



Investigación diagnóstica descriptiva y  
sistematización de las prácticas de la experiencia  
de microcrédito con fines sociales.

**Informe Final  
TOMO II**

**Experta**

María Teresa Casalá

**Colaboradoras/es**

María Alba Fernández Pane

Humberto F. Zambón

Adriana Giuliani

Marcelo Moyano

María Bernarda Nantes

Marisa Fernanda Lipigual

Magdalena Van Houtte

Lucía Di Camillo

Oscar Campos

Francisco Mantilaro

Marcelo Moyano

Silvina Gordillo

**Asistencia Metodológica**

Maria Sol Ozino Caligaris de Chaneton

**Noviembre 2007**

**Provincia del Neuquén**



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.



**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**SECRETARIO GENERAL  
Ing. Juan José Ciáccera**



**PROVINCIA DEL NEUQUÉN**

**GOBERNADOR  
Don Jorge Omar Sobisch**

**SECRETARIA DE ESTADO GENERAL DE LA GOBERNACIÓN  
Don Rodrigo Salvadó**



**DIRECTOR PROVINCIAL  
Ing. Carlos Ciapponi**

**DIRECTOR GENERAL DE LA UNIDAD OPERADORA  
PROVINCIAL**

**Ing. Agr. Marcelo Soria Netto**

## ÍNDICE DEL TRABAJO

### TOMO I

#### INDICE

#### INTRODUCCIÓN

<b>1</b>	<b>MARCO REFERENCIAL: CONTEXTOS TEÓRICOS, METODOLÓGICOS E HISTÓRICOS</b>	
1.1	Concepto de Desarrollo .....	11
1.1.1	Índice de Desarrollo Humano, Desarrollo Sustentable, Desarrollo Local.....	11
1.1.2	Desarrollo a Escala Humana.....	17
1.1.3	Pobreza e Indigencia.....	20
1.2	Concepto de Economía.....	26
1.2.1	De la Economía Clásica a la “Otra” Economía: Economía Social, Solidaria y Popular.....	26
1.3	Estrategias Familiares de Vida en la lógica de Otra Economía.....	32
1.4	Una aproximación a las Políticas Públicas.....	38
1.4.1	Un acercamiento a las políticas públicas en Neuquén.....	41
<b>2.</b>	<b>CONTEXTO HISTÓRICO, POLÍTICO, SOCIAL Y ECONÓMICO</b>	
2.1	Contexto histórico, político, social y económico de Argentina en los últimos años en el marco mundial.....	45
2.2	Contexto histórico, político, social y económico a nivel provincial.....	53
2.3	Políticas públicas y empleo.....	61
<b>3.</b>	<b>MICROCRÉDITOS EN EL MARCO DE LAS FINANZAS SOLIDARIAS PARA OTRA ECONOMÍA</b>	
3.1	¿Qué son las Finanzas Solidarias? .....	69
3.2	Una Herramienta de las Finanzas Solidarias: Los Microcréditos.....	70
3.2.1	Metodologías de Microcrédito para la Otra Economía.....	71
3.2.2	Caracterización de las Instituciones de Microcrédito.....	72

3.2.3	Las características del grupo población que demanda los servicios de Microcrédito.....	74
3.2.4	Sustentabilidad de las acciones de Microcrédito .....	75
3.2.5	Componentes del Microcrédito.....	78
3.3	Unidad doméstica, microemprendimientos y microempresas.....	79
3.3.1	Tipos de microemprendimientos.....	82
3.3.2	Dificultades de los Microcréditos.....	84
3.4	Antecedentes históricos de Microcrédito.....	85
3.4.1	Antecedentes a nivel mundial.....	85
3.4.2	Instituciones en el mundo.....	87
	Grameen Bank.....	87
	Acción Internacional.....	90
	Fundación Internacional para la Asistencia Comunitaria (FINCA).....	91
3.5	Microcrédito en la Argentina.....	92
3.5.1	Los Orígenes del Microcrédito en la Argentina.....	92
3.5.2	Iniciativas no gubernamentales.....	94
	Fundación Emprender .....	95
	Banco Mundial de la Mujer (WWB Argentina).....	95
	Fundación Grameen.....	96
	Fundación Impulsar .....	97
3.5.3	Iniciativas Gubernamentales.....	97
	FONCAP S.A.....	97
	FOMICRO.....	98
3.5.4	Algunos datos sobre instituciones de microcréditos en la Argentina.....	99
3.5.5	La experiencia de pequeños créditos en la ciudad de Neuquén.....	103
	Municipalidad de Neuquén.....	103
	Programa Social Agropecuario.....	103
	PROFOM (Programa de Fortalecimiento a la Micro Empresas).....	103
	Caja de crédito prendario y social.....	104
	Experiencia Grameen.....	105
	Financieras.....	105
	Comercializadora Mara S.A.....	106



## **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

**CONCLUSIONES**

**BIBLIOGRAFIA**

**ANEXOS**

## TOMO II

### INDICE

### INTRODUCCIÓN

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

<b>1.</b>	<b>UNA EXPERIENCIA DE MICROCRÉDITOS CON GARANTÍA SOLIDARIA: EL PROGRAMA BANCO POPULAR DE LA BUENA FE</b>	
1.1.	El surgimiento de la propuesta .....	20
1.2	Descripción del Banco .....	22
1.3	Banco Popular vs. Banco Financiero.....	26
1.4	Organizaciones del Banco a Nivel Nacional, Regional y Local.....	27
1.5	Los Fondos.....	30
<b>2.</b>	<b>ACTORES DEL PROCESO: LAS ORGANIZACIONES SOCIALES</b>	
2.1	La convocatoria a las organizaciones sociales.....	34
2.2	El rol de las Organizaciones Sociales en el BPBFe.....	38
<b>3</b>	<b>ACTORES DEL PROCESO: LAS Y LOS PROMOTORAS/ES</b>	
3.1	El rol de los promotores del BPBFe .....	45
3.2	La construcción del rol del promotor .....	46
3.3	El equipo promotor del BPBFe .....	47
3.4	Las características de los promotores .....	48
3.5	La elección del equipo promotor .....	48
3.6	Un punto de tensión: la remuneración de las y los promotoras/es .....	50
3.7	La capacitación de las y los promotoras/es .....	53
<b>4.</b>	<b>ACTORES DEL PROCESO: LAS Y LOS EMPRENDEDORAS/ES</b>	
4.1	¿Quiénes son los emprendedores? .....	57
4.2	Perfil sociodemográfico.....	57
4.3	Composición de las Unidades Familiares.....	64
4.4	Participación Comunitaria.....	66

## **5. LOS EMPRENDIMIENTOS**

5.1	Tipo y Rubro de los emprendimientos.....	70
5.2	Estructura de los Emprendimientos.....	75
5.3	Ingresos.....	79
5.4	Formas de Comercialización.....	83
5.5	Destino de las ganancias de los Microemprendimientos.....	84
5.6	Motivación de las/los emprendedoras/es para realizar los emprendimientos.....	86
5.7	Problemas de los emprendimientos.....	91

## **6. METODOLOGÍA**

6.1	Acerca de la metodología.....	100
6.2	Las convocatorias a las y los emprendedores .....	101
6.3	El grupo.....	102
6.4	El préstamo.....	105
6.5	Garantía Solidaria.....	106
6.6	Recrédito.....	107
6.7	Vida de Centro .....	108
6.6.1	Consolidación de la Vida de Centro.....	110
6.8	Relación con la Comunidad - Participación Comunitaria.....	112

## **7. CONTEXTOS**

7.1	Contextos Actuales de las Acciones de Microcrédito.....	117
7.2	Contextos Posibles.....	118
7.2.1	Marcos Impositivos.....	118
7.2.2	Control bromatológico y Microemprendimientos.....	122
7.2.3	Importancia de la Capacitación.....	124

## **CONCLUSIONES**

## **BIBLIOGRAFIA**

## **ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

Las experiencias de Microcrédito en el mundo han demostrado ser una herramienta eficiente y sinérgica para el desarrollo social. Por tal motivo se sancionó en el año 2006 la Ley Nacional nº26.117 que promueve el microcrédito para el desarrollo de la Economía Social. Dicha ley tiene como uno de sus múltiples antecedentes el Programa Nacional Banco Popular de la Buena Fe (BPBF<sub>e</sub>), el cual lleva adelante en Neuquén, la Fundación Otras Voces desde fines del año 2005, junto a otras 14 organizaciones locales, constituyendo la primera experiencia exitosa de su tipo en la región.

Atento a esta problemática, el gobierno de Neuquén evaluó necesario contar con información adecuada acerca de estas prácticas, con la intención de que se conviertan en insumos de decisión para la elaboración de Políticas Públicas. Por este motivo el COPADE le ha requerido a la Fundación Otras Voces un trabajo de investigación y análisis de sus prácticas. Así nace el proyecto **Investigación diagnóstica - descriptiva y sistematización de las prácticas de la experiencia de microcrédito con fines sociales en la provincia de Neuquén**, el cual cuenta con financiamiento del Consejo Federal de Inversiones. El mismo tiene como objetivo general relevar, sistematizar, analizar y comunicar las condiciones metodológicas y de contexto necesarias para que **las acciones relacionadas con el microcrédito con fines sociales sean efectivamente una herramienta de desarrollo personal, familiar, comunitario y local y proponer alternativas superadoras a las metodologías y escenarios existentes.**

El objetivo planteado en esta investigación es complejo, ya que implica diferentes niveles lógicos de análisis, esto es un constante ir y venir entre los niveles micro, meso y macro sociales, económicos y políticos. Concientes de lo que esto requiere, el equipo de investigación es interdisciplinario. Lo conforman un equipo técnico - profesional de la Fundación Otras Voces, que se encuentra en constante contacto con el campo y un equipo del Centro de Estudios e Investigación de Asuntos Cooperativos (CEIAC), de la Universidad Nacional del Comahue que entiende de los asuntos macroeconómicos. Siguiendo con esta línea de trabajo se convocó a tres especialistas como consultores externos: la Lic. en Sociología María

Sol Ozino Caligaris de Chaneton, perteneciente a la cátedra de Metodología de la Investigación de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue, quien realiza el acompañamiento metodológico de la investigación; el Prof. Pablo Ordóñez, miembro fundador y ex presidente de la Asociación “Emprender Mendoza”, actual coordinador de la comercializadora “El Arca” de la ciudad de Mendoza, Emprendedor Social y Fellow de la Fundación Ashoka desde octubre de 2004; la Téc. Superior María Rosa Martínez, quien fue coordinadora del Área Estratégica Local de la Fundación Sustentabilidad, Educación y Solidaridad (SES), actualmente coordinadora del Proyecto de Sistematización del Banco Popular de la Buena Fe del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y asesora de proyectos sociales de la Asociación Civil “Forga”. Por otra parte, complementado y retroalimentando nuestras miradas, se realizaron encuentros sistemáticos con la institución solicitante COPADE.

Una dimensión que está fuertemente implicada en este proceso de investigación es el contexto sociopolítico que vive la provincia de Neuquén, dadas las características electorales del año en curso. En el transcurso del mismo fueron elegidas autoridades en todos los niveles del poder Ejecutivo (municipal, provincial y nacional) y del poder Legislativo provincial y parte del municipal, con lo cual quedó conformado un nuevo escenario político.

Otra particularidad que determina el encuadre socio-político en el cual se propone y desarrolla la investigación, es la de un año que comenzó con reclamos de reivindicación salarial y de infraestructura edilicia por parte de las maestras y los maestros neuquinos. Luego se sumaron con sus demandas específicas trabajadoras/es del área de la salud pública y otros sectores. A partir de allí se desencadenaron marchas y reclamos en una progresión que nos habla de sorderas, defensa de derechos particulares por sobre el bien común, escaso análisis del contexto y falta de estrategias, principalmente -aunque no sólo- por parte del gobierno.

Estas actitudes, encarnadas en las dirigencias políticas y en los diversos sectores de la sociedad, con poco espacio crítico desde el resto del pueblo, nos fueron conduciendo, día tras día, a lo peor que nos podía pasar: la violencia y la



### **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

muerte. Creemos importante la contextualización de las prácticas y la investigación, puesto que todo trabajo de acción y reflexión es sensible a los contextos socio-políticos en los cuales se inserta.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el abordaje de esta investigación se utilizaron tanto métodos cualitativos como cuantitativos, con el objetivo de tener una mirada holística de la propuesta y de la ejecución del Programa Banco Popular de la Buena Fe. Teniendo en cuenta que este Programa se encuadra en la práctica de la Economía Social, al momento de evaluar y sistematizar se consideraron de igual importancia los aspectos socio-culturales y las variables económicas. Estas dos dimensiones son de naturaleza diferente aunque se retroalimentan entre sí, siendo imposible -muchas veces- desentrañar las lógicas de cada uno de ellas en particular. En este sentido, el marco teórico propuesto por Max Neef detallado en el Tomo I, nos ayuda a comprender desde el punto de vista de las necesidades humanas, cómo éstas se articulan y potencian entre sí para lograr -o no- niveles crecientes de autodependencia que conllevan a lo que él denomina Desarrollo a Escala Humana.

Max Neef propone una taxonomía de necesidades humanas donde pueden identificarse las siguientes:

- **Subsistencia;** la cual implica alimentación, abrigo, salud física, mental, trabajo.
- **Protección;** lo cual requiere cuidado, adaptabilidad, autonomía, solidaridad, derechos, planificación, cooperación.
- **Afecto;** incluye aspectos de autoestima, solidaridad, tolerancia, receptividad, amistad, pareja, intimidad, espacios de encuentro.
- **Entendimiento;** implica conciencia crítica, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad, políticas educacionales, estudios, experiencias, investigación, ámbitos de interacción formativa (familia, vecinas y vecinos, comunidad).
- **Participación;** significa adaptabilidad, solidaridad, convicción, entrega, respeto, pasión, derechos, responsabilidades, obligaciones, atribuciones, diálogo, discrepancia, acuerdos, opinión, cooperación, ámbitos de interacción participativa (familia, vecinas/os, comunidad, organizaciones, asociaciones).

- **Ocio;** requiere de curiosidad, imaginación, tranquilidad, humor, fantasía, relajación, juego, espacios de encuentro, tiempos de creación.
- **Creación;** la misma implica pasión, voluntad, imaginación, inventiva, autonomía, habilidades, método, diseño, ideas, construcción, ámbitos de producción y retroalimentación, espacios de expresión.
- **Identidad;** requiere de pertenencia, coherencia, autoestima, asertividad, símbolos, costumbres, valores, roles, memoria colectiva, compromiso, reconocimiento.
- **Libertad;** significa autonomía, autoestima, determinación, audacia, rebeldía, elección, arriesgarse, conocerse, plasticidad, espacio temporal.

Estas necesidades consideradas por Max Neef como básicas, deberían ser contempladas por todas las propuestas de Políticas Públicas, especialmente si se trata de políticas de inclusión de los sectores más vulnerables. Asimismo son las variables sobre las cuales analizaremos la experiencia del Banco Popular de la Buena Fe, en relación -a su vez- a cuatro ejes centrales: las actrices y los actores sociales que participan del Programa (tanto institucionales como individuales), los microemprendimientos, la metodología de trabajo y el contexto socioeconómico donde se enmarca la experiencia.

Con la misma lógica, se estudiarán cada uno de los ejes en base al escenario teórico que plantea la metodología, al desarrollo específico de la experiencia de la Fundación Otras Voces en Neuquén y, por último, el escenario actual y las propuestas más asertivas para lograr un desarrollo real a escala humana dentro de la Economía Social. El BPBFé será evaluado a la luz de su valor como generador de satisfactores sinérgicos, ya que éstos son los que interrelacionados conllevan al desarrollo personal, familiar y comunitario.

