos sean accesibles y reforzar la comunicación sobre los beneficios de la formalización y la digitalización. También buscamos fortalecer la conexión con otras oportunidades, como financiamiento y acceso a nuevos mercados, para que los emprendimientos puedan seguir creciendo de manera sostenible.

Entrevista a informante de la mentoría “Multiplicar Valor”

Diciembre 2023.

¿Cómo se estructuró la mentoría?

El propósito principal del programa se centró en brindar apoyo y orientación a emprendedores a través de un proceso de mentoría con el objetivo de fortalecer la gestión y mejorar las estrategias de comercialización de sus iniciativas productivas. Para alcanzar esta meta, se diseñó una metodología de trabajo basada en tres módulos fundamentales, cada uno enfocado en un aspecto clave para desarrollar sus emprendimientos.

El primer módulo abordó la planificación, proporcionando herramientas para definir objetivos claros, estructurar planes de acción y optimizar la organización de los proyectos. El segundo módulo se enfocó en la comercialización, con el fin de mejorar las estrategias de venta, promoción y posicionamiento en el mercado, ayudando a los emprendedores a ampliar su alcance y fortalecer su presencia ante potenciales clientes. Finalmente, el tercer módulo estuvo orientado a la administración, brindando conocimientos esenciales sobre la gestión financiera, la optimización de recursos y la toma de decisiones estratégicas para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de los emprendimientos.

A través de este enfoque integral, el programa no solo buscó potenciar las capacidades individuales de los participantes, sino también generar un impacto positivo en la consolidación y expansión de sus proyectos productivos.

¿Cómo resultó el impacto del programa?

Cuándo les preguntamos a los emprendedores sobre “¿Cuál es tu plan de acción en el corto plazo para tu negocio?” pensaron en:

Diversificar: “Lanzar nuevos productos”; “Estoy haciendo otro curso de lencería para producir otras cosas”; “Incorporar nuevos productos”; “Lanzar productos exclusivos”; “Armar una colección de vestidos "ready to wear", con stock”

Mejorar o ampliar los espacios de trabajo: “Acomodando mi casa para trabajar mejor”; “Mudarme a un local”; “Quiero poner a punto un local de insumos”; “Ahora estoy por mudarme, para poder tener un nuevo espacio propio para atender a mis clientes”; “Necesito más infraestructura, para separar el taller de mi habitación”; “Mejorar el local”; “Estoy en búsqueda de un local ya que trabajamos únicamente con carros rodantes”; “Cambiar las cocinas”; “Abrir local”; “Ampliar el negocio”

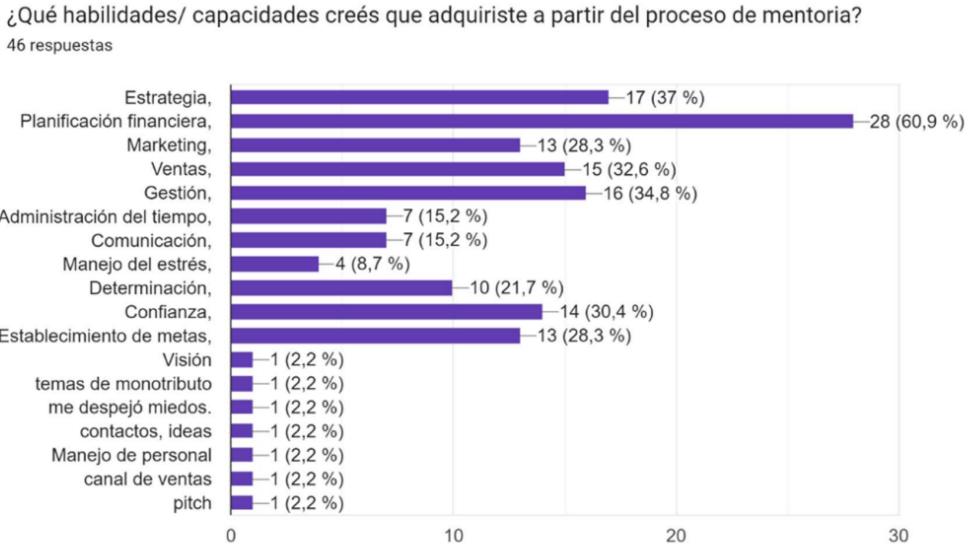
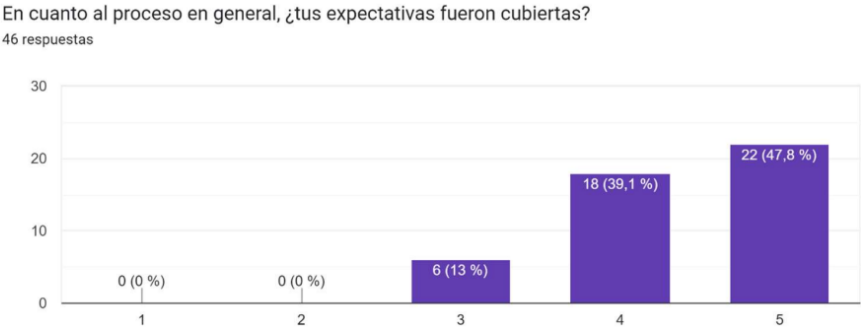
Ampliar la red de contactos: “Hacer alianza con una panadería del barrio para la compra de materia prima”; “Ampliar la red de contactos, contactar más ferias, concretar alianzas”; “Buscar ferias nuevas, generar alianzas de difusión”.