Por otro lado, dentro de la perspectiva de Max Neef es muy importante considerar en el análisis la variable del *tiempo*, ya que los *procesos humanos* son lentos e intrincados y exigen una maduración en las prácticas; más aun cuando éstas entran en contradicción con los paradigmas de desarrollo imperantes en nuestra sociedad, como sucede en el caso de la Economía Social y la Economía Capitalista.

Esto implica considerar que una propuesta nueva requiere de un proceso de consolidación y apropiación que se co-construye entre todos sus actores en las prácticas y las acciones conjuntas. Tener en cuenta los tiempos sociales es clave a la hora de entender la magnitud del Programa BPBF e y su posible impacto social y cultural dentro de la sociedad de Neuquén.

Antes de explicitar las técnicas a través de las cuales nos involucramos con las actrices y los actores de las experiencias de microcrédito, es necesario aclarar que la Fundación Otras Voces es parte del Programa BPBF e y lleva adelante la propuesta desde hace dos años. Esta condición genera ventajas y desventajas. Como ventaja entendemos que la misma no parte de cero, sino que ya existe un cúmulo de aprendizajes y así como una fuerte visión de proceso. Como desventaja, el ser parte de este proceso puede resultar un obstáculo para la tarea, ya que exige al Equipo una fuerte revisión de sus prácticas lo que requiere de un ejercicio de “extrañamiento” de lo cotidiano, lo que significa lograr la distancia óptima entre quien investiga y su objeto de estudio.

Como se dijo anteriormente para la investigación se utilizaron tanto métodos cuantitativos como cualitativos, por lo que los datos obtenidos son resultado de una triangulación entre las dos metodologías. No obstante, se perciben los aspectos cualitativos y subjetivos como los más relevantes, puesto que el enfoque metodológico y teórico requiere centrarse en la persona y su perspectiva propia. De esta manera los datos cuantitativos cobran significado y pueden cabalmente ser comprendidos.

Las técnicas cuantitativas son utilizadas para recabar principalmente datos sociodemográficos y económicos, mientras que las cualitativas dan cuenta de aquellos aspectos más subjetivos de las personas que participan de las experiencias. A este tipo de metodologías se lo denomina en el campo de la antropología como “perspectiva del actor” (o ponerse en el lugar del otro), ya que revaloriza las narrativas de las actrices y actores involucradas/os como fuente de conocimiento. Son ellas y ellos mismas/os quienes se sientan a pensar sus prácticas y detentan legítimamente el saber acerca de ellas.

Así, la lectura de la reflexión de las y los sujetos permite entrar en un segundo nivel de análisis en busca de algunas posibles “estructuras de significación”, que den cuenta del haz de relaciones sociales que se pone en juego en la cotidianidad develando, lo que subyace a los hechos sociales naturalizados y cotidianizados.

De esta manera, lo que cada persona tiene para contar nos habla de la experiencia de esa persona, pero también de categorías sociales que se fueron naturalizando en el proceso de socialización por pertenecer a tal o cual sociedad. Por eso, en este tipo de abordajes metodológicos todas las voces son válidas y todos los discursos son significativos.

A fin de mantener la coherencia investigativa, la elección metodológica es acorde con los dos conceptos marco principales planteados y desarrollados en el Tomo I: el de la Economía Social, donde el eje son las personas y su propio potencial y no se reduce sólo a variables económicas; y el del Desarrollo a Escala Humana, donde los procesos se presentan en niveles crecientes de autonomía, de lo personal a lo grupal y comunitario.

El objeto de estudio se corresponde con aquellas experiencias relacionadas con las Finanzas Solidarias que está llevando a cabo la Fundación Otras Voces, en conjunto con catorce organizaciones locales de la provincia, aunque para este estudio se consideraron sólo las que se encuentran dentro del Departamento Confluencia, ya que la disparidad geográfica y el tiempo acotado de investigación no permitieron incluir a toda la provincia. Por otro lado las experiencias del Departamento Confluencia son las que más tiempo llevan realizado la experiencia del Banco Popular por lo tanto es posible evaluar su crecimiento en el tiempo.

Dimensionando la complejidad de los procesos a sistematizar, se definió trabajar en relación a fuentes de información acotadas. Así se detectaron como fuentes secundarias de información: los registros de campo realizados por las y los promotoras/es del BPBF, las grillas de datos sociodemográficos y de emprendimientos, y un censo de emprendedores ya instrumentado por la Fundación Otras Voces, el Manual Metodológico del Banco Popular de la Buena Fe elaborado por un equipo del Ministerio de Desarrollo Social de Nación, el borrador del Trabajo de Sistematización liderado por el Ministerio de Desarrollo Social acerca de la

experiencia nacional del Programa y demás bibliografía sobre el tema. A su vez se tomaron como fuentes primarias de información: el Equipo Técnico de la Fundación Otras Voces, a las Organizaciones Locales y las y los emprendedoras/es.

El primer modo de abordaje de las fuentes de información fue la lectura crítica y revisión documental de los registros ya mencionados como fuentes secundarias. La tarea de investigación y sistematización en relación a las fuentes primarias de datos, se realizó a través de los siguientes instrumentos: encuestas a las y los emprendedoras/es, observaciones participantes en las “Vidas de Centro”, entrevistas en profundidad con emprendedoras/es y promotoras/es, focus group per-sé con Equipo Técnico de la Fundación Otras Voces, y focus group con modalidad de taller y metodología de Educación Popular con las y los emprendedoras/es y promotoras/es del Banco.

Como describiremos más adelante, las “Vidas de Centro” constituyen el foco de encuentro semanal de las y los emprendedoras/es, ya que allí se realizan los pagos del crédito y las capacitaciones. Por este motivo, se definió como población de estudio a quienes participan de las mismas. Luego, este criterio se reforzó por varias razones: en primer lugar la participación en la Vida de Centro está relacionada con pago efectivo del crédito y, en segundo lugar, las personas que concurren a la misma son aquellas que lograron realmente apropiarse y empoderarse en la propuesta del Banco Popular. A su vez, es en esos encuentros donde puede observarse la interacción entre promotoras/es y emprendedoras/es. Finalmente, fue también la dispersión geográfica y el acotado tiempo material de realización de la investigación lo que nos llevó a optar por esta elección como la más efectiva.

Como consecuencia de esta decisión, los datos en relación a las y los emprendedoras/es que recibieron un crédito pero no participan de las Vidas de Centro -ya sea que estén pagando, no estén pagando o hayan terminado de pagar su crédito- no fueron encuestadas/os. No obstante, para evitar perder estos valiosos datos, la información sobre esta población fue obtenida e inferida a través de entrevistas a promotoras y promotores.

En base a estos criterios, se realizaron un total de noventa y siete (97) encuestas a emprendedoras/es que participan de las Vidas de Centro, lo que

constituye un 36% de la población que alguna vez recibió crédito del BPBF<sub>e</sub>, hasta el mes de julio de 2007. Las encuestas fueron autoadministradas por los emprendedores en las Vidas de Centro, con el acompañamiento de dos/tres integrantes del equipo de investigación, que previamente comentaban el contenido de cada pregunta y despejaban dudas con respecto a las mismas. En los casos en que las personas no sabían leer y escribir las encuestas fueron tomadas por promotores o integrantes del equipo de investigación de Otras Voces.

Teniendo en cuenta el carácter autoadministrable de estas encuestas, se tuvieron en cuenta varios aspectos: En primer lugar el diseño de la misma concuerda con los parámetros trabajados por los emprendedores durante su semana de entrenamiento, por lo que existe un conocimiento incorporado y en segundo lugar se realizó una prueba piloto de diez (10) encuestas a partir de la cual se reelaboraron las consignas que generaban dificultad entre los emprendedores.

La experiencia del equipo técnico de la Fundación Otras Voces era clave para entender la visión de conjunto de toda la propuesta, así como para medir el impacto en el tiempo de la misma desde sus inicios hasta hoy. Para recopilar esta información se evaluó como pertinente la realización de cinco (5) focus group donde se debatieron diferentes aspectos del BPBF<sub>e</sub>. Los mismos tuvieron una duración aproximada de dos horas cada uno y se realizaron en la sede de la Fundación Otras Voces.

En el primer encuentro se discutió sobre la metodología específica del Programa, en el segundo acerca del perfil del emprendedor, en el tercero, el perfil de los promotores y las organizaciones locales, en el cuarto se debatió sobre el desarrollo de la propuesta en el marco de la Economía Social / Popular o Solidaria y por último se discutieron los ejes de la presente investigación. Los mismos se desarrollaron con mayor frecuencia al inicio y aminoraron al finalizar la investigación. El objetivo fue profundizar en las temáticas específicas.

En cuanto al relevamiento de las vivencias de los emprendedores se ejecutaron múltiples técnicas de recolección de datos. Una de ellas fue la observación participante de diecisiete (17) Vidas de Centro en ocho (8) organizaciones locales. Se realizaron aproximadamente dos visitas por Banco. En

las mismas se interactuó directamente con los emprendedores, conversando sobre sus emprendimientos, sus vivencias, etc. También se visualizó la interacción entre los mismos pares y su relación con los diferentes promotores. Así mismo se observaron diferentes situaciones contingentes de cada Banco con relación a la metodología del programa y su incidencia en el barrio. Durante el desarrollo de estas observaciones se evaluó necesario reflexionar sobre el género femenino y el BPBF ya que son las mujeres las que más participación tienen. Por este motivo se realizaron cuatro (4) focus group en diferentes Vidas de Centro, a fin de debatir esta temática entre las emprendedoras. La metodología del mismo fue de taller mediante instrumentos de la Educación Popular.

La temática de género fue cobrando cada vez más fuerza en la investigación por lo que se decidió realizar además una entrevista en profundidad a un miembro femenino del equipo técnico de la Fundación Otras Voces. La misma tuvo una duración de dos horas y se realizó en las instalaciones de la Fundación Otras Voces.

En cuanto a los emprendedores se realizaron 7 entrevistas en profundidad con los grupos de promotores de los diferentes bancos, sobre los siguientes ejes temáticos: surgimiento de la organización, perfil de los promotores, dificultades en la tarea, relación con los emprendedores y los emprendimientos, desarrollo de la Vida de Centro, metodología del programa, incidencia barrial, etc. Las mismas tuvieron lugar en las sedes de cada uno de los Bancos en días y horarios por fuera de las Vidas de Centro, y tuvieron una duración aproximada de dos horas, cada una. Así mismo se realizaron dos observaciones participantes en reuniones generales de promotores de toda la provincia, donde se debatían los problemas comunes y las líneas de acción a seguir.

Finalmente, parte del Equipo de Investigación realizó un viaje a la ciudad de Mendoza, con el fin de conocer las experiencias de Economía Social llevadas a cabo por la Asociación Emprender Mendoza y la Comercializadora "El Arca". El centro de los encuentros de trabajo y reflexión, estuvo dado por las temáticas de microcréditos, producción, educación en emprendedorismo y Economía Social, acompañamiento a microemprendimientos y comercialización.

También se enriqueció la tarea con la mirada, la experiencia, el acompañamiento y asesoramiento de la Tec. Sup. María Rosa Martínez, consultora externa, referente nacional del Ministerio de Desarrollo Social en el Programa Banco Popular de la Buena Fe, con quien tuvimos la oportunidad de profundizar en el análisis de las experiencias y la posibilidad de discutir y pensar posibles estrategias de incidencia en Políticas Públicas.

Parte importante de esta investigación fueron los encuentros quincenales junto con el equipo del CEIAC donde se ponían en común los diversos puntos de vista, así como los avances en la recolección de información y el marco teórico desde el cual analizar la experiencia de microcréditos en Neuquén. Fruto de este trabajo articulado se están organizando en Neuquén las III jornadas en Economía Social en forma conjunta las dos instituciones y el centro de estudiantes de la Facultad de Economía.

Por otro lado el proceso de investigación fue orientado por la Lic. Maria Sol Ozino Calegaris de Chaneton en encuentros quincenales donde se analizaron los pasos a seguir y las técnicas de recolección de datos.

A continuación, sintetizamos las actividades realizadas para la recolección de datos:

- Análisis de diez (10) grillas de datos.
- Aplicación de noventa y siete (97) encuestas en diferentes Bancos.
- Diecisiete (17) observaciones participantes en ocho (8) Vidas de Centro de diferentes organizaciones que participan del Programa Banco Popular de la Buena Fe.
- Observación en dos (2) reuniones generales de referentes, coordinadoras/es y promotoras/es.
- Siete (7) entrevistas en profundidad con grupos diversos de promotoras/es.
- Cinco (5) focus group con el Equipo Técnico de la Fundación Otras Voces.
- Una (1) entrevista en profundidad relacionada al tema “Banquito y Mujer”, a la referente femenina del Equipo Técnico.
- Cuatro (4) focus group con metodología de taller, con emprendedoras en diferentes Bancos.



### **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

- Una (1) entrevista en profundidad a una emprendedora.
- Una (1) observación de los talleres para emprendedoras/es impartidos por el INTI, con la temática de manipulación de alimentos.
- Una (1) interconsulta y visita al consultor externo de la provincia de Mendoza y a sus organizaciones locales. Con este motivo dos investigadoras del Equipo de la Fundación se trasladaron a dicha ciudad durante tres días.
- Una (1) Interconsulta Para el asesoramiento en Políticas Públicas y microfinanzas con la Tec. Sup. María Rosa Martínez, consultora externa, referente nacional del Ministerio de Desarrollo Social en el Programa Banco Popular de la Buena Fe.

## **1. UNA EXPERIENCIA DE MICROCRÉDITOS CON GARANTÍA SOLIDARIA EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA SOCIAL: EL BANCO POPULAR DE LA BUENA FE.**

### **1.1. El Surgimiento de la Propuesta**

En el marco de la recesión de fines de los 90 se produjo una escasez en los puestos de trabajo y un incremento cotidiano de miles de personas que engrosaron las categorías de pobres, indigentes y excluidos, la pérdida del trabajo digno se volvió -para gran parte de la población- en la mayor amenaza y, en muchos casos, en una resignación. Así el desempleo se convirtió en tema de debate fundamental de la opinión pública. En el transcurso de los años subsiguientes, la crisis económica también dejó entrever la crisis política y de institucionalidad, concretada en los acontecimientos de diciembre de 2001. Se suceden vertiginosamente Presidentes y en los primeros meses de 2002 se vivencia una aparente calma.

Es en este contexto también que salen a la luz desde diferentes sectores sociales, alternativas para enfrentar el desempleo, la falta de comida, la falta de oportunidades: aparecen con mayor fuerza el trueque directo, la venta ambulante y en espacios verdes, las compras comunitarias, entre otras opciones. Por otro lado, desde los espacios académicos las propuestas son de ingreso ciudadano y, por parte del Estado, surge la implementación de bonos (Lecop, Patacón, entre otros) y otras acciones con las que los sectores populares -y no tanto- intentan aumentar o maximizar los magros ingresos.

Al mismo tiempo, la profunda crisis obligó a los diferentes niveles de gobierno a priorizar dos cuestiones en las políticas sociales: el ingreso familiar y la seguridad alimentaria. En consecuencia se crearon, a nivel nacional, dos herramientas de importancia por su masividad: el Plan Jefes y Jefas de Hogar (destinado a paliar el desempleo masivo y la caída brutal de las familias en la pobreza e indigencia) y el destino de fondos nacionales e internacionales para dar respuesta a la crisis alimentaria, a partir de los Programas “El Hambre más Urgente” y FOPAR.

En el año 2003, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS) lanza el Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social “Manos a la Obra”, con el propósito de promover la inclusión social a través de la generación de autoempleo y del fomento de la microempresa, así como reconvertir el Plan Jefes y Jefas de Hogar. De esta forma, el Plan “Manos a la Obra” se constituye como un sistema de apoyo a las iniciativas de desarrollo productivo y/o comunitario, enmarcadas en procesos locales de inclusión social, destinado particularmente a personas, familias o grupos de personas desocupadas o subocupadas, prioritariamente en situación de pobreza y/o vulnerabilidad social.

Es importante señalar que estas acciones fueron consolidándose en Políticas Públicas para culminar en la sanción de la Ley Nacional 26.117 de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social sancionada en junio del año 2006. Este encuadre legal marca el inicio de una etapa de fortalecimiento, visibilidad y oportunidad de la Economía Social que debe ser aprovechada por los sectores afines a la propuesta de Otra Economía posible.

Estas iniciativas no surgen de manera aislada, sino que se corresponden con un movimiento a nivel mundial y Latinoamericano, donde la generación de autoempleo aparece como un paliativo -más precisamente como “EL” paliativo por excelencia- de la no disposición del sistema capitalista neoliberal a crear puestos de trabajo sólidos y estables.

En este contexto, el nivel local se presenta como el espacio estratégico para gestar iniciativas que posibiliten mejorar el nivel de vida de la población, al mismo tiempo que revelan nuevas posibilidades de articulación entre los sectores estatales, empresariales y de la sociedad civil. De la misma forma, es esta escala de trabajo la que permite fomentar actividades productivas que cuenten con cierta viabilidad y sustentabilidad económica.

Dentro del espectro de experiencias de promoción de microfinanzas, hay quienes ven estas alternativas únicamente como una cuestión económica, de bajos niveles de ingreso, (en consonancia con una visión de desarrollo sesgada) (ver Tomo I). En oposición están quienes proponen una *tarea social, política y cultural desde los microcréditos*, como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas,

promoviendo no solo la apropiación de los beneficios de la actividad económica, si no también recomponiendo el desgastado y fragmentado tejido social. *Política*, porque no hay desarrollo local y sustentable sin una auténtica articulación social y disposición política que haga efectiva la participación de todas las actrices y todos los actores, posibilitando la generación de acuerdos y promoviendo el empoderamiento de los sectores más excluidos. *Cultural*, porque apela a la visión de futuro del conjunto de la comunidad, en función de las características de la población y de los factores que puedan posibilitar la movilización y el compromiso de la sociedad local para alcanzar un proyecto común, contemplando -asimismo- las posibilidades que se mantendrán para las generaciones futuras. En resumen generar fuentes de ingreso legítimas, a través del autoempleo, transformación social y política y recomposición de las redes sociales y comunitarias a través del trabajo conjunto, construyendo lazos solidarios.

Sobre esta base, se diseña desde el Ministerio de Desarrollo Social una propuesta que, si bien en su aspecto metodológico y en sus objetivos se inspira en la experiencia del Banco de los Pobres, o Grameen Bank de Bangladesh promovidos por el Dr. en Economía Muhammad Yunus, asume para la Argentina una identidad propia.

Su apropiación por el Estado Nacional configura un salto distintivo con la experiencia original, ya que pone a la propuesta en el plano de la política pública. Es relevante la opción gubernamental de pensar y proponer acciones de desarrollo, opuestas a las asistencialistas, propiciando el valor del trabajo. La experiencia comienza a principios del año 2003 y se enmarca en un Programa del Ministerio de Desarrollo Social de Nación denominado Banco Popular de la Buena Fe. (BPBF)

## **1.2 Descripción del Banco**

El programa Banco Popular de la Buena Fe impulsa la asistencia financiera a través del microcrédito bajo la modalidad de grupos solidarios (detallado en el primer tomo de esta investigación), destinado a personas individuales o grupos familiares con iniciativas originadas en la autogestión, que formen parte de un proyecto socio-

productivo consolidado a través de un banco barrial. Dicho financiamiento se transfiere a las y los emprendedoras/es a través de diversas organizaciones no gubernamentales de la sociedad civil (organizaciones regionales y locales), que acrediten experiencia de trabajo con sectores de la población en situación de riesgo o vulnerabilidad social, así como capacidad de gestión y administración de fondos solidarios destinados a microcréditos.

Para la constitución de los Bancos Populares de la Buena Fe, el Ministerio de Desarrollo Social transfiere subsidios a Organizaciones No Gubernamentales, denominadas "Organizaciones Regionales". Las mismas re-transfieren los "fondos semilla" (fondos destinados exclusivamente al otorgamiento de microcréditos) y las sumas correspondientes para cubrir gastos operativos y de asistencia técnica a diversas organizaciones de la sociedad civil. Estas últimas, denominadas "Organizaciones Locales", deben estar insertas en los barrios donde organizarán el Banco y desde allí iniciarán y pondrán en marcha la propuesta. Cada organización regional debe asociarse a cinco organizaciones locales quienes conformarán -al menos- cinco grupos de cinco emprendedoras o emprendedores cada uno. Esta Red compuesta por una organización regional, cinco organizaciones locales, alrededor de veinticinco (25) promotoras/es y ciento veinticinco (125) emprendedoras/es, conforma un "consorcio de gestión" a pequeña escala que movilizaba, hasta septiembre de 2007, alrededor de \$172.000.

En un mayor nivel de concreción, cada organización local conforma un Equipo Promotor, que es capacitado por el equipo técnico nacional del BPBF. Estos promotores tienen la tarea de capacitar y acompañar a las y los emprendedoras/es en la formulación de sus respectivos proyectos, verificando la sustentabilidad de los mismos y la solidez del grupo que conforman, a fin de constituir la Garantía Solidaria. Asimismo, el rol de la y el promotor/a consiste en acompañar al grupo para que -en su conjunto- sea capaz de contener a las y los emprendedoras/es y la ejecución de sus proyectos.

Los emprendimientos factibles de ser financiados se enmarcan en sectores y actividades económicas productivas (primarias, secundarias y terciarias) que permiten, mediante el ingreso cotidiano de dinero, la satisfacción -o al menos el

intento- de las necesidades básicas familiares. Las y los emprendedoras/es que quieran recibir el préstamo deben conformar un grupo de cinco personas del mismo sexo. Son los integrantes que conforman cada grupo y su relación, los que constituyen la garantía, denominada “Solidaria”. En este punto es necesario aclarar que decir que se trata de un crédito “sin garantías” es un error, ya que lo que no se exigen son las garantías denominadas “formales”. Es la Palabra empeñada, dada por cada una y uno de las y los miembros del grupo, la que asume el rol de garante de cada persona, respaldando el préstamo. Por este motivo, el factor grupal es indispensable. Este grupo es el encargado de aprobar todos los proyectos de sus miembros, además de contribuir a su fortalecimiento.

El sistema de reembolso es a través de pequeñas cuotas semanales de monto fijo, en un plazo de alrededor de 25 semanas. El mismo es sin interés en el primer préstamo y con un interés a definir por la organización local (con un máximo fijado por el Ministerio de Desarrollo Social) para las y los emprendedoras/es que quieren recibir créditos. La asistencia financiera no sólo consiste en la administración de microcréditos, sino que se complementa con la asistencia técnica y el acompañamiento en el diseño, ejecución y monitoreo del proyecto y la capacitación, como tríada fundamental en este proceso.

Los préstamos son individuales. Cada una y uno de las y los miembros ingresa al grupo y a la propuesta con su propio proyecto (o bien, idea de proyecto) que puede ser productivo, de servicios o de reventa de productos. El mismo es desarrollado, escrito, contrastado y revisado con el apoyo de las/os promotoras/es y del grupo. Este proceso se da durante un lapso aproximado de dos meses. El tiempo de diseño y evaluación de los proyectos y de consolidación del grupo es vital para el funcionamiento del Banco, puesto que sienta las bases sobre las cuales crecerán los microemprendimientos.

Una vez entregados los créditos (dos en la primera semana, dos en la segunda y el quinto en la tercera semana), las/os emprendedoras/es conforman un “Centro” donde se reúnen semanalmente junto al equipo promotor, a fin de devolver la cuota correspondiente al microcrédito, evaluar la marcha de cada uno de los proyectos, responder a las diversas problemáticas socio-comunitarias que se

plantean, organizar ferias comunitarias, festejar cumpleaños, preparar eventos, capacitarse, etcétera. Este Centro, en un camino comunitario, buscará convertirse en el verdadero corazón del Banco Popular de la Buena Fe.

Así planteada, la metodología de trabajo tiene un fuerte componente de fortalecimiento del tejido social, inicio de una construcción colectiva, ya que como requisito de ingreso se exige la relación con otras cinco personas. A la vez se consolida un espacio de reunión semanal entre los mismos, un acompañamiento y cuidado del proceso por parte de un grupo promotor. Otro argumento que se trabaja con las/os emprendedoras/es es que devolviendo el dinero prestado como se puede ayudar a otro vecina/o a que pueda pedir un crédito, salir adelante y sostener el Banco. Todas estas actividades que se manifiestan desde la metodología promueven que las/os emprendedoras/es en conjunto sean artífices de su propia historia, por medio de la participación activa en la transformación social.

A estos fines, se busca impulsar y promover los procesos crecientes de autonomía de cada persona, que satisfagan las múltiples necesidades humanas, a través de la promoción de sus propias habilidades y saberes que generan trabajo digno, dejando de lado estrategias de supervivencia de tipo asistencialistas y de dependencia, promoviendo el protagonismo en el proyecto personal y de la comunidad en su conjunto. Dentro del programa no sólo se trabajan las necesidades consideradas básicas en relación a la subsistencia económica sino también a aquellas propuestas por Manfred Max Neef de protección, afecto, entendimiento, ocio, creatividad, libertad, identidad y participación.

En el mes de septiembre de 2007 el Programa del Banco Popular de La Buena Fe se implementaba en 18 provincias del país: Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán, Formosa, Chaco, Corrientes, Misiones, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, Mendoza, San Luis, La Rioja, Neuquén, Río Negro, Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

### 1.3 Banco Popular vs. Banco Financiero

Como propuesta enmarcada en el paradigma de Otra Economía y de las Finanzas Solidarias, el Banco Popular de la Buena Fe busca constituirse en un Banco diametralmente opuesto a los bancos comerciales y -de hecho- se construye de un modo totalmente distinto a los bancos del sistema financiero formal. Construcción y funcionamiento son dos procesos que, en los Bancos Populares, van de la mano, se van haciendo paralelamente, dialécticamente. Durante las capacitaciones se trabaja en profundidad con promotoras/es y emprendedoras/es las discrepancias entre ambos tipos de Bancos, con el objetivo de explicitar estas diferencias sentando las bases de que otro modelo de desarrollo personal y económico es posible. Bancos Comerciales y Bancos Populares se constituyen desde dos paradigmas económicos opuestos: la Economía Social y la Economía Capitalista.

Banco Financiero	Banco Popular
Las/os prestatarias/os NO son dueñas/os del banco. Las/os dueñas/os son otras/os.	Las/os prestatarias/os son las/os dueñas/os del Banco.
Las oficinas principales del banco están en el centro de las ciudades.	El Centro del Banco (su oficina) está inserta en el propio barrio.
Las/os empleadas/os del banco están en las oficinas. Trabajan desde allí y nunca por fuera. Las/os prestatarias/os y clientes tienen que acercarse al Banco.	Las/os promotoras/es del Banco son quienes se acercan a las casas y al barrio.
Las/os dueñas/os no son responsables de los que ocurra con el banco.	Las/os dueñas/os son las/os responsables del Banco.
Nunca se funde (o por lo menos en este país).	Se funde si no se devuelve el dinero.
El costo de sostenimiento de la infraestructura del banco, está dado por los intereses y comisiones.	Se debe subsidiar por lo menos parte de la infraestructura del Banco para que funcione, al menos en un principio.
Su objetivo es el lucro.	Su objetivo es el desarrollo de las personas y de la comunidad.
Exige garantías formales.	Exige otro tipo de garantías: la Palabra Empeñada
Presta dinero a quienes ya lo tienen.	Presta plata a quienes no la tienen.
No importan los destinos del dinero, importa la "solvencia" de la o el prestataria/o.	Importa el destino del dinero.

Cada cliente es particular.	Promueve el agrupamiento de personas y la recomposición del tejido social.
Transfiere sólo capital económico.	Mobiliza una gran cantidad de capitales valiosos: económico (dinero, estrategias de venta y compra), social (contactos, vínculos) y cultural (saberes).
Se inserta dentro de una lógica de Economía Capitalista	Se inserta dentro de una lógica de Otra Economía

#### 1.4 Organización del Banco a nivel nacional, regional y local

El Banco Popular de la Buena Fe está organizado de la siguiente manera: un **Equipo Nacional** dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de Nación, equipos regionales denominados **Organización Provincial** (pueden existir más de uno por provincia) y los equipos locales u **Organización Local**, quienes trabajan directamente con las y los emprendedoras/es a través de sus promotoras/es y son las que constituirán los Bancos Populares propiamente dichos.

En cuanto a las características de las organizaciones, la Ley 26.117 dice: *“Serán consideradas Instituciones de Microcrédito las asociaciones sin fines de lucro: asociaciones civiles, cooperativas, mutuales, fundaciones comunidades indígenas, organizaciones gubernamentales y mixtas que otorguen microcréditos, brinden capacitación y asistencia técnica a los emprendimientos de la Economía Social”*.

Cada uno de los equipos de las instituciones / organizaciones cumple con diferentes roles. El **Equipo Nacional** efectúa, en territorio, la identificación de organizaciones que puedan desarrollar la propuesta, realiza las primeras acciones de capacitación de las y los promotoras/es de los Bancos, además de tareas de monitoreo y evaluación de las organizaciones provinciales y locales convenientes:

- Capacitación Inicial del BPBFe: jornadas de transmisión de las etapas metodológicas de la línea de trabajo, responsabilidades, obligaciones de actrices y actores y planificación de la estrategia específica para cada organización local.

- Jornadas de evaluación de proceso, capacitación en las reuniones de Vida de Centro y Rendición de Cuentas del dinero transferido.
- Visitas de monitoreo a lo largo del proceso, con especial frecuencia si surgieran conflictos específicos y para el asesoramiento que solicite la organización provincial.
- Recepción y revisión de la documentación de rendición de cuentas.

Las **Organizaciones Regionales** son en general organizaciones de la sociedad civil, aunque existen algunas organizaciones gubernamentales (criterio incorporado en el año 2005). Su rol es:

- Contactar organizaciones locales que se conformarán como Bancos y presentarlas al Ministerio de Desarrollo Social.
- Realizar la capacitación, el monitoreo, la evaluación de cada uno de los Bancos.
- Administrar y transferir los fondos para la implementación de los Bancos.
- Garantizar la visión integral y coherencia de la propuesta dentro del paradigma de la Economía Social.

Las organizaciones regionales son en general organizaciones sociales, fundaciones, grupos de las Iglesias y demás que -en su gran mayoría- mantienen prácticas vinculadas al desarrollo comunitario y la promoción en salud, educación, trabajo, juventud, niñez, tercera edad, etcétera. No necesariamente deben tener experiencia anterior en la temática del microcrédito. Algunas poseen prácticas en economía social y desarrollo local, aunque son las menos las que presentan experiencia en cuestiones de finanzas solidarias. El perfil buscado intenta combinar una fuerte experiencia en emprendedorismo y en trabajo social, comunitario y grupal.

Cabe destacar que el equipo técnico de la organización regional es una pieza fundamental en la ejecución del Programa. Si bien la función tiene aspectos administrativos, su rol fundamental es darle una mirada local al Programa, sostener la mística y el sentido del BPBF, así como articular con los diferentes Bancos de la

provincia aportando a las organizaciones locales una mirada estratégica y a largo plazo, que -en muchos casos- en la práctica cotidiana es difícil de ver. Además de un apoyo logístico, busca fortalecer vínculos locales, alianzas estratégicas, proponer acciones conjuntas, fomentar espacios de encuentro y reflexión. Todas estas son tareas fundamentales dentro del paradigma de la Economía Social, donde establecer redes y crear puentes entre organizaciones de la sociedad civil es sentar los vínculos que le dan solidez y sostenimiento y en un futuro incidencia concreta en la sociedad.