Expansión: “Continuar incorporando puntos de venta, como el de Distrito Arcos”; “Expandirme, para incluir otros barrios con entrega con delivery”.

Estrategias de difusión y comercialización: “Quisiera activar y concretar pedidos a través de las redes”; “Repartiendo afiches, tarjetas para difusión”; “Tener la exhibición de sus productos en forma profesional y la página web”; “Armar campañas con chat automatizado y continuar con las campañas de anuncios que inicié en el proceso de mentorías”; “Mejorar la calidad del producto para ofrecerlo en nuevos mercados a través de apps de delivery”; “Publicar en Instagram”; “Hacer promociones, folletos,

contratar ayudante, armar IG”; “Implementar ventas por redes sociales, armar folletos para las ferias”; “Hacer promociones con varios productos para fechas especiales”.

Te comparto también algunos gráficos de satisfacción del programa que evaluamos al finalizar la mentoría.

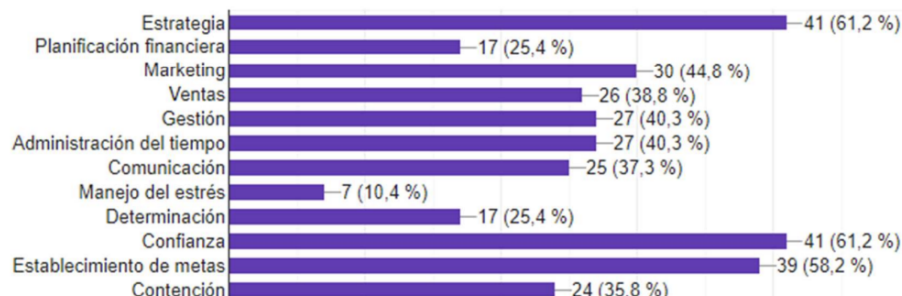


Respecto a los mentores (las empresas participantes)

Tuvimos el siguiente cuadro de impacto:

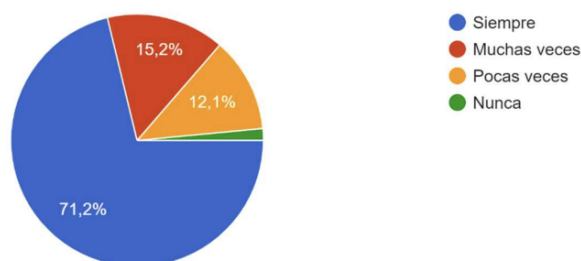
¿Cuál fue el aporte mas importante que pensás que hiciste al emprendedor y su negocio?

67 respuestas



¿El emprendedor se mantuvo interesado en las reuniones?

66 respuestas



El recorrido realizado en el proyecto durante los módulos 1 y 2, permitió identificar la necesidad de modificar la estrategia de cara al módulo 3 para garantizar la participación y compromiso de los y las participantes. Así, tuvieron una diversidad de posibilidades de horarios para participar en los talleres, con dinámicas participativas y espacios de intercambio y consulta.

De acuerdo al análisis de las relevadoras, pudimos destacar 3 tipos de necesidades identificadas:

Necesidades económicas (crédito/subsidio/subir ventas)

Necesidades edilicias (quienes quieren tener local o cambiarlo)

Necesidades de difusión/alianzas.

En relación a este último punto propusimos una posible solución aplicable, armando grupos de trabajo englobados por afinidad (segmento de clientes complementario) que consiste en 3 semanas de trabajo en las que se crearán y difundirían contenidos en

whatsapp o Instagram, según lo que cada emprendedor utilice, y se relevarán resultados obtenidos y su impacto.