Finalmente, las **Organizaciones Locales** son organizaciones comunitarias, fundaciones, asociaciones, grupos de iglesias, bibliotecas populares, entre otras, convocadas por la Organización Regional. Se constituyen como Bancos y trabajan en forma directa con las y los emprendedoras/es a través de sus Equipos de Promotoras y Promotores. El requisito fundamental es tener trabajo comunitario concreto y socialmente legitimado en los barrios de implementación del BPBF. El rol de la Organización Local es:

- Identificar y acompañar a las y los promotoras/es.
- Poner en marcha el Banco en el territorio para otorgar pequeños préstamos solidarios.
- Administrar los fondos recibidos.
- Acompañar al grupo promotor y a prestatarias y prestatarios.

Las organizaciones locales en el Programa BPBF, son las que están arraigadas fuertemente en el campo. Son ellas las que llevan adelante la concreción y ejecución de la entrega de microcréditos y el acompañamiento a los procesos de microemprendimientos. Ellas conjuntamente con las y los emprendedoras/es son el Banco Popular de la Buena Fe.

Para poner en marcha la propuesta el Equipo del Ministerio recibe la demanda o propone el Programa a diversas organizaciones de todo el país. Posteriormente a este primer contacto, se entrevista, selecciona y designa las organizaciones regionales que llevarán adelante la propuesta. Asimismo, propone la

formulación de un plan de trabajo que incluye antecedentes de la organización, diagnóstico del territorio y plan de acción fundamentado.

Las organizaciones deben cumplir con una serie de requisitos legales, administrativos y contables para ser organizaciones regionales: poseer personería jurídica, presentar acta de constitución con estatutos sociales y última acta de asamblea de elección de autoridades, presentar constancia en la inspección general de personas jurídicas; constancia de inscripción en la AFIP-DGI discriminando exención tributaria FORM 709 con número de CUIT de la entidad, y el último balance confeccionado por la entidad, firmado por un contador público y certificado por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas correspondiente a la región. En cuanto al banco, para poder recibir los fondos, es necesaria la habilitación de una cuenta en los bancos autorizados por el Ministerio de Desarrollo Social, cuentas que deben ser certificadas y a ese sólo fin. Este tipo de requisitos exige a las organizaciones un nivel de formalidad, una infraestructura determinada, tiempos, saberes y recursos humanos y económicos, que les impide, a veces, llevar adelante la propuesta.

Una vez cumplimentada la presentación de la documentación institucional con los requisitos administrativos correspondientes, se firma un Convenio de transferencia de recursos a la Organización Regional, que es quien recibe los fondos desde el Ministerio de Desarrollo Social para retransferirlos luego a las organizaciones locales.

## **1.5 Los Fondos**

Los fondos transferidos desde el Estado a la organización regional para una operatoria del Banco Popular de la Buena Fe eran, hasta septiembre de 2007, de \$172.500. Cabe recordar que esto cubre erogaciones de una organización regional, cinco organizaciones locales con cinco promotoras/es cada una, y se utiliza para acompañar a veinticinco emprendedoras/es por organización local, es decir, ciento veinticinco emprendedoras/es en total. Este monto se desagrega de la siguiente manera:

- \$30.500 se transfieren de la organización regional a cada organización local, cinco por operatoria, para las siguientes acciones :
  - \$15.000 contratos beca de sus promotoras/es.
  - \$13.500 fondos semilla.
  - \$ 2.000 gastos operativos.
- \$ 22.000 quedan en la organización regional para sostener los siguientes ítems:
  - \$14.000 equipo técnico.
  - \$ 8.000 para gastos operativos.

El dinero destinado a los fondos semilla era, a septiembre del año 2007, de \$67.500, es decir el 39,13% del total de una operatoria. Eso quiere decir que por cada \$1 que se presta, \$1,50 se destina al acompañamiento. Este es un valor mucho menor al estimado a nivel mundial que es de 1 a 2 respectivamente. Teniendo en cuenta que cada operatoria era a septiembre de 2007 de \$172.500 por 10 meses para 125 emprendedoras/es, esto da una inversión de \$138 por mes por emprendedor/a, esto es menos que un subsidio por desempleo, como es el Plan Jefes y Jefas de Hogar a nivel nacional o la Ley 2128 y el Plan Mil Madres a nivel provincial.

A su vez, si tenemos en cuenta que de ese total casi el 40% es dinero que se devuelve, estamos hablando de una inversión real de apenas \$54 por emprendedor/a por mes. A esto hay que sumarle una serie de beneficios con los que cuentan los microcréditos como política de distribución de ingresos en comparación con el Plan Jefes y Jefas:

- Los ingresos reales a través del Banco Popular de la Buena Fe pueden ser superiores a \$150 al mes.
- Se fortalece -al mismo tiempo de ejecución del dinero y de la metodología- a 25 promotoras/es barriales y 5 organizaciones barriales.
- Como satisfactor sinérgico promueve la satisfacción de múltiples necesidades: representa una recuperación e intercambio de los saberes

propios de las personas, se da una revalorización de la autoestima de las mujeres, propicia espacios de encuentro

- Produce trabajo genuino.
- El dinero se devuelve y puede ayudar a otra persona

Pero estos no son los únicos beneficios ni potencialidades que promueve el Banco Popular de la Buena Fe. Es por eso que a continuación se analizará en profundidad el programa focalizando en cuatro componentes claves:

- 1- Las y los tres protagonistas principales de la propuesta: **las organizaciones sociales, las y los promotoras/es y las / los emprendedoras/es,**
- 2- Los **microemprendimientos,**
- 3- La **metodología** de implementación del Programa,
- 4- El **contexto** político, económico, social y cultural en el que se desarrolla el programa.

Todos ellos serán analizados a la luz de tres encuadres. Primero, el de la propuesta estricta del programa Banco Popular de la Buena Fe que se cristaliza en el manual metodológico. Segundo, el de la experiencia en Neuquén y por último, el de las propuestas y modificaciones que surgen después de dos años de práctica en la región, con una mirada local en vistas a la futura ley de microcréditos de la provincia de Neuquén.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# **LAS ORGANIZACIONES SOCIALES**

## **2.1 La convocatoria a las Organizaciones Sociales**

A fines del año 2005 la Fundación Otras Voces recibe la propuesta del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación de ejecutar el Programa Banco Popular de la Buena Fe en la provincia de Neuquén, constituyéndose como organización regional. A partir de ese momento comienza la convocatoria a las posibles organizaciones locales.

En la experiencia se dan varios caminos mediante los cuales las Organizaciones Regionales definen la lista de las que serán las posibles organizaciones locales con las que se asocien. El primer gran conjunto pertenece a aquellas con las que la organización regional ya viene trabajando articuladamente, o con quienes existe algún tipo de conocimiento o vinculación previa. Tales contactos pueden deberse a la realización de trabajos en red, por similitud en la problemática trabajada, por afinidad ideológica, etcétera. El otro gran conjunto, está conformado por aquellas organizaciones que son convocadas luego de un trabajo de relevamiento institucional. En este segundo caso es necesario saber que las propuestas de trabajo articulado entre organizaciones requieren un tiempo para transitar los procesos de conocimiento y construcción de una visión común, articulación de comunicación, etcétera. Por este motivo el tiempo se acorta trabajando con las organizaciones con las que ya existe un camino previo realizado.

El Banco Popular de la Buena Fe es una propuesta que moviliza importantes recursos financieros y humanos. Esto requiere que la selección de las organizaciones sea un proceso de discernimiento entre la organización regional y la organización local, donde ambas evalúen conjuntamente sus fortalezas, debilidades y las posibilidades de llevar a cabo la propuesta y el acompañamiento.

La experiencia de Fundación Otras Voces permite afirmar que la convocatoria a las organizaciones locales en la provincia de Neuquén no fue sencilla, debiéndose a tres factores, los dos primeros propios de la provincia y el último intrínseco del programa:

- (1) La existencia de un bajo número de organizaciones de la sociedad civil, si

lo comparamos con lo que sucede en otras provincias y la debilidad de las mismas en cuanto a aspectos formales y de recursos humanos.

- (2) Objeciones a la propuesta metodológica, al origen de la misma y a la proveniencia de los fondos
- (3) La complejidad de la metodología que supone la implementación del Banco Popular de la Buena Fe y la especificidad de la propuesta.

Al iniciarse el Programa en Neuquén la convocatoria se hizo en un primer momento a las organizaciones con las que la Fundación Otras Voces ya tenía un camino recorrido. En una segunda instancia se amplió la convocatoria a aquellas organizaciones de las cuales se tenía algún conocimiento previo, aunque no trabajo conjunto. En tercera instancia se realizaron sondeos barriales para detectar organizaciones de base que pudieran estar interesadas en la propuesta.

En un primer momento la convocatoria requirió mayor esfuerzo de comunicación por parte de la organización regional pero a medida que el Programa cobraba mayor visibilidad pública, la convocatoria fue resultando más sencilla, puesto que la propuesta ya se estaba consolidando a nivel local provocando interés en la comunidad y transparencia de resultados concretos. Esta realidad provocó que -en algunos de los casos- fueran las futuras organizaciones locales las que se acercaran a la Fundación Otras Voces con interés de participar en el Programa BPBFe.

Sin embargo no todas las organizaciones a las que se le propuso trabajar en el Banco Popular de la Buena Fe accedieron a la propuesta. Algunas de las razones de las organizaciones para desistir fueron las siguientes:

- La evaluación negativa acerca de las posibilidades organizacionales para ejecutar el Programa, donde visualizaban que la propuesta excedía las capacidades de la organización.
- La definición de otras prioridades por parte de la organización.
- Una metodología que se consideraba que no se ajustaba a las necesidades de la población.

- Diferencias con lo metodológico de la propuesta, por ejemplo la necesidad de realizar emprendimientos individuales y no grupales
- Por último, la imposibilidad o la negativa de encarar el compromiso y la responsabilidad dado que la propuesta del Banco Popular de la Buena Fe incluye un alto componente de dinero, cuyo origen es el Ministerio de Desarrollo Social de Nación. Se genera desconfianza ya sea porque las/os promotoras/es reciben una beca por su trabajo o por la necesidad de administrar los fondos semilla.

Cabe aclarar que las organizaciones que aceptaron la propuesta (tanto regional como locales) lo hicieron luego de procesos internos de debate y reflexión, en los cuales no todas las veces estaban a favor de la propuesta. Aún así actualmente son catorce (14) las organizaciones que conforman, conjuntamente con la Fundación Otras Voces, el Banco Popular de la Buena Fe:

- 1 Biblioteca Popular “Jorge Fonseca”, en el Barrio Sarmiento de la ciudad de Centenario.
- 2 Organización SOL (Solidaridad y Organización para ser Libres), en el Barrio San Lorenzo de la ciudad de Neuquén.
- 3 Fundación Jaime de Nevares, en el Barrio Valentina Sur de la ciudad de Neuquén.
- 4 Asociación Civil “Ingkahue”, en los Barrios Belgrano y Confluencia de la ciudad de Neuquén.
- 5 Congregación Religiosa Santa Teresa de Jesús – Grupo Horizonte, en el Barrio Villa Ceferino de la ciudad de Neuquén.
- 6 Parroquia “San Cayetano”, del Barrio Parque Industrial de la ciudad de Neuquén.
- 7 Parroquia “Nuestra Señora de Lujan”, del Barrio Progreso de la ciudad de Neuquén.
- 8 Asociación Civil “Uno más Uno”, del Barrio Gran Neuquén Norte de la ciudad de Neuquén.
- 9 Parroquia “María Madre de América”, del Barrio Unión de la ciudad de Plottier.

- 10 Asociación “En Camino con Otro”, de la ciudad de San Patricio del Chañar.
- 11 Asociación “Centenario Esperanza”, de la ciudad de Centenario.
- 12 Biblioteca Popular “América”, del Barrio América de la ciudad de Plottier.
- 13 Pastoral Social de la ciudad de Zapala.
- 14 Asociación PROECO del Norte Neuquino (que decidió trabajar en las localidades de Andacollo y Las Ovejas).

En relación a las características de las Organizaciones Locales, es interesante destacar que en el caso de Neuquén de las 14 organizaciones locales:

- 3 son parroquias de la Iglesia Católica.
- 3 son organizaciones no parroquiales, pero con una fuerte vinculación con la Iglesia Católica.
- 2 son Bibliotecas Populares.
- 6 son otro tipo de organizaciones de la sociedad civil, asociaciones civiles o fundaciones.

De este dato pueden hacerse varias deducciones. En primer lugar que no participan actualmente de la propuesta, aunque se trabajó con ellos para que se sumaran, las organizaciones de vecinos auto convocados, las comisiones barriales o de Fomento y las AFR, pero sí participan otras organizaciones con vínculos políticos explícitos. Esta constatación ameritó a posteriori reflexiones que incidieron en las siguientes elecciones de organizaciones locales.

En segundo lugar, que en el caso de Neuquén el alto porcentaje de instituciones relacionadas a la Iglesia Católica puede asociarse con un tipo de propuesta centrada principalmente en el concepto de comunidad. El trabajo barrial previo, el anclaje en el territorio, el reconocimiento de la comunidad son elementos indispensables que tienen estas organizaciones locales, elementos medulares en su trabajo en terreno y al mismo tiempo elementos fundamentales en los Bancos Populares.

En tercer lugar, que el capital social de la Fundación Otras Voces, fuertemente ligado a la militancia de base de la Iglesia Católica y con un reconocimiento en la comunidad por su trayectoria en lo educativo, operó favoreciendo la incorporación y la sinergia de sus capitales sociales con su primera red ampliada.

En cuarto lugar es importante destacar que se han detectado pocas organizaciones insertas en barrios y tomas de la zona oeste y más precarizada de la ciudad, como son Cuenca XV, Hipódromo, Los Hornos, Atahualpa, entre otras. Un relevamiento organizacional permite afirmar que son pocos los grupos que teniendo un fuerte trabajo barrial y que desarrollando tareas y actividades con dirección clara y propia, cuentan con la suficiente organización para lograr conformarse más formalmente y llevar a cabo una propuesta que incluye el manejo de fondos, que - hasta septiembre de 2007- era de \$30.000 por organización.

Las organizaciones que participan del programa realizan un sinnúmero de actividades por fuera del mismo como ser: apoyo escolar, recreación, capacitación, talleres de prevención en diversas temáticas, actividades artísticas, actividades religiosas, ferias de de ropa, etc. De esta manera la oferta de microcréditos y el acompañamiento a los emprendimientos productivos se convierte en una acción más de la organización. Y como parte del entramado de una estrategia organizacional es que el microcrédito se transforma en una acción realmente potenciadora y sinérgica. En Biblioteca Fonseca, por ejemplo, los emprendedores pasaron a ser socios de la Biblioteca, en la Parroquia María Madre de América las emprendedoras colaboran frecuentemente con las actividades de recreación. En la parroquia Nuestra Señora de Luján las emprendedoras participan activamente de los talleres de tai chi chuan, telar y otros. En Ingkahue algunas emprendedoras comenzaron a enviar a sus hijos a las clases de apoyo escolar. De esta manera se retroalimentan positivamente las actividades que platea el BPBF e y las de la organización.

## 2.2 El rol de las organizaciones sociales en el BPBF

En el camino de descentralización y empoderamiento de las y los protagonistas del Banco, es fundamental que las organizaciones locales estén asentadas, arraigadas y legitimadas en el barrio donde se realizan las acciones.

EL programa BPBF busca ser un medio estratégico para lograr mayor llegada e incidencia en la comunidad, para aprender a administrar prácticamente fondos, recursos y capitales, para desarrollar estructuras flexibles y trabajar con otras organizaciones y poblaciones. Sus objetivos son los siguientes:

- Generar trabajo a través del autoempleo para mejorar la calidad de vida de los emprendedores y sus familias.
- Promover una transformación sociopolítica hacia una comunidad organizada política, social y económicamente.
- Formación en valores (los de la Economía Social)

Esta propuesta ha contribuido a fortalecer la capacidad de incidencia que tienen las organizaciones en sus barrios y ha generado nuevos espacios de construcción de ciudadanía. La realidad da cuenta de que el proceso de participación y organización comunitaria, es un camino que se está empezando a transitar en pos de un proyecto ciudadano. Una de las fortalezas del Banco Popular consiste en la articulación entre organizaciones que presentan un trabajo previo junto a personas de barrios y localidades: “...es gente que se junta y -lo más importante- se junta con una misión determinada...” (Promotor).

La experiencia pone de manifiesto que el trabajo articulado junto a otras organizaciones, es un proceso de construcción en el que se requiere de tiempo para el conocimiento mutuo y para la planificación de acciones conjuntas, en pos de un proyecto y un horizonte común. Este tipo de trabajo entre organizaciones se sustenta en la convicción enraizada en el paradigma de empoderamiento social, cuyo fin es la posibilidad de autodeterminación de cada una a la vez que la revalorización del trabajo articulado entre todas. En esta propuesta la dimensión y el respeto por el tiempo de los procesos particulares y colectivos es una variable fundamental. Este fortalecimiento conjunto se asocia también al paradigma de la Economía Social, dado que el mayor desarrollo es consecuencia de una mayor y

mejor articulación y no de una acumulación de capital por parte de un solo actor. Es por eso que la convocatoria a organizaciones y la consolidación de sus vínculos se vuelve sustancial.

En este proceso un paso fundamental es el empoderamiento y el crecimiento personal y organizacional orientado a la superación de niveles de autodependencia y el Desarrollo a Escala Humana aunque a veces el respeto por la independencia de toma de decisiones de cada organización hace que el andar sea más lento, estos tiempos garantizan que los procesos sean sólidos y se arraiguen fuertemente en la comunidad.

Nos parece importante destacar en este punto algunas cuestiones sobre las cuales se presentan las mayores debilidades de las organizaciones locales en relación al programa. Las identificamos en torno a dos ejes principales: lo jurídico - formal y las aptitudes y cualidades organizacionales.

En relación al primer aspecto, los requisitos son similares a los que se les solicitan a las organizaciones para constituirse en regionales: tener personería jurídica; presentar acta de constitución y estatutos sociales con última acta de asamblea de elección de autoridades; tramitar constancia en la inspección general de personas jurídicas, tramitar constancia de inscripción en la AFIP-DGI discriminando exención tributaria FORM 709; presentar número de CUIT de la entidad y último balance confeccionado por la entidad, firmado por un contador público y certificado por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas correspondiente a la región. También se les exige habilitar y certificar para ese único fin, una cuenta bancaria en los bancos autorizados por el Ministerio de Desarrollo Social

El cumplimiento de estos requisitos les permite operar como organización en el sistema formal, teniendo la posibilidad de abrir cuentas bancarias, realizar trámites bancarios, financieros y de cualquier otro tipo, con -prácticamente- las mismas oportunidades que una persona física. Pero, lo cierto es que las entidades bancarias no están capacitadas para atender organizaciones sociales y hay pocos empleados y empleados bancarios que tienen voluntad de allanar el camino. No se informa debidamente que el sostenimiento de la cuenta es costoso y no se aplican

automáticamente las exenciones para este tipo de instituciones. Estos requisitos de formalidad a veces son excluyentes y se han constituido en un obstáculo para las organizaciones a la hora de poner en funcionamiento el Banco Popular

Como se dijo anteriormente, no es común encontrar en Neuquén agrupaciones y organizaciones que se hayan inscripto en personería jurídica o tengan la intención de hacerlo por las trabas que pone la burocracia administrativa, porque los trámites pueden durar meses y porque, aparentemente, hay intencionalidad política de que esto no suceda para que las organizaciones no puedan manejar fondos autónomamente, hecho que genera mayores niveles de independencia en la sociedad y corta la relación clientelar. El aspecto de la sostenibilidad económica es determinante en las organizaciones porque los requisitos de balance al día, de certificaciones y de gastos generales son costos que muchas veces inhiben el crecimiento.

En cuanto al segundo eje de aptitudes y cualidades organizacionales las mayores debilidades observadas se relacionan con algunos aspectos del perfil de cada una, con la capacidad de gestión y administración de recursos, con el reconocimiento y legitimidad por parte de la comunidad, con la credibilidad de su trabajo y su transparencia. Es importante recordar que este aspecto se construye y desarrolla en la misma práctica organizacional. Por lo tanto, en relación a los recursos humanos, muchas de las organizaciones locales que han tenido que convocar a personas externas a ellas para poder implementar el Programa, se han encontrado con la necesidad de asumir el desafío de construir nuevas estructuras y ampliar su campo de acción para conformar los Bancos Populares. La práctica de la Fundación ha demostrado que es importante para la articulación de tareas y objetivos, desligarse de prejuicios y especulaciones, apuntando siempre a que las comunidades y sus integrantes se empoderen, desarrollen y crezcan en la autonomía, a partir de la acción y el compromiso mutuo.

Tal vez el mayor desafío para las organizaciones locales y regionales sea “correrse” de un estilo fuertemente arraigado en la región de paternalismo y asistencialismo. Este tipo de lógicas operan muchas veces desde el inconsciente y tiñen el trabajo social que se realiza, por lo que la propuesta del Banco Popular



### **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

exige desnaturalizar conceptos y prácticas muy instaladas en nuestra cultura. Romper con estos círculos es también un proceso que implica tiempo y deconstrucción constante.

### **En síntesis**

Para que una Política Pública pueda promover una diversidad de satisfactores que, en su sinergia, promuevan la satisfacción de las múltiples necesidades humanas debe necesariamente articular varios actores. Es en el contexto de un trabajo barrial en el cual está inserto el trabajo organizacional que permite que esta generación de satisfactores sea posible.

Uno de los objetivos esenciales del BPBF e y de la Economía Social es la consolidación de redes, la articulación entre organizaciones y diferentes actores y actrices sociales. En Neuquén esta articulación se materializa en una red que involucra principalmente a 15 organizaciones de la sociedad civil dentro del programa BPBF e y en otros niveles con organismos gubernamentales, municipios, otras organizaciones de base, etc. Existe una particularidad y es que las pocas organizaciones de la sociedad civil independientes del poder político. Si bien existen algunas independientes con trabajo barrial, existen obstáculos a la hora de formalizarlas..



## **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# **LAS Y LOS PROMOTORAS/ES**

### **3.1 El rol de las y las promotoras/es en el BPBF**

Es importante no perder de vista que el Programa BPBF articula - fundamentalmente- aspectos económicos, personales y comunitarios. En la promoción de procesos de organización comunitaria y acompañamiento a los emprendimientos, este es el núcleo que diferencia al BPBF de cualquier otro banco financiero formal y de otros programas Políticas Públicas, relacionadas o no con la temática de los microcréditos. Por este motivo, las y los promotoras/es del BPBF son las figuras más significativas en la dinámica de entrega de microcréditos con fines solidarios. Son los que sostienen el programa y está fuertemente relacionado su accionar con el éxito o el fracaso del programa.

Las prácticas y testimonios, permanentemente dan cuenta de lo fundamental que es el rol de la y el promotor/a. Por un lado, se lo asocia en su acompañamiento y promoción al dispositivo que genera que la devolución de los créditos sea tan alta (en algunos Bancos llega al 98%). Su diaria tarea de trabajo de campo, contacto y apoyo directo a las y los emprendedoras/es, hace que sean un eje clave en el proceso grupal de emprendedorismo y cumplimiento de la garantía solidaria. No obstante, se puede afirmar que si hubiera *mayor capacitación específica* a las y los promotoras/es en la temática de finanzas solidarias, Economía Social y acompañamiento a proyectos y emprendimientos productivos, podrían contar con mayor cantidad de herramientas y resolver aspectos importantes de las prácticas. En la actualidad, muchas/os tienen miradas abarcativas desde el sentido común, con lo cual la formación enriquecería sus intervenciones a partir de la posibilidad de realizar lecturas y capacitaciones estratégicas.

### **3.2 La construcción del rol de promotor/a**

De los tres actores principales: organizaciones, promotoras/es y emprendedoras/es, tal vez sean las/os segundas/os las/os que mayor entrenamiento en las prácticas requieran para ir formándose en el camino. Es el rol más complejo y esto amerita una fuerte capacidad de insight para revisar las propias prácticas y cuestionarlas. Los mismos testimonios de las y los promotoras/es plantean que: “Si

*hoy yo tuviera que entregar créditos lo haría de otra manera, esto se aprende con la práctica. Falta tiempo para capacitar, tengo que ver que el proyecto de cada microemprendedor tenga viabilidad, que pueda tener ganancia. Yo tengo que aprender a motivar a una persona, los lenguajes, la evaluación del proyecto, los objetivos... es imposible".* Se deja en evidencia que es en la misma práctica donde las y los promotoras/es aprenden y aprehenden el rol y las modalidades de acompañamiento y promoción. Las dimensiones socio-políticas-económicas del Programa BPBFe, sólo pueden ser comprendidas en el mismo transcurso de entrega de microcréditos y concreción de microemprendimientos, dada la complejidad de los procesos socio-comunitarios.

En esta misma línea, es importante destacar que los tiempos contemplados en el Programa BPBFe para la aprehensión y comprensión del rol de promotor/a, son muy cortos. No es sencilla la tarea de evaluación y acompañamiento de los microemprendimientos, así como no se puede analizar en profundidad la viabilidad de un proyecto de \$500 en un contexto tan cambiante y en tan poco tiempo.

### 3.3 El Equipo Promotor del Banco Popular de la Buena Fe

Las tareas del Equipo Promotor son, de acuerdo al manual del Banco Popular de la Buena Fe las siguientes:

- **Promoción y difusión del programa:** es la tarea de promover, convocar, dar a conocer la realización del proyecto. Tanto hacia el interior del barrio como hacia la comunidad ampliada. Implica el diseño de algunos materiales sencillos de difusión y propaganda. Una de las principales tareas consiste en preparar la convocatoria inicial en el barrio y atender las consultas.
- **Formación y acompañamiento de grupos:** consiste en acompañar el proceso de conformación de los grupos, analizar los proyectos, identificar problemas y caminos de solución junto al grupo y evaluar con el grupo la viabilidad de los proyectos.

- **Coordinación del Centro:** llevar adelante las reuniones semanales del Banco Popular con los grupos conformados, denominadas “Vidas de Centro”. En esas reuniones se realizan los reembolsos y se trabaja con los grupos.
- **Administración contable y registro:** asentar los registros y planillas, los pagos de las cuotas, deudas, pedidos de fondo de ahorro grupal y todas las tareas administrativo contables que surjan de la práctica. Retiro y depósito del dinero en el Banco. Elaboración de informes bimestrales sobre la marcha del Banco.

### 3.4 Características de las y los promotoras/es

Para desempeñar el rol de promotoras/es según lo establecido en el manual del Banco Popular de la Buena Fe las personas deben ser: “...de la comunidad en la que se instala el banco con reconocimiento y práctica en el desarrollo tareas sociales, que vivan en los mismos barrios de las y los prestatarias/os o cercanos a ellos...”. (Manual del Capacitador del BPBF)

Asimismo, establece que es relevante que posean capacidad para coordinar grupos, acompañar procesos pedagógicos en los que se recuperen los saberes de los participantes, que estén capacitadas/os en Educación Popular, con herramientas para evaluar proyectos productivos, para promover que las y los miembros del grupo construyan la garantía solidaria, ofreciendo distintos instrumentos que tengan el objetivo de consolidarla. Deben contar con la posibilidad y disposición para acompañar, asistir y movilizar el proceso de aprendizaje y transferencia de aprendizajes a prestatarias y prestatarios. Todas estas cualidades que marca el manual, se establecen porque las y los promotoras/es son quienes -literalmente- ponen en marcha el Banco y, junto a prestatarias/os, garantizan el óptimo funcionamiento del sistema: viabilidad y sustentabilidad de los proyectos financiados y altos niveles de reembolso de los préstamos. Es un trabajo intenso, comprometido, que requiere de un perfil específico para llevar a cabo la tarea. Una de las cualidades fundamentales es que conozcan la realidad del barrio, su idiosincrasia y mantengan una buena comunicación con los vecinos y las vecinas.

Estas características no las puede poseer una sola persona, por eso una propuesta consiste en hablar del Equipo Promotor. Las cualidades descritas en el manual no necesariamente deben confluir en cada una y uno de las y los integrantes del grupo, sino que la ventaja del Equipo es que puede capitalizar las características en general y cumplir su rol en conjunto.

### **3.5 La elección del equipo promotor**

A través de los trabajos de sistematización de la experiencia del Banco Popular de la Buena Fe a nivel nacional y provincial, podemos observar que las organizaciones locales eligen al Equipo Promotor tratando de tener en cuenta las cualidades y el perfil que plantea el Programa. No obstante, no siempre logra cumplirse ya que no es fácil encontrar personas con perfiles semejantes a los descritos anteriormente y que -a su vez- tengan el tiempo disponible y las ganas para realizar esta tarea. Como consecuencia, las organizaciones muchas veces convocan a promotoras/es por su necesidad de trabajo remunerado más que por su capacidad. En otros casos, las y los promotoras/es son miembros de la organización (voluntarias/os y/o militantes), pero no vecinas/os del barrio. También se han convocado a estudiantes o profesionales de las áreas de Economía, Administración y Trabajo Social.

Si bien una de las propuestas del Ministerio de Desarrollo Social en relación al perfil de la o el promotor/a es que viva en el mismo barrio donde se conforman los Banquitos, esta situación implica ventajas y desventajas. Como ventajas se identifican el conocimiento de la idiosincrasia del barrio, su historia, sus habitantes, las relaciones que se dan entre ellos y, sobre todo, la presencia en las acciones cotidianas (tomarse un colectivo, encontrarse en la escuela de las/os hijas/os, en la panadería, etcétera). Como desventaja pueden presentarse el desgaste al no poder separar la vida privada personal y familiar de la comunitaria “(...) *ser promotor las 24hs, tener a las 12 de la noche gente en mi casa (...)*”, no poder escapar de los prejuicios, ser foco de comentarios, entre otras. Asimismo, si bien en el BPBF no hay fuertes sumas de dinero que provoquen diferencias categóricas de clase social, sí hay un status simbólicamente diferenciado, lo cual puede generar relaciones de

micropoder que muchas veces no se explicitan, pero sí están en juego. Esta misma lógica también puede aparecer a la hora de cobrar la cuota del crédito. Es la o el promotor/a quien debe cobrar y, el hecho de exigir el dinero, puede dar lugar a una separación o fragmentación relacional. Existen también lealtades barriales que están en juego, de las que es muy difícil poder desprenderse y ser objetivas/os cuando los problemas del barrio se manifiestan en el Banco.

La experiencia en Neuquén indica son aproximadamente un 60% las y los promotoras/es que viven en el barrio. Es posible preguntarse entonces acerca de la posibilidad de encontrar en los mismos barrios personas dispuestas a realizar la tarea de promotor/a, con el tiempo que implica, las cualidades que se les requieren y el escaso reconocimiento económico propuesto. Muchas veces, las y los vecinas/os comparten las características socioeconómicas de supervivencia, por lo tanto se encuentran en situación de vulnerabilidad y son incapaces de acompañar los procesos de otras y otros. En la experiencia vemos que este tipo de promotor/a es quien se aleja de la propuesta más fácilmente. Por otro lado, quienes logran crear mecanismos para sostenerse a lo largo del proceso se ven fortalecidas/os, toman conciencia de grupo y realizan un camino de crecimiento y empoderamiento de fuertes bases.

Es primordial que en el perfil de las y los promotoras/es se prioricen las habilidades sociales en cuanto al manejo de grupos, ya que en la propuesta del “Banquito” es muy fuerte el sentido de construir comunidad, fortaleciendo los aspectos relacionales, afectivos, espirituales y de autoestima de las y los emprendedoras/es. La propuesta entiende que tantos los aspectos económicos como los sociales son de igual importancia, y esto se visualiza en que los proyectos económicos que han salido adelante son los que -también- están contenidos en un proceso grupal.