Te comparto un esquema de trabajo que pensamos en este marco:

Primera semana - Evaluar los perfiles de los emprendimientos para definir los grupos por complementariedad y cercanía.

Segunda semana - Generar un contacto mediante whatsapp (escrito) proponiendo una idea simple de difusión conjunta (para estados de whatsapp/reels, según utilicen) y dejando abierta la posibilidad a que puedan hacer otro tipo de colaboraciones entre sí, y en algunos casos sugiriéndolas.

Tercera semana - Se contacta de forma escrita y breve para relevar la experiencia (si pudieron hacerlo y si fue positivo). Posible instancia de informe sobre los resultados.

¿Cuáles fueron los aprendizajes de cara a detectar las oportunidades de mejora para siguientes ediciones?

En general los comentarios de los emprendedores fueron positivos respecto al proceso transitado. Expresaron algunas propuestas que relevamos:

No poner el foco en cuestiones personales o generar un espacio 1 a 1: “Algunas personas hablaban de temas muy puntuales y personales y no dejaban a los profesores explicar o interrumpían mucho. Algunos encuentros fueron más tiempo hablando de problemáticas personales de cada alumno que de clase en sí”; “Sean más personalizados con los emprendimientos y ajustados con los niveles de cada emprendimiento”.

Mayor cantidad de ejemplos y casos concretos, que complementen los conceptos presentados: “Los talleres tienen que abordar casos concretos y no tan genéricos. Con ejemplos más claros y puntuales”.

Acompañamiento con financiamiento: “Incorporar créditos para ayudarnos para la compra de maquinarias”.

Continuidad del proceso: “La continuidad de este programa de mentoría con nuevas etapas de capacitación y seguimiento de los emprendedores y nuestros emprendimientos”.

Espacios prácticos para conocer cómo realizar trámites: “Explicar cómo realizar los trámites, porque por ejemplo nos explicaron las categorías del monotributo pero no cómo hacer el trámite”.

Por su parte, los mentores y consultores que participaron de los diferentes módulos manifestaron estar muy satisfechos con el proceso llevado a cabo en todos los casos que acompañaron.

En relación con aspectos a mejorar del proceso se pueden destacar 4 principales temas: enfoque más personalizado, tiempos, seguimiento e información previa.

ENFOQUE MÁS PERSONALIZADO:

“Sería altamente beneficioso contar con un enfoque más personalizado, donde cada individuo tenga acceso a un mentor que comparta intereses emprendedores similares. Esta cercanía entre mentor y emprendedor, o incluso entre emprendedores afines, permitiría una optimización del tiempo y una mayor facilidad en el proceso”; “Se debe de trabajar los procesos internos que llevan a emprender. El conocimiento personal de cada uno es fundamental para saber transitar este camino”; “El proceso es sólido. En momentos es grande la distancia entre la teoría y la realidad del emprendedor con lo cual hay que adaptarlo”.

LOS TIEMPOS: “Tal vez el tiempo de los encuentros, en vez de 1 encuentro cada 15 días 1:30 hs, podría ser 45 minutos por semana o que sean flexibles al mentoreado”; “Encuentros más cercanos en tiempos” “Más tiempo de mentoría” “Más tiempo de mentoría para trabajar ejemplos y poder aplicar los temas a su proyecto”

SEGUIMIENTO: “Creo que el programa está muy bien estructurado desde la selección inicial de los emprendedores hasta la guía de apoyo para los mentores. Lo único que si reforzaría son reportes de progreso al final de cada encuentro para tener un mejor seguimiento general y para que el emprendedora también tenga más compromiso con el proceso”; “Propondría tener algún encuentro a futuro, para no perder el contacto, y evaluar evolución o ayuda adicional”; “Tener mayor visibilidad de cómo aplican los nuevos conocimientos los mentorados”.

INFORMACIÓN PREVIA: “Yo no pude participar en la reunión previa donde explicaban las mentorías. Me hubiera gustado que alguien se comunicara conmigo para explicarme el proceso”; “La comunicación, me llamaron un viernes para empezar un lunes, sin antes darme información sobre el proceso en general y quiénes serían los emprendedores y sus proyectos”; “La información previa. Pude acceder al manual luego del segundo encuentro”; “La información previa sobre lo que se espera del mentor”; “Sí, el haber tenido que improvisar mucho durante el mentoreo. No estuvo el todo planificado/organizado”; “Poder acompañar sabiendo un poco más a que se dedica y cuál es su problemática de antemano”

Otros temas que surgieron como sugerencias fueron: “Un encuentro presencial a modo de inicio”; “Agregar videos tipo charlas TED de temas comunes para micro emprendedores, de lectura obligatoria”; “Me parece que está super ordenado y el manual de mentoría muy completo. Haría mayor hincapié en manejos de redes sociales y formas de comunicación en esos medios”; “Quizás armaría equipos de 2 mentores, que puedan complementar sus especialidades”.