La propuesta tiene un fuerte contenido social grupal: las líneas de vida<sup>1</sup>, las Vidas de Centro, visitas a cada casa, el formar un grupo como Garantía Solidaria, entre otras. En este contexto, las problemáticas de las personas emergen y se

---

<sup>1</sup> Es la técnica utilizada como punto de partida de la conformación del grupo de promotoras/es y el grupo de emprendedoras/es.

hacen muy palpables, por lo que el papel de la y el promotor/a es clave en la canalización y la conducción de estos procesos. Es un desafío el saber y poder acompañar los procesos de construcción de identidad grupal.

Las y los promotoras/es comentan que la situación en la que se encuentran al desarrollar esta propuesta, les demanda mucho esfuerzo, compromiso y responsabilidad, no sólo en la tareas que ya tienen asignadas, sino también al trabajar con el grupo de prestatarias/os, cuando deben desafiar situaciones para las cuales, muchas veces, no están preparadas/os. La promoción implica dar el impulso y acompañar ciertos procesos comunitarios, desde un lugar que permita que la mirada sea más amplia y abarcativa que la de las y los protagonistas implicadas/os directamente, para poder -de esta forma- ser clarificadoras/es en la realización y facilitación de síntesis constantes de las prácticas, actividades y cotidianeidad. La figura de la y el promotor/a, generalmente está presente en los procesos grupales e individuales de una forma práctica y cotidiana.

Otro aspecto clave, es que la y el promotor/a posea también cualidades emprendedoras o tenga experiencia en microemprendimientos. Esto no significa que el tenga -necesariamente- su propio emprendimiento, pero sí que tenga las cualidades que le permitan generar y motorizar ideas y acciones (ferias, contactos con organismos públicos, contactos con capacitadoras/es, etcétera). Existe un cúmulo de conocimientos sobre los cuales se debe acompañar y saber empoderar a las y los emprendedoras/es, sobre todo en lo que respecta a la capacidad para darle sustentabilidad a un proyecto económico y productivo.

### **3.6 Un punto de tensión: la remuneración de las y los promotoras/es**

Las y los promotoras/es reciben una suma de dinero en concepto de las tareas de acompañamiento bajo el formato de “beca docente”, con una carga horaria de 12 horas semanales aproximadamente. Con respecto a la remuneración hay varias cuestiones a plantear. En primer lugar, esta tarea NO se trata de un empleo, pero tampoco de un voluntariado. Las y los promotoras/es firman un convenio con el Ministerio de Desarrollo Social, donde éste no asume ninguna obligación en cuanto

a obligaciones patronales. El contrato puede ser revocado si la o el capacitador/a incurre en inasistencias injustificadas, llegadas tarde u otras faltas, actitudes o conductas perjudiciales para el funcionamiento de la beca y/o los intereses del Ministerio de Desarrollo Social. Este marco legal, a veces genera contradicciones entre promotoras y promotores, por que la línea divisoria entre trabajo formal y voluntariado no está clara. Por un lado se exige un cumplimiento efectivo de las horas semanales y un compromiso afectivo también, lo que puede ser considerado un trabajo formal, pero por otro lado el Estado no tiene ninguna relación contractual con ellas y ellos. No obstante, aunque no es un trabajo, en numerosas oportunidades es tomado como tal, sobre todo si las y los promotoras/es se encuentran en ese momento subempleadas/os o desempleadas/os.

Una segunda cuestión tiene que ver con la remuneración en sí. Actualmente, cada promotor/a recibe alrededor de \$250 por mes, para realizar una tarea que insume 12 horas de trabajo semanal. En relación a este aspecto, pueden hacerse algunas observaciones:

- Las horas de trabajo que efectivamente realiza un promotor -según las tareas establecidas por la metodología del programa- suelen ser más de 12 por semana. El trabajo real de una o un promotor/a no puede cuantificarse en tan sólo 12 horas semanales, y que acompañar procesos de grupo y comunidad tiene una demanda mucho mayor tiempo, energía y trabajo. Las distintas realidades que viven las y los emprendedoras/es se ponen de manifiesto en un trabajo asociativo de la naturaleza del Banquito; y la complejidad de los múltiples espacios donde interaccionan las personas se hacen evidentes a la hora de construir en grupo. Por estos motivos, el trabajo de las y los promotoras/es es arduo y exigente.
- El valor hora resultante es de menos de \$6 la hora, siendo una infravaloración si se la compara con otros ámbitos de empleo.

Existe una tercera cuestión a tener en cuenta y es que para las y los promotoras/es, contar con un tipo de regularidad monetaria mensual puede generarles una lógica de trabajo en relación de dependencia. Esta configuración puede distorsionar el trabajo de acompañamiento a las y los emprendedoras/es, que

están en proceso de incorporar una lógica diferente de trabajo, que tiene que ver con el autoempleo, la autogestión y el cuentapropismo. La lógica de la y el promotor/a puede entonces entrar en contradicción con la lógica de la y el emprendedor/a.

La remuneración es un tema que condiciona directamente el perfil de las y los promotoras/es del Banco Popular. La práctica ha demostrado que el perfil de promotor planteado en los manuales específicos del Programa, provistos por el Ministerio de Desarrollo Social, es un perfil deseado pero difícilmente presente en el Barrio. La metodología propuesta no prevé que el trabajo de promoción implica tiempo, conocimiento y dedicación prácticamente exclusiva al acompañamiento y fortalecimiento del Programa y los emprendimientos. La situación concreta, presenta promotoras y promotores que están parcialmente dedicadas/os a las tareas adjudicadas, puesto que -además- trabajan para subsistir, o bien se dedican fuertemente al Banco, pero frente a un empleo estable y bien rentado reducen -y en ciertos casos dejan- de acompañar en el BPBFé.

*Es clave que el promotor vea en su rol la parte humana y vincular de las prácticas, puesto que desde lo financiero no es una oferta válida.* En este sentido es negativa la evaluación, puesto que nos encontramos con promotoras/es que realizan con gusto y dedicación su rol, pero no pueden dedicarse en su totalidad porque el reconocimiento económico es mínimo e insuficiente para la subsistencia.

Una magra remuneración hará que las y los promotoras/es sean personas que:

- Ya tienen sus necesidades básicas cubiertas con otro ingreso, con lo cual disponen del tiempo requerido para la tarea.
- No tienen sus necesidades básicas cubiertas, pero han hecho una opción de pobreza.
- No tienen sus necesidades básicas cubiertas y ante una oferta laboral real, abandonan la tarea de promoción en el Banco.

De aquí se desprende la inestabilidad que generalmente se encuentra entre aquellas personas que se están desempeñando como promotoras del BPBFé en los barrios. En el marco de la propuesta de Max Neef, la y el promotor/a es quien debe

trabajar fuertemente en la promoción e inducción de la sinergia, para encaminar lo personal, grupal y comunitario a niveles creciente de autodependencia.

### **3.7 La capacitación de las y los promotoras/es**

La metodología del Banco Popular de la Buena Fe requiere de una capacitación inicial a organizaciones regionales, organizaciones locales, promotoras y promotores, la cual es llevada a cabo por el Equipo Técnico del Banco Popular de la Buena Fe del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Este es un momento central en el Programa para que la propuesta pueda ser llevada adelante, ya que define y clarifica lo relacionado a la metodología y al espíritu de la propuesta. Sus ejes fundamentales son:

- 1) El marco de la filosofía y los objetivos del Programa.
- 2) El desarrollo de alianzas estratégicas con instituciones que puedan proveer recursos materiales y humanos para la implementación de los programas locales.
- 3) La apropiación de la concepción metodológica que sostiene el BPBF.

Se trata de una capacitación preestablecida, encarada y fundada en la Educación Popular, que sirve de “signo” y “puntapié inicial” para el inicio de la construcción del Banco. Algunas de las características de esta capacitación son las siguientes:

- Lo central es la Persona, por este motivo se comienza realizando una línea de vida individual.
- Posee un fuerte componente festivo (canciones, bailes, dinámicas, recreación).
- Busca la construcción del aprendizaje en el hacer, a partir de la participación colectiva.
- Tiene como principio que “No se le pide nada a la o el emprendedor/a, que la o el promotor/a no haya hecho antes”. Todas las dinámicas y actividades tienen que ya haber sido experimentadas previamente por la o el promotor/a.

- Se realizan los cierres de encuentros de trabajo con celebraciones.

Desde la metodología del Programa se propone que el Equipo Promotor tenga un taller de capacitación inicial de dos días y medio. Al finalizar el mismo, se considera que ya está en condiciones de comenzar a poner en marcha el proyecto.

La metodología de la capacitación es de taller y la apuesta está hecha en lo vivencial, en la importancia de la significación que cada una y cada uno pueda darle a los hechos, base fundamental de la Educación Popular. Si el Equipo Promotor, junto a las y los referentes de las organizaciones, logra experimentar los pasos que acompañarán las y los emprendedoras/es para conseguir el crédito, seguramente podrá recorrer ese camino con paso mucho más firme, pero también compañero. Es por eso que en esta instancia nada (o casi nada) debe estar librado al azar. No obstante, esta capacitación puede considerarse insuficiente, ya que el rol de las y los promotoras/es requiere de constantes espacios de formación e intercambio con otras y otros.

A nivel nacional, el 82% de las y los promotoras/es solicita capacitación para poder cumplir mejor con sus tareas en los siguientes temas: participación comunitaria, coordinación de grupos, elaboración de proyectos, contabilidad, marketing y comercialización, educación popular, entre otros. En el caso de Neuquén, lo que más se demanda es respecto a educación popular, Economía Solidaria y formación política.

La tarea de las y los promotoras/es, les exige que respondan a necesidades administrativas (rendiciones de dinero depositado, entregado e invertido), pedagógicas y sociales (organización de grupo, contención) y específicas de elaboración y evaluación de proyectos productivos. Muchas veces están frente a encrucijadas que exceden sus conocimientos, con lo cual la posibilidad de capacitarse es fundamental para sostener el buen acompañamiento y desempeño de su función de promoción de los procesos.

## En Síntesis

Las y los promotoras/es del BPBF<sub>e</sub> son la clave del éxito del Programa. Su rol está pensado para ser desempeñado por personas de la comunidad con reconocimiento y práctica en el desarrollo tareas sociales, que vivan en los mismos barrios de las y los prestatarias/os, con capacidades de coordinación de grupo, conocimientos de emprendimientos comerciales y actitud emprendedora. Se trata a su vez de una tarea que exige una amplia dedicación horaria y exigencia emocional. Encontrar este perfil no es una tarea sencilla pero es necesaria. Además la tarea del promotor está cruzada por múltiples tensiones que se deberán resolver en conjunto con la organización local: ser o no ser vecina/o del barrio, mantener la tensión entre un trabajo rentado y la militancia o voluntariado, la disciplina propia de la metodología, etc.

Y esto es un desafío mayor si se piensa en la sostenibilidad a futuro de la propuesta. Las diversas experiencias de microcréditos que se sostienen sin subsidios por parte del Estado o de empresas requieren de promotores dedicados formalmente al acompañamiento (llamados comúnmente oficiales de crédito) a razón de más de 5 emprendimientos por cada uno como ocurre actualmente en el BPBF<sub>e</sub>, o en una tarea completamente voluntaria asumida por algunas personas, muchas veces prestatarios más antiguos, con un fuerte acompañamiento de la comunidad.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# **LAS Y LOS EMPRENDEDORAS/ES**

#### 4.1 ¿Quiénes son las y los emprendedoras/es?

Las y los emprendedoras/es del Banco Popular de la Buena Fe, son las personas que se acercan a la organización que esté efectuando la convocatoria para la formación de Bancos y recibir un crédito junto con otras 4 personas. El primer contacto se realiza por motivaciones individuales, pero la propuesta redefine esta realidad, haciendo que la presentación de proyectos y acceso a los microcréditos sea a través de un grupo. Las/os emprendedoras/es son los pilares del Banco, constituyéndose en el proceso de construcción del mismo como actrices y actores principales. El objetivo es que sea la comunidad quien se vaya apropiando de la propuesta, sosteniéndola y haciéndola suya.

A través de nuestro relevamiento hemos podido hacer una caracterización de las y los prestatarias/os que participan actualmente del BPBF en Neuquén.

#### 4.2 Perfil sociodemográfico

Una de las características fundamentales es la preponderancia de las mujeres en la propuesta, particularidad que se presenta también a nivel nacional y en el mundo. Las mujeres son quienes más se acercan a la propuesta.

**Cuadro Nº 1**  
**Emprendedoras/es según género**

Género	Fa (Frecuencias absolutas)	Porcentaje
Femenino	227	89 %
Masculino	28	11 %
<b>Total</b>	<b>255</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Grillas del BPBF N= 255

El 89% de la totalidad de las/os emprendedoras/es lo constituyen las mujeres. Este porcentaje se obtiene de los datos de todas/os las/os emprendedoras/es que han recibido al menos un crédito, pero no da cuenta sobre la continuidad en la

propuesta. Quienes permanecen en el proceso son las/os participantes de las Vidas de Centro, en este caso el porcentaje de mujeres aumenta a un 92,8%. De esta manera, podemos afirmar que son las mujeres quienes más se acercan a la propuesta de microcrédito y también las que más participan activamente de la misma. Podríamos explicar este hecho por diferentes motivos:

- Los ingresos de las/os emprendedoras/es son progresivos y tardan en rendir sus frutos. Esto ayuda a que el microemprendimiento se visualice como una fuente de ingreso complementario en el hogar y no primario, lo cual legitima más fuertemente la participación de la mujer.
- El microemprendimiento posibilita una flexibilidad y autonomía de horarios y esto beneficia más a las mujeres que a los hombres, ya que así ellas pueden organizar mejor su tiempo entre el cuidado de las/os niñas/os y las tareas domésticas.
- El trabajo se realiza principalmente en la casa y esto permite a las mujeres realizar otras actividades del hogar (cuidado de niñas/os, cocina, limpieza, etc.) en simultáneo, reforzando el mandato cultural de género.
- Los emprendimientos se constituyen en una fuente ingreso propio autónomo, por fuera del aporte del marido y esto es muy valorado por las mujeres que puedan contar con su propio dinero para gastos propios.
- Además, el BPBF<sub>e</sub> posibilita un espacio de sociabilidad propio (*“un espacio sin marido y sin hijos”* en la voz de las emprendedoras) donde entablar otros lazos, especialmente con otras mujeres.

El visiblemente menor porcentaje de hombres que se acerca a la propuesta, puede explicarse también por factores de género. Por un lado el hombre es considerado socialmente como el sustento del hogar, por lo que en general busca trabajo estable, que asegure el ingreso económico familiar. Arriesgarse a emprender un proyecto, es un riesgo que les resulta más difícil de asumir. Por otro lado, la propuesta grupal no termina siendo del todo atractiva para los hombres, quienes circunscriben su vida social a los grupos a los que ya pertenecen, estando menos dispuestos a encarar una propuesta donde lo comunitario es básico, más aun

cuando es a cambio de un pequeño monto de dinero. Este punto es fundamental, ya que la propuesta de microcrédito del BPBF<sub>e</sub> demuestra que la participación de los varones se da cuando quienes se acercan, lo hacen especialmente para mantener o potenciar los emprendimientos que ya tienen encaminados. En algunos otros casos donde los hombres son trabajadores estacionales del sector frutícola, es común que encaren un microemprendimiento para complementar los ingresos en los tiempos de receso productivo.

**Cuadro Nº 2:**  
**Emprendedoras/es según rangos de edad**

Edad	fa	Porcentaje
Menos de 20 años	2	2,1 %
Entre 21 y 30 años	15	15,5 %
Entre 31 y 40 años	27	27,8 %
Entre 41 y 50 años	30	30,9 %
Entre 51 y 60 años	14	14,4 %
Mas de 60 años	9	9,3 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

La franja de edad que concentra al 60 % de la población encuestada varía entre los 31 y 50 años, éste es el sector de la población adulta económicamente activa. El dato coincide con las mediciones del programa a nivel nacional.