Entrevista a informante de la mentoría “Mujeres Argentinas Emprendedoras”

Diciembre 2023.

¿Cómo se estructuró la mentoría?

Fue un curso de formación de emprendedoras que tuvo como objetivo abordar nociones centrales para estructurar un emprendimiento, comenzando con la identificación de oportunidades, la modelación del negocio, la comprensión de los condicionantes de la industria, los aspectos legales y financieros, hasta el desarrollo comercial del proyecto. El Programa buscó promover el desarrollo de habilidades emprendedoras, desde sus intereses y proyectos personales, desplegando su talento y su potencial creativo e innovador, apostando a la creación de empresas como alternativa atractiva frente al empleo por cuenta ajena.

Cada curso consiste en 6 encuentros de 2 horas de duración cada uno y su contenido se estructura de la siguiente manera:

- Módulo 1: Cómo empezar a emprender. ¿Cuáles son las habilidades fundamentales de una emprendedora? ¿Cómo descubro mi idea de negocio? Modelo de negocio
- Módulo 2: La planificación financiera de tu proyecto
- Módulo 3: ABC legal y contable para empezar a emprender
- Módulo 4: Marketing digital y aspectos comerciales.
- Módulo 5: Merecer el éxito de tu emprendimiento
- Módulo 6: Mi pitch de negocios

¿Cómo resultó el impacto del programa?

Tras la finalización de cada curso, consultamos a las emprendedoras por sus experiencias y aprendizajes. Estas fueron algunas de sus respuestas:

- “Fue muy emocionante conectarme con otras mujeres que también emprenden y conocer sus historias”.
- “Lo que más me gustó fue aprender sobre números, nunca había pensando sobre cómo fijar el precio de mis productos”.
- “La sesión de marketing y redes fue muy buena. Hoy no tengo Instagram y mi próximo desafío es hacerme uno para poder vender más”.
- “Fue muy importante hablar sobre merecernos el éxito. Me pasa muy seguido de no creer que voy a poder vender lo que hago y eso me afecta a la hora de tener mi negocio”.
- “Ojalá se repitan estas capacitaciones y puedan llegar a más mujeres. Fue muy interesante todo lo que vimos y aprendimos”.

¿Cuáles fueron los aprendizajes de cara a detectar las oportunidades de mejora para siguientes ediciones?

A lo largo de estos meses, y tras el tiempo compartido con las emprendedoras asistentes a los cursos, los aprendizajes han sido muy valiosos y permiten la retroalimentación para el armado de nuevos talleres o bien nuevas acciones dirigidas al público emprendedor femenino.

Entre las lecciones aprendidas se destacan:

1. Horarios de las sesiones: se advierte que un número de emprendedoras asistía tarde a las jornadas o bien debía retirarse antes de que finalicen. Se sugiere para evitar estos inconvenientes convocar a las asistentes con media hora o 15 minutos de anticipación al comienzo de cada sesión. Asimismo, previo al comienzo de cada taller se sugiere realizar un pequeño sondeo con las emprendedoras para conocer su disponibilidad horaria y así ajustar las sesiones para favorecer la asistencia.
2. Datos de contacto e información sobre las emprendedoras: para favorecer la recolección de datos de contacto e información sobre las emprendedoras se sugiere repartir al comienzo de cada sesión una planilla para que las emprendedoras puedan completar. Esto fue adoptado a lo largo de los talleres una vez que se advirtió que sería la mejor manera de obtener la información.
3. Asistencia con hijos o nietos a los cursos: muchas emprendedoras asisten a los

encuentros con sus hijos y nietos por no tener con quien dejarlos durante el dictado de los talleres. Se advierte una gran comprensión y empatía de todas las asistentes con la presencia de los menores en los talleres. Sin embargo, algunas madres o abuelas pueden ponerse un poco nerviosas por estar al cuidado de los niños y ello interrumpe su concentración en el curso. Por eso, se sugiere para futuros cursos la presencia de una persona que pueda cuidar, entretener y hasta enseñar a los niños presentes, aprovechando la oportunidad para generar espacio de enseñanza y esparcimiento para los menores.

4. Pitch: la oportunidad del pitch ha sido sumamente valiosa para todas las asistentes. Para muchas de ellas era la primera vez que hablaban en público. Todas se sintieron muy conmovidas y satisfechas con sus intervenciones y resultó una gran actividad para conectarse entre ellas. Tras la finalización del pitch, cada emprendedora recibió su video para poder verse y escucharse. Esto fue muy valorado y agradecido por todas las emprendedoras. El pitch también fue utilizado como una oportunidad para que las asistentes pudieran mostrar sus productos y servicios. Nuevamente ello fue muy bien recibido por los distintos grupos y en muchas ocasiones se generaron alianzas entre las emprendedoras para potenciar sus proyectos.

5. Extensión y diversidad de temáticas tratadas: el curso se destaca por su diversidad de temas, desde negocios, hasta finanzas, pasando por legales, contabilidad, marketing y coaching. Se brindan herramientas duras y blandas para que las emprendedoras puedan independizarse y crecer con sus proyectos. La extensión del curso ha sido un punto a destacar, en tanto permite que se genere comunidad entre las asistentes, que se conozcan, sin resultar demasiado largo, impactando en la asistencia. Por lo contrario, la asistencia a los talleres ha resultado siempre buena y los números de emprendedoras participantes se han mantenido a lo largo de las distintas sesiones.

6. Grupos de WhatsApp con emprendedoras: en algunos barrios y para favorecer las comunicaciones con las emprendedoras se realizaron grupos de WhatsApp en donde participaban las asistentes al curso, junto a personal del GCBA. Estos grupos permitieron una mejor comunicación con las emprendedoras para anticiparles el contenido de cada sesión y recordarles la importancia de su asistencia. Asimismo, ha sido una vía de contacto con las emprendedoras para pedirles datos de contacto e información pendiente. Los grupos se mantienen abiertos al día de hoy y las emprendedoras los aprovechan para compartir sus proyectos y exponer sus inquietudes, esto favorece a la creación de comunidades emprendedoras que siempre sirven para apalancar los proyectos individuales.

7. Ferias para emprendedoras: en líneas generales las emprendedoras manifiestan la importancia de la realización de ferias emprendedoras como espacios para que puedan dar a conocer sus productos y servicios, llegar a nuevos clientes y poder aumentar sus ventas.

Sería interesante explorar la posibilidad de que cada taller finalice con la realización de una feria emprendedora para que las emprendedoras puedan dar a conocer sus proyectos y así aportar a la activación de sus ventas. La feria emprendedora también puede ser una oportunidad para ver en acción a las emprendedoras y ayudarlas a perfeccionar sus técnicas de venta.

8. Entrega de certificados a las asistentes: al finalizar el dictado de los seis cursos se brindó la realización de un acto de entrega de certificados en donde asistan todas las emprendedoras participantes, docentes y autoridades. El objeto es generar un espacio de reconocimiento para las emprendedoras que han asistido al curso, otorgando menciones especiales a quienes se han destacado en su participación y en el pitch.

Este encuentro favorece la generación de la comunidad emprendedora y premia el merito de las emprendedoras que eligen formarse para crecer con sus proyectos.

9. Visibilizar en la comunidad los cursos dictados y el trabajo realizado por las emprendedoras: el nivel académico del curso y de las docentes que lo dictan es digno de universidades de primer nivel. El compromiso de las emprendedoras que asisten y el impacto que tiene en ellas y en sus proyectos asistir al curso es sin duda un mensaje que merece ser transmitido y visibilizado a la comunidad en general. No solo para mostrar la importancia de las tareas que se realizan a nivel gubernamental sino también como una oportunidad para mostrar el trabajo del ecosistema emprendedor femenino y la importancia del mismo para la reactivación de la economía nacional en general.

10. Acciones futuras para las asistentes: es importante, y así fue receptado de las emprendedoras asistentes al curso, la realización de acciones con posterioridad a la finalización de cada curso. Ello con el objetivo de continuar con el acompañamiento a las emprendedoras y brindarles las herramientas que necesitan en cada etapa de su proyecto.

Para ello se sugiere, en un futuro, la realización de reuniones de seguimiento bimestrales para conversar con las emprendedoras sobre sus inquietudes y problemáticas, de manera tal que los aprendizajes del curso no se pierdan y puedan capitalizarse a largo plazo.

Entrevista a informante de la mentoría “Academia de emprendedores”

Diciembre 2023:

¿Cómo se estructuró la mentoría?