En Neuquén, la mediana se encuentra en los 43 años. Esta realidad nos habla de mujeres que ya pasaron la edad reproductiva activa, por lo que tienen menos responsabilidades en relación a la crianza de las/os niñas/os. De esta forma, cuentan mayor tiempo y disponibilidad para emprender proyectos económicos propios. Otro de los posibles factores que inciden en este dato, es que el mercado laboral excluye a las personas mayores de 40 años, sobre todo -como veremos más adelante- si éstas no están laboralmente calificadas o presentan bajos niveles de estudios formales.

El relevamiento también da cuenta de que las y los jóvenes no se acercan a la propuesta. Una posible causa sería que en ellas/os la actitud emprendedora no coincide con sus imaginarios, ya que todavía esperan insertarse en el mercado de trabajo formal y en relación de dependencia. En Neuquén existen dos fuentes de trabajo que en el imaginario social están sobrevaloradas. Una es el empleo estatal -ya sea municipal o provincial- en el cual “...no te pueden echar”, supone una baja exigencia y un salario relativamente satisfactorio. El segundo imaginario social relacionado a lo laboral está centrado en las empresas petroleras, donde se gana muy bien con poca calificación. Los cierto es que las trayectorias laborales hacen que estos imaginarios decanten, con el correr de los años, a visiones más realistas acerca de las posibilidades laborales.

Dentro de esta lógica de búsqueda y pretensión de un trabajo en relación de dependencia, el mercado laboral se constituye como el principal agente de exclusión socio-laboral, puesto que sus requisitos, exigencias y valoraciones no siempre se corresponden con tiempos y necesidades de la comunidad, sus adultos y sus jóvenes. De esta forma, el paradigma de la Economía Social -en el cual se enmarca el BPBF- es la alternativa a la Economía Capitalista, siendo en el marco del primer modelo donde se incluyen e incorporan los perfiles excluidos y marginados por los modos de producción y consumo capitalistas.

Retomando lo relacionado al sector joven, a lo largo de la evolución de la propuesta del BPBF (en la 2da operatoria), se incorporó un grupo de jóvenes emprendedoras (varían las edades de 18 a 21 años). De esta realidad se destaca que las mismas son hijas de emprendedoras del barrio, que ya estaban participando activamente de la propuesta, con lo cual puede inferirse un proceso de transmisión, de mística y lógica emprendedorista; lo que presumir proyectar que -en un futuro- cada vez más jóvenes se podrán sumar a la propuesta.

**Cuadro Nº 3:**  
**Emprendedoras/es según nivel de estudios alcanzado**

Nivel de Estudios	fa	Porcentaje
Primario incompleto	10	10,3 %
Primario completo	30	30,9 %
Secundario incompleto	34	35,1 %
Secundario completo	15	15,5 %
Terciario/Universitario incompleto	6	6,2 %
Terciario/Universitario completo	2	2,1 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Para poder hacer un mejor análisis de esta variable se ha decidido unificar los datos según el nivel de estudios de la siguiente manera: *Bajo* cuando se trata de estudios primarios incompletos. *Medio* si se trata de primario completo o secundario incompleto y *Altos* que incluye secundario completo y más.

**Cuadro Nº 4:**  
**Emprendedoras/es según nivel de estudios alcanzados: Bajos, Medios y Altos**

Nivel de Estudios	fa	Porcentaje
Nivel Bajo de Estudios	10	10,3 %
Nivel Medio de Estudios	64	66 %
Nivel Alto de Estudios	23	23,7 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Del análisis de los cuadros se desprenden dos conclusiones sobre la propuesta del Banco popular de la Buena Fe. En primer lugar, que la misma es abarcativa y heterogénea; ya que si bien hay estratos de estudios que presentan mayores frecuencias, todos ellos están representados en la muestra. Esto permite

inferir que no se trata de una política focalizada hacia un sector de la población con determinada formación, ya que participan tanto personas casi sin estudios como también con estudios universitarios completos. Esto podría encontrar su explicación en el hecho de que para llevar adelante un emprendimiento, se requieren saberes, experiencias y actitudes que no necesariamente se asocian a la educación formal. En este sentido no existen diferencias entre alguien que terminó la universidad y quien tiene estudios primarios únicamente. El BPBFe prevé estos aspectos, acompañando de forma semanal a la totalidad de las personas y capacitándolas durante dos meses antes de recibir el crédito.

Se conforma un espacio donde no sólo los saberes académicos son valorados, sino que cada persona tiene conocimientos que pueden ser útiles y apreciados, encontrándose todos en un mismo nivel de saber y posibilidad. Esta valorización promueve la autoestima de las y los emprendedoras/es: “... desde que estoy en el Banquito me miro al espejo todos los días y me siento hermosa” cuanta una de las protagonistas de la experiencia. Se traen a la luz conocimientos, habilidades que tienen que ver con la cultura de la gente. Así se rescatan técnicas de tejido, recetas, remedios naturales, técnicas de manipulación de alimentos, estrategias de venta, productos, etcétera; en definitiva, se legitiman los saberes tradicionalmente desvalorizados.

En segundo lugar se pone de manifiesto que sólo un 66% de la población del Banquito completó sus estudios primarios. Como comentábamos anteriormente, las exigencias dentro del mercado laboral son cada vez más grandes, por lo que cada vez es mayor el número de excluidas/os del mismo. En este sentido, la propuesta del BPBFe puede ser una alternativa para aquellas personas que sólo se relacionan con el sistema desde los espacios de trabajo más marginales y en las peores condiciones laborales. El 10,3% que no completó sus estudios primarios (población considerada analfabeta) también entran dentro de este esquema, pero desde un lugar aun más marginal.

El 21,7% concluyó sus estudios secundarios y un 2,1% los niveles superiores, con lo cual -aunque el Banco no es una política focalizada- el porcentaje de personas con altos niveles de estudios que se acercan al mismo es bajo. En

muchos casos el atractivo para estas personas pasa por el componente grupal del banco, encuentran un espacio de pertenencia, para compartir con los otros. También se encuentran dentro de este caso personas que en otro momento del país pertenecían a la clase media que hoy se encuentra empobrecida y no recibe ayuda de ningún otro programa social.

**Cuadro Nº 5:**  
**Emprendedoras/es según país de nacimiento**

País	fa	Porcentaje
Argentina	83	85,6 %
Chile	12	12,4 %
Bolivia	1	1,0 %
Perú	1	1,0 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

La mayoría de las y los emprendedoras/es son argentinas/os. Le siguen quienes han nacido en Chile y -por último- en Perú y Bolivia. En este sentido, las emprendedoras valoran el Banco como el “...espacio plural donde no te exigen ser argentina para participar, ni para acceder al crédito, todo el mundo tiene oportunidad igual”. En este punto es importante destacar que no se pide Documento Nacional de Identidad para participar, requisito que suele excluir a importantes grupos de personas de otros programas y planes sociales.

Comparado con el porcentaje de extranjeros del censo 2001 para la ciudad de Neuquén, en el Banco hay una mayor representación de los mismos, siendo un 6% contra un 12%.

### 4.3 Composición de las Unidades Familiares

**Cuadro N° 6:**  
**Composición del hogar de las y los emprendedoras/es**

Familia	Fa	Porcentaje
Unipersonal	6	6,2 %
Familia Nuclear	74	76,3 %
Familia Nuclear más uno	9	9,3 %
Familia Ampliada	8	8,2 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

**Cuadro N° 7:**  
**Cantidad de habitantes por hogar de las y los emprendedoras/es**

Cantidad	Fa	Porcentaje
1	6	6,2 %
2	6	6,2 %
3	22	22,7 %
4	20	20,6 %
5	18	18,6 %
6	14	14,4 %
7	8	8,2 %
8	1	1,0 %
9	2	2,1 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

**Cuadro Nº 8:**  
**Composición familiar de las y los emprendedoras/es**

Familia	Fa	Porcentaje
Biparental	51	52,6 %
Monoparental	30	30,9 %
No Parental (1)	14	14,4 %
Otro	2	2,1 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: (1) Esta categoría incluye hogares unipersonales

En base a los datos presentados en los tres cuadros anteriores, observamos que en su mayoría son familias nucleares conformadas por madre, padre y dos hijos. No son representativas las familias numerosas.

Una variable que probablemente influye en las características familiares de las y los emprendedoras/es, puede ser el importante componente de organizaciones locales relacionadas con la Iglesia Católica, la cual tiene como uno de los valores fundantes el de la familia nuclear. Una explicación posible para la baja presencia de familias numerosas puede estar dada en que las mismas, las mujeres deben dedicar más tiempo a las tareas domésticas y por lo tanto no pueden encarar un emprendimiento.

Por otro lado, en una familia ampliada se cuenta con un mayor número de miembros y por lo tanto las posibilidades de despliegue de estrategias de supervivencia también aumentan.

En cuanto a las familias monoparentales se puede pensar que están en menores condiciones de encarar un proyecto que implica cierto nivel de incertidumbre económica, con lo cual se inclinan por trabajos en relación de dependencia. Asimismo, la experiencia da cuenta de que quienes se acercan a la propuesta “tienen un red de contención que los sostiene, tíos, hermanos, padres, (familiares), un colchón, porque si no, no pueden sostener un emprendimiento”.

#### 4.4 Participación Comunitaria

El componente comunitario tiene un rol fundamental dentro de la propuesta del BPBF, y la Economía Social. Recomponer el tejido social e instaurar lazos de solidaridad entre las personas y las organizaciones es central para cualquier cambio de paradigma económico que quiera instalarse en la comunidad. Es por ello que se incorporó dentro de la encuesta una pregunta en la cual se indaga sobre este aspecto.

**Cuadro Nº 9:**  
**Emprendedoras/es según institución donde participan**

Institución	Fa	Porcentaje
No participa en ninguna	47	47,4 %
En la iglesia	14	14,4 %
En la Organización del Banco	10	10,3 %
En otra institución	6	6,2 %
En la Biblioteca Popular	5	5,2 %
En la comisión vecinal	3	3,1 %
En el comedor	3	3,1%
En la escuela	3	3,1 %
No sabe /no contesta	7	7,2 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Observamos que aproximadamente un 50% de los emprendedores participan de alguna organización y es especialmente importante que un 10% manifieste formar parte en la organización del banco por varias razones: en primer lugar el objetivo del Banco es descentralizar la propuesta y que poco a poco sean las y los emprendedoras/es los que lleven adelante el Banco sin la ayuda de las y los promotoras/es, en segundo lugar que las y los emprendedoras/es se apropien de la propuesta implica un compromiso con la misma, que se manifiesta en el alto índice de pago de los créditos. Por último emprendedoras/es empoderados serán los que

mejor transmitan a sus pares la propuesta y cuiden la misma. Ejemplos de esto están empezando a suceder en Neuquén; se conformó un Banco por antiguos emprendedores. Por otro lado “son las mujeres que recibieron el tercer microcrédito las que cuidan el seguimiento de la metodología al pie de la letra en los grupos nuevos”.

**Cuadro Nº 10:**  
**Emprendedoras/es según institución donde participan, según género**

Institución donde participan los emprendedores	Masculino	Femenino
No participa en ninguna	71,4%	45,6%
En la iglesia	0,0%	15,6%
En la comisión vecinal	0,0%	3,3%
En el comedor	14,3%	2,2%
En la escuela	0,0%	3,3%
En la biblioteca popular	0,0%	5,6%
En la organización del banco	0,0%	11,1%
En otra institución	14,3%	5,6%
No sabe / no contesta	0,0%	7,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,1%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

De la misma forma en que la participación masculina en el Programa BPBF es minoritaria respecto de la cantidad de mujeres que se acercan y se sostienen en la propuesta, se muestra que -entre los hombres microemprendedores- existe un gran porcentaje que no participa en ninguna institución. Entre los pocos que participan vemos que lo hacen en comedores vecinales o en otras instituciones no prevista en la encuesta.

## **En Síntesis**

Las y los emprendedoras/es son la razón del Banco, constituyéndose en el proceso de construcción del mismo como actrices y actores principales. Si pudiéramos describir un estereotipo de emprendedor diríamos que se trata de mujeres (89%) entre 31 y 50 años (60%) con una mediana de 43 años. Esta realidad nos habla de mujeres que ya pasaron la edad reproductiva activa, aunque todavía presumiblemente tienen hijos en edad escolar y que pertenecen a familias nucleares de aproximadamente 4 personas. Los jóvenes no se acercan a la propuesta.

Este perfil da cuenta del estrato de población que más se encuentra representado en esta propuesta, aunque no significa que otros grupos etarios y de género, no se acerquen a la misma.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# LOS EMPRENDIMIENTOS

## 5.1 Tipo y Rubro de emprendimiento

Los emprendimientos que se pueden desarrollar con el crédito recibido son de tres tipos: producción, servicios y reventa. No entran en esta categoría los proyectos de autoconsumo.

**Cuadro Nº 11:**  
**Tipos de emprendimientos desarrollados por las y los emprendedoras/es**

Tipo de Emprendimiento	Fa	Porcentaje
De re-venta	43	44,3 %
De producción	35	36,1 %
De Servicio	18	18,6 %
No Sabe/ No contesta	1	1,0 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Coincidente con lo que sucede a nivel nacional, la mayor parte de las y los emprendedoras/es se dedica a la reventa (apenas un 5% por debajo del promedio nacional). Es necesario aclarar que no se trata de cualquier reventa. No es la reventa callejera o en ferias la que prima, sino la reventa en los espacios domésticos como se verá en los cuadros siguientes. El porcentaje de emprendimientos productivos a nivel nación es muy similar, pero sí se registra en Neuquén la diferencia comparativa de un mayor porcentaje de emprendimientos de servicios (10,3% a nivel nacional y 18,6% provincial).

Es importante analizar el porqué del alto porcentaje de emprendimientos dedicados a la reventa. Podemos esbozar múltiples respuestas:

- La pérdida de ciertos saberes por parte de las mujeres (textiles y culinarios específicamente) y la incapacidad de visualizar habilidades propias para poner en marcha un emprendimiento productivo.

- La producción muchas veces requiere de una serie de adaptaciones en el hogar o maquinarias específicas (un horno pizzero, una máquina de coser), lo cual requiere de un fuerte desembolso de inversión de dinero que no siempre puede ser cubierto con el crédito, lo que implica algún consenso dentro de la economía del hogar para ser realizado.
- Significan un lugar legitimado para la mujer. La reventa “...la haces en casa de otras mujeres” y no sólo se trata de una legitimación social, sino que también es muy factible que los maridos dejen a sus mujeres realizar este tipo de actividades.

Además, en este contexto aparece una ventaja que es el conocimiento del Mercado: dónde vender a otras amas de casa, qué venderles y cercanía. Se le vende al mismo grupo social, en el barrio. Este aspecto se explica aun mejor visualizando el radio de venta y los aspectos positivos de los productos de ventas. Con respecto a la reventa, es interesante aclarar que toda venta requiere de habilidades, conocimientos, empatía, humor, autoestima, poder de persuasión, etcétera.

Por otro lado, una de las características de la producción es que implica también la venta de esa producción. No se las puede entender como separadas, y esta lógica puede corresponderse con la lógica de la economía doméstica, donde los eslabones de la cadena productiva están superpuestos, mezclados, no se los puede diferenciar.

**Cuadro Nº 12:**  
**Tipos de emprendimientos desarrollados por las y los emprendedoras/es, según género**

Tipo de emprendimiento	Masculino	Femenino
De reventa	14,3%	46,7%
De servicio	71,4%	14,4%
De producción	14,3%	37,8%
No sabe / no contesta	0,0%	1,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Con respecto al tipo de emprendimiento según sexo, los varones se vuelcan mayoritariamente al rubro de los servicios mientras que las mujeres se reparten entre la reventa casi la mitad de las emprendedoras, luego la producción y -muy por debajo- los servicios.