El proyecto se diseñó y ejecutó en 4 etapas diferenciadas. En la primera etapa o Etapa 1, se puso el foco en la planificación y diseño del programa, y en la convocatoria de participantes o beneficiarios. Es decir, emprendedores y emprendedoras que lideran Unidades Productivas de la Economía Social y Popular, vecinos de 3 barrios y alrededores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que fueron definidos en el proceso por la Dirección de Economía Social y Popular del Gobierno de la Ciudad. Durante la segunda etapa o Etapa 2, se trabajó en la conformación de los grupos de aprendizaje, de las duplas pedagógicas y del diseño del material correspondiente. La tercera etapa o Etapa 3, se concentró en el desarrollo de los ciclos de formación propiamente dichos y el acompañamiento a las y los emprendedores participantes.. Mientras que la última etapa o Etapa 4, se destinó al análisis de lo ocurrido y la elaboración de un informe final de cierre con información cuanti y cuali.

Desarrollo del programa

Módulo #1 - Oportunidad de Negocio. Los primeros días del mes de agosto, se pusieron en movimiento los talleres de la Academia Emprendedora en cada uno de los 3 barrios.

Módulo #2 - Gestión Comercial. El segundo módulo se desarrolló durante el mes de septiembre. Además de buscar sostener la participación de las y los emprendedores que asistieron al primer módulo, nos propusimos sumar nuevos participantes para el comienzo de este segundo módulo. Por ello, se trabajó con las mismas bases proporcionadas oportunamente por Ciudad y se volvió a generar una invitación especial, con flyer y mensaje. Se destacaron los temas a trabajar en el nuevo módulo de gestión comercial: Comunicación Efectiva para atraer a los clientes; Técnicas de ventas para convertir cada contacto en una oportunidad; Estrategias marketing y Redes Sociales; y Cómo poner precio a nuestros productos/servicios.

Módulo #3 - Gestión Financiera. Para el tercer y último módulo, que tuvo lugar durante el mes de octubre, se continuó con la misma metodología. Por un lado, se reforzó la convocatoria con nuevos flyers y mensajes con el contenido específico del nuevo módulo, vinculados principalmente a: La economía familiar y la economía del negocio, ¿Por qué gano dinero y nunca me alcanza? Entender los costos, el inicio de todo, y ¿Cómo hago para tener dinero cuando lo necesito?

Cierre.

En esta clase de cierre, se repasaron los temas que se fueron viendo durante todo el ciclo, con el objetivo de afianzar los conocimientos compartidos y adquiridos. También, se hizo un relevamiento a viva voz de que fue lo que cada uno destacaba como aprendido y que se llevaba de este ciclo.

Aquí se comparten algunas frases y comentarios que pusieron de manifiesto:

- Invertir y ,separar los gastos del negocio de lo personal
- Atención al cliente
- Costos fijos vs. costos variables
- Propuesta de valor
- Temas financieros (no dar a crédito plazos largos)
- Estrategia de ventas
- Tener listado de clientes y atención a sus necesidades
- Mejorar el negocio a la vista del cliente
- Fijarse en el vencimiento del producto que no sea a muy corto plazo
- Promocionarse entre Emprendedores, que todos conozcan nuestros productos
- Ponerse en el lugar del cliente
- Manejar mejor los ingresos
- Observar el mercado constantemente
- el F.O.D.A.
- Aprender la Propuesta de Valor del producto
- Se generó Red entre emprendedores y también amistades, lindo el grupo que se logró
- Aprender Costos para presupuestar grandes cantidades del producto
- Luego de haber participado en varios cursos de Costos, ¡al fin lo aprendí!

¿Cómo resultó el impacto del programa?

Respecto a los resultados del proyecto, y desde un enfoque cuantitativo, de acuerdo a la cantidad de inscripciones registradas durante el proceso de difusión y convocatoria, unas 283 personas, la expectativa que se tenía de cantidad de participantes era más alta de la que se concretó en el lanzamiento del programa. En la primera clase, concurrieron 17 personas por Barrio 20, 18 por Ricciardelli y 13 por Barrio 15.

el Módulo 1 arrojó un total de asistencias y graduados:

- Barrio 20: Asistentes 26 / Graduados 11
- Ricciardelli: Asistentes 29 / Graduados 12
- Barrio 15: Asistentes 29 / Graduados 13

Módulo 2, el total de asistencias y graduados computados fueron:

- Barrio 20: Asistentes 27 / Graduados 17
- Ricciardelli: Asistentes 34 / Graduados 18
- Barrio 15: Asistentes 25 / Graduados 17

Como se aprecia en la comparación entre asistentes y graduados del Módulo 1 y el Módulo 2, si bien el impacto en cantidad de asistentes no difiere mucho, si se observa un incremento de alrededor de un 50% de graduados. Se estima que esta mejora en el número de graduados se debe a que con el correr de los encuentros y el vínculo desarrollado entre capacitadores, gestores comunitarios y participantes, y participantes entre sí, se fue generando un mayor compromiso por parte de quienes asisten a los talleres.

Por otra parte, se destaca que más allá del compromiso, cada grupo fue sosteniendo y aceptando sus características particulares.

Módulo 3, el total de asistencias y graduados computados fueron:

- Barrio 20: Asistentes 15 / Graduados 11
- Ricciardelli: Asistentes 29 / Graduados 18
- Barrio 15: Asistentes 24 / Graduados 20

Estos números, nos dejan ver que tanto en Barrio Ricciardelli como en Barrio 15, ambos barrios con mayor actividad emprendedora y con un perfil de participantes más

activos y desarrollados, las asistencias y número de graduados se sostuvieron en los niveles alcanzados en el segundo módulo. Mientras que en el Barrio 20, mermaron al nivel del módulo 1. Al trabajar con un perfil en situación más precaria, sostener la asistencia durante tanto tiempo resulta más difícil.

¿Cuáles fueron los aprendizajes de cara a detectar las oportunidades de mejora para siguientes ediciones?

Se logró sostener el nivel de asistencia durante todo el proceso. Dato no menor, dado que se trató de ciclos de 3 meses de duración. Y al perfil de los participantes, personas que viven en situaciones de alta vulnerabilidad por lo que surgen día a día urgencias e imprevistos que muchas veces les impiden darle continuidad al proceso. Para contrarrestar esto último, parte de las estrategias que se definieron al momento del diseño del programa, fue dividir el proceso en 3 módulos. De modo que el auditorio pueda renovarse y/o reiniciarse cada 4 encuentros.

Desde una mirada más cualitativa, las devoluciones de las personas que participaron en las capacitaciones fueron muy buenas. Quienes asistieron reflejaron interés en cada encuentro y ganas de aprender y adquirir nuevas herramientas que los ayuden a fortalecer y hacer crecer sus negocios. Compartimos a modo de ejemplo, algunos testimonios en primera persona que recibimos por parte de quienes transitaban estos ciclos:

“Aprendí mucho sobre costos, presupuestos, como para seguir con el emprendimiento.”

“Aprendí a dar más valor a mi emprendimiento, el costo total con mayor eficacia, los valores del producto con los clientes, a separar los gastos familiares y así poder tener más entradas en el ingreso, a organizarse como cabeza de organización, y a empoderarme como responsable. ”

“Aprendí a desarrollar más autenticidad, a organizar mejor mis ingresos, a valorar mi tiempo, a dar mejor mis ofertas mirando mi entorno, diferenciar mi producto, observar constantemente el mercado donde trabajo. Me llevo mucho aprendizaje sobre finanzas. ”

“Me llevo como aprendizaje las distintas ideas que nos daban los profes para poder avanzar con el emprendimiento. Fueron aprendizajes intensos, donde aprendimos a

separar el emprendimiento de los gastos personales para manejar nuestros ingresos. Aprendí a observar a los competidores. ”

“Aprendí a controlar el dinero, que mi entrada laboral no se mezcle con los gastos de mi casa, y a gastar menos de lo que gano. Aprendí a manejar mejor mis ingresos y mejorar los costos y servicios. Llevo lo aprendido para mejorar. ”

“Expandí mi conocimiento acerca de cómo administrar mis ingresos, ver las formas, métodos para crecer en lo que me dedico. Ahora pienso dedicar más tiempo y energía en aplicar todo lo aprendido porque fueron muchísimos aprendizajes. ”

“Me llevo lo compartido, el valor de mi propio trabajo y el de mis compañeros. El autoconocimiento es importante, conocer los ingresos que uno tiene y cómo hacerlo crecer, administrarlo es parte del conocimiento personal y profesional. Super feliz y agradecida con todos los que conforman Creer Hacer. Gracias.”

“Aprendí que para tener un emprendimiento, lo primero es tener una idea, controlar los costos en base a esa idea, crear mi logo, tomar fotos, estar al día con los precios de Mercado y siempre estar informada. Manejar mejor los ingresos y aplicar el F.O.D.A. Me llevo información, buenos recuerdos, también sus buenas explicaciones y consejos. ”

“Aprendí mucho sobre costos, valor del emprendimiento, y conocí muchos emprendimientos. Me voy con muchas ganas de salir adelante. Me llevo mucho aprendizaje para seguir creciendo en la vida del emprendedor. Nada que mejorar. Me gustaron los dos profes. Para el próximo material impreso. Muy bien el horario, siempre a la tarde.”

“Aprendí a conocer mejor mi emprendimiento y darle valor. Sacar los costos y dividir mis ingresos (Negocio y Casa). Me llevo un lindo grupo de compañeros emprendedores, muy variados y del mismo rubro y el seguimiento virtual. Me gustaría llevarme las clases en un libro o manual del curso. Incorporar manejo de Excel y un proximo modulo.”

Cuestionario TOE

TALLER DE ORIENTACIÓN AL EMPRENDEDOR

QUEREMOS CONOCERTE UN POCO MÁS.

COMPLETÁ EL SIGUIENTE FORMULARIO Y CONTANOS

CUIT:

Teléfono:

1. ¿Tu actividad comercial está formalizada? Es decir, ¿estás inscripto/a en algún impuesto?

☐ Sí

☐ No

1.1 En caso de responder no, ¿por qué?

☐ No me interesa

☐ No conozco las opciones que tengo

☐ Me interesa, pero no pude gestionarlo

☐ Otro motivo. Especificar:

2. ¿Tu emprendimiento tiene redes sociales?

☐ Sí

☐ No

2.2 Si tenés redes sociales, ¿para qué las usas?

☐ Difundir (sólo publicidad)

☐ Vender

☐ Otro uso. Especificar:

3. Si tuvieras que decir por cuál canal vendes más:

☐ Por redes sociales

☐ Por otros medios

4. Si vendés por canales online, ¿cuáles son? Podés elegir más de uno.

☐ Facebook

☐ Instagram

☐ Tienda Nube

☐ Mercado Libre

☐ Otro. Especificar:

5. ¿Cuáles son tus canales de comercialización? es decir, ¿por dónde vendes?

- ☐ Venta por Whatsapp
- ☐ Venta por redes sociales
- ☐ Venta en local o negocio
- ☐ Venta en ferias
- ☐ Venta a Gobierno de la Ciudad/otros Gobiernos
- ☐ Venta a empresas
- ☐ Venta a domicilio
- ☐ Otros. Especificar:

6. ¿Creés que te serviría tomar un crédito para seguir desarrollando y/o expandiendo tu emprendimiento?

- ☐ Sí
- ☐ No

7. ¿Qué formación te gustaría o crees necesario recibir para hacer crecer tu emprendimiento? Marcar del 1 al 3 teniendo en cuenta que el 1 es el más importante.

- **Herramientas digitales.** Comunicación, manejo de redes sociales, venta por Mercado Libre, foto digital de lo que vendo.
- **Formalización.** Facturación, Monotributo e Ingresos Brutos
- **Educación Financiera.** Organización de finanzas personales y del emprendimiento, nociones básicas para tomar créditos (condiciones, tasas y cuotas)

8. ¿Tenés alguna propuesta de capacitación que no esté incluida arriba que crean necesaria recibir en un futuro? Escribila.

.....

.....

.....

CONSENTIMIENTO Y AUTORIZACIÓN

AUTORIZO EN FORMA EXPRESA al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a sus dependencias con domicilio en la calle Avenida Piedra Buena 3280, C.A.B.A. A EDITAR, PUBLICAR Y DIFUNDIR EN MEDIOS DIGITALES, TELEVISIVOS, VÍA PÚBLICA Y MEDIOS GRÁFICOS EN GENERAL (PÁGINA INSTITUCIONAL, REDES SOCIALES, ENTRE OTROS) TODAS LAS IMÁGENES, SEAN FOTOGRÁFICAS O VIDEOS, QUE FUERON TOMADAS EN OCASIÓN DE LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES EN LA QUE SE INSCRIBE. DEJO CONSTANCIA QUE NADA PODEMOS RECLAMAR AL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES NI A SUS AGENTES, EN RELACIÓN A LA UTILIZACIÓN DE DICHAS IMÁGENES.

- ☐ Sí
- ☐ No

El GCABA tratará los datos personales de acuerdo a la Ley CABA 1845. El titular podrá solicitar la supresión o actualización de sus datos. El GCABA no cederá a terceros los datos recopilados. La Defensoría del Pueblo es el órgano de control de la Ley 1845. Ante cualquier duda ponerse en contacto al 147.



**Buenos
Aires
Ciudad**