**Cuadro Nº 13:**  
**Emprendimientos según rubros**

Rubros	fa	Porcentaje
Textil (ropa, blanco, ajuar bebe, tejidos, etc.)	45	46,3%
Local Comercial (kiosco, almacén, peluquería, etc.)	16	16,4 %
Panificación (elaboración de pan, prepizzas, facturas, etc.)	11	11,3 %
Otros Alimentos (empanadas, pastas, milanesas, etc.)	6	6,1%
Reventa de cosméticos y productos naturales	6	6,1%
Artesanías (madera, cerámica, muñecas, etc.)	4	4,1%
Servicios a domicilio (albañil, plomero, carpintero, etc.)	4	4,1%
Agropecuaria (gallinas, huerta, conejos, vivero, etc.)	2	2,06%
Reventa productos fraccionados sueltos	1	1,03%
No sabe / No contesta	1	1,03%
Otro	1	1,03%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

Los rubros desarrollados son muy amplios, si los desagregamos podemos encontrar:

**Textil:** Tejido en telar, dos agujas, crochet, macramé, ropa para niñas/os, delantales, almohadones, sábanas, ropa de blanco, uniformes escolares, confección de prendas, telar mapuche, costura en general, ropa interior, etcétera.

**Panificados:** Pizzas, panes, repostería, pastelería, etcétera.

**Alimentos:** Milanesas, comidas varias, pastas, conservas, comidas varias de soja, envasado y elaboración de dulces y licores, etcétera.

**Agropecuarios:** Cría de conejos, cría de gallinas ponedoras, cría de cerdos, cría de codornices, venta de huevos, huerta, invernáculo, chacinados, vivero, cría de gallinas, etcétera.

**Artesanías:** Souvenires, objetos en cerámica fría, objetos de cerámica, objetos de madera, pintura en tela, muñecas artesanales, bijouterie, confección de accesorios para el hogar, cestería, velas, etcétera.

**Local Comercial:** Peluquería, lavadero de autos, kiosco, almacén, cyber, armado y reparación de bicicletas, tapicería.

**Servicios:** Peluquería a domicilio, depilación a domicilio, masajista, maquillaje, jardinería, electricista, herrería, plomería, albañilería, soldadura, etcétera.

**Reventa de cosméticos y naturales:** Productos Avon, Reino de la Miel, Herbalife, Omlife, etcétera.

**Reventa de productos fraccionados:** Productos como alimentos para mascotas, condimentos, de limpieza, etcétera.

**Cuadro Nº 14:**  
**Emprendimientos según rubro, por género**

Rubro del emprendimiento	Masculino	Femenino
Textil	0,0 %	50,0 %
Local comercial	14,2,%	16,6%
Panificación	14,2 %	11,1%
Reventa cosméticos	0,0 %	6,6%
Otros alimentos	14,2 %	5,5%
Artesanías	0,0 %	4,4 %
Servicios a domicilio	42,8 %	1,1%
Agropecuaria	14,2 %	1,1%
Reventa productos Fraccionados	0,0 %	1,1%
Otros	0,0 %	1,1%
No sabe / no contesta	0,0 %	1,1%
Total	100 %	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Con respecto al rubro de los emprendimientos, los hombres se inclinan por los servicios a domicilio (herrería, albañilería, copias de CDs, ceramistas, cajoneros, carpintería). En igual porcentaje se presentan los de panificación, otros alimentos y agropecuaria. En relación a las mujeres, predomina fuertemente el rubro textil seguido por la panificación, aunque llama la atención que en el rubro alimenticio (panificación y otros alimentos) hay mayor participación entre los hombres que entre las mujeres.

Una de las principales diferencias que se observan en los emprendimientos es que los hombres prefieren desarrollar emprendimientos de servicio o comerciales, mientras que las mujeres eligen con mayor frecuencia aquellos ligados al área textil y alimentaria. No es casual que las mujeres realicen emprendimientos susceptibles de ser desarrollados en el domicilio, mientras los hombres prefieren desempeñarse en el ámbito público.

## 5.2 Estructura del emprendimiento

### Cuadro Nº 15:

#### Personas que trabajan en el emprendimiento además del emprendedor

Personas	Porcentaje
Emprendedor/a solo/a	77,3 %
Familiar del emprendedor/a	15,4 %
Socios del emprendedor/a	5,15%
Empleados del emprendedor/a	1,03 %
Otro	1,03 %
Total	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Se pone de manifiesto que -en general- estamos frente a emprendimientos pequeños, en lo cuales trabaja un solo miembro de la familia (casi en la mitad de los casos) y en una segunda instancia se da el trabajo familiar. Este porcentaje es mayor en Neuquén que el promedio nacional. Se explica porque los emprendimientos están en escala de la unidad doméstica y en este sentido es importante aclarar que, si bien no trabajan otras personas, siempre se cuenta con la ayuda de los miembros de la familia *“de un hijo que realiza compras, un pariente que cuida los niños mientras la madre trabaja en el emprendimiento, etcétera.”* A veces en los emprendimientos se dan rotaciones de trabajo. Puede ser que una semana salga la madre a vender y otra semana la hija. También suele darse que por turnos se encarguen de las tareas, por cuestiones de otro trabajo o atención a hijas/os, pero la tarea realizada, en el imaginario de las y los emprendedoras/es, corresponde a un/a sólo/a trabajador/a que debe dedicarse al emprendimiento.

**Cuadro Nº 16:**  
**Personas que trabajan en el emprendimiento incluido la o el emprendedor/a**

Cantidad	fa	Porcentaje
1	75	77,3 %
2	8	8,2 %
3	5	5,2 %
4	6	6,2 %
5	1	1,0 %
6	2	2,1 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nuevamente se pone de manifiesto la escala de los emprendimientos la gran mayoría llevados adelante por una sola persona, y hasta 6 como máximo.

**Cuadro Nº 17:**  
**Personas que trabajan en el emprendimiento, según género**

Personas que trabajan en el emprendimiento	Masculino	Femenino
Solo/a	71,4%	77,8%
Familia	0,0%	16,7%
Empleadas/os	14,3%	0,0%
Otras/os	14,3%	5,6%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,1%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Si bien tanto hombres como mujeres no difieren en importante proporción en cuanto al trabajo solas/os; sí se evidencian diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a la incorporación del trabajo familiar en el emprendimiento (0% en varones y casi un 17% en mujeres). Consecuentemente el porcentaje se da de forma inversa en cuanto al trabajo con incorporación de empleadas/os.

Cabe destacar que el dato de la participación de empleadas/os en el microemprendimiento es un arma de doble filo. Si bien son una evidencia del crecimiento del emprendimiento y de cierto nivel de fortalecimiento, se presenta una contradicción en cuanto al paradigma de Economía Solidaria. Un riesgo de los microcréditos es que terminen fomentando micropatronas/es, reproduciendo la misma lógica del sistema capitalista, de acumulación y explotación del trabajador/a.

**Cuadro Nº 18:**

**Cantidad de horas trabajadas en el emprendimiento**

Horas	fa	Porcentaje
Hasta 20 horas semanales	50	51,5 %
Más de 20 y hasta 35 horas semanales	26	26,8 %
Más de 35 y hasta 45 horas semanales	10	10,3 %
Más de 45 horas semanales	7	7,2 %
No sabe / No contesta	4	4,1 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

En este punto es donde se encuentran las mayores diferencias a nivel nacional y provincial. En Neuquén existe un altísimo porcentaje de subempleo. Más de la mitad de las y los emprendedoras/es dedican menos de 20 horas semanales al emprendimiento, exactamente el doble del promedio nacional. Entre 20 y 35 horas, el porcentaje es similar en ambos casos. En el rango de 35 a 45 horas, se encuentran el 10,3% de las y los emprendedoras/es neuquinas/os, cuando la media nacional es del 21,2% (más del doble). También llama la atención que en Neuquén casi no se registra sobreempleo, solo un 7,2% en contraposición del 23,4% nacional.

Volviendo a nuestra primera afirmación, que más de la mitad de las y los emprendedoras/es trabajan hasta 20 horas semanales en el emprendimiento, pueden inferirse varias cuestiones:

- 1) el emprendimiento se piensa como empleo complementario.
- 2) las tareas domésticas no permiten a las mujeres dedicarse más tiempo que 20 horas semanales sin autoexplotarse.
- 3) se trata -en general- de emprendimientos pequeños de baja escala.

**Cuadro Nº 19:**  
**Lugar de producción**

Lugar	Porcentaje
En tu casa	94,3 %
Otros	2,9 %
No sabe/no contesta	2,9 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Se desprende del análisis previo -y confirma el cuadro precedente- que casi todos los emprendimientos se producen en las casas de las propias emprendedoras. Es considerado una estrategia de supervivencia más, dentro de las otras múltiples formas de ingreso de las y los emprendedoras/es (ver cuadro ingresos del hogar).

### 5.3 Ingresos

**Cuadro Nº 20:**  
**Aumento de ingresos generales luego de la entrega del microcrédito**

¿Aumentaron los ingresos?	Fa	Porcentaje
Sí	81	83,5 %
No	16	16,5 %
Total	97	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

La mayoría de las y los emprendedoras/es aumentaron sus ingresos a partir de su participación en el BPBF. Aun así, sigue siendo alto el porcentaje de quienes no los han visto incrementados, lo que nos indica que el crédito no garantiza por sí solo el aumento de los ingresos. Es por esto que en la metodología del Banco se piensan otros componentes necesarios para este proceso: el acompañamiento, la capacitación y un contexto económico-político favorable.

**Cuadro Nº 21:**  
**Percepción de aumento de ingresos generales luego de la entrega del microcrédito, según género**

Existió aumento	Masculino	Femenino
No	28,6%	15,6%
Si	71,4%	84,4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Acorde con lo dicho anteriormente, un mayor porcentaje de mujeres percibe que han aumentado sus ingresos, así lo manifiesta el 84,4% mientras que es un 71,4% el porcentaje masculino.

**Cuadro Nº 22:**  
**Rangos de ganancias de los emprendimientos**

Rango de ganancia	Fa	Porcentaje
Pérdida / cubriste gastos	9	10,2 %
Menos de \$150	22	25,0 %
De \$150 a \$400	40	45,5 %
De \$ 401 a \$800	9	10,2 %
Más de \$800	5	5,7 %
No sabe /No contesta	3	3,4 %
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100 %</b>

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que iniciaron su emprendimiento el mismo mes que se tomo la encuesta

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

De igual forma, esta tabla ayuda a tener una real dimensión de los microcréditos y sus potencialidades. Recordamos que un microemprendimientos NO es necesariamente la antesala de la microempresa. La mayoría de los emprendimientos (45,5%) tienen ganancias de entre 150 y 400 pesos el monto apenas supera un subsidio. En ningún caso se llega a cubrir la canasta básica de alimentos hoy en 1200 pesos. Esto significa que una familia no podría satisfacer sus necesidades solamente con un emprendimiento del Banco Popular de la Buena Fe, ratificando su cualidad de complementariedad de ingreso doméstico. Como se comprobara más adelante los emprendimientos siempre son acompañados por otras fuentes de ingresos en el hogar

**Cuadro Nº 23:**  
**Rango de ganancias según género**

Rango de ganancia	Masculino	Femenino
Pérdida /cubriste gastos	28,6%	8,6%
Menos de \$150	14,3%	25,9%
De \$150 a \$400	14,3%	48,1%
De \$401 a \$800	42,9%	7,4%
Más de \$800	0,0%	6,2%
No sabe / no contesta	0,0%	3,7%
Total	100 %	100%

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que iniciaron su emprendimiento el mismo mes que se tomo la encuesta

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Con respecto a los ingresos, es llamativo detectar que el porcentaje de varones que perdieron -o sólo cubrieron los gastos- casi cuadruplica al de las mujeres. Esto también podría explicarse en relación a que son las mujeres quienes - en épocas crisis- desarrollan las estrategias domésticas y familiares de supervivencia más satisfactoriamente.

Sin embargo, en los valores medios de la tabla, las proporciones cambian. Casi la mitad de los varones ganan entre 401 y 800 pesos al mes, cuando en las mujeres este porcentaje es apenas 7,4%; y el grueso de las mujeres -casi el 50%- gana un rango más abajo, entre 150 y 400 pesos.

**Cuadro Nº 24:**  
**Ganancias del emprendimiento según nivel de estudios**

Rango de ganancias	Rango de nivel de estudio		
	Nivel bajo de estudios	Nivel medio de estudios	Nivel alto de estudios
Pérdida/cubriste gastos	0,0%	10,3%	14,3%
Menos de \$150	11,1%	24,1%	33,3%
De \$150 a \$400	77,8%	44,8%	33,3%
De \$401 a \$800	11,1%	6,9%	19,0%
Más de \$800	0,0%	8,6%	0,0%
No sabe / no contesta	0,0%	5,2%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Si analizamos este cuadro bi-varido surgen algunas observaciones:

- Para el nivel bajo de estudios hay una alta concentración en el rango de 150 a 400.
- Para los otros dos niveles de estudios los porcentajes están más repartidos.
- Es curioso que a medida que aumenta el nivel de estudios, aumenta ligeramente la frecuencia de situaciones sin ganancias
- También a medida que aumenta el nivel de estudios aumentan los emprendimientos con ganancias superiores a 400 pesos

## 5.4 Formas de comercialización

**Cuadro Nº 25:**  
**Tipos de clientes**

Tipo de clientes	SÍ	NO	Total
Clientes particulares fijos	82,5 %	17,5 %	100 %
Clientes particulares ocasionales	79,4 %	20,6 %	100 %
Comercios	7,2 %	92,8 %	100 %
Otros	7,2 %	92,8 %	100 %
No sabe / no contesta	2,1 %	97,9 %	100 %

Nota: Pregunta de respuesta multiple.

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

La gran mayoría de las y los emprendedoras/es venden sus productos a clientes fijos, siendo una situación que requiere de un alto capital social que les permita tener contactos y redes vinculares para efectuar las ventas. Es típico del tipo de emprendimientos dentro de escalas domésticas ya que se vende por confianza al círculo de conocidos con quienes se comparte un código cultural común. La y el emprendedor/a conoce el gusto y las necesidades de su cliente, quién es su vecina o vecino.

Existe también un alto porcentaje que vende a clientes ocasionales. Puede deducirse que la combinación de ambos destinatarios de ventas es la estrategia generalizada de venta

**Cuadro Nº 26:**  
**Lugares de ventas/servicios**

Lugar	SÍ	NO	Total
A domicilio	65,1 %	34,9 %	100 %
En la calle	20,9 %	79,1 %	100 %
En ferias	15,1 %	84,9 %	100 %
En la vivienda propia	66,3 %	33,7 %	100 %
En Local	10,5 %	89,5 %	100 %
No sabe / no contesta	2,3 %	97,7 %	100 %

Nota: Pregunta de respuesta múltiple.

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

La casa, el espacio privado es el principal lugar de venta para las emprendedoras que constituyen la gran mayoría de los prestatarios. Sigue siendo este un lugar resguardado de la calle y de los controles públicos, dado el alto grado de informalidad de estos emprendimientos. Asimismo, es el lugar donde confluyen otras tareas que son desempeñadas por las mujeres, de forma tal que es posible realizar varias en un mismo momento.

Como observamos en los dos cuadros anteriores las y los emprendedoras/es utilizan varias formas de comercialización, desde la visita a casas de clientes o en ferias, la particularidad es que es siempre dentro de los carriles culturales que ellas y ellos conocen, donde ellas y ellos se mueven.

## 5.5 Destino de las ganancias de los microemprendimientos

**Cuadro Nº 27:**

### Destino de las ganancias de los microemprendimientos

Destino ganancias microemprendimientos	SÍ	NO	Total
Comida	29,5 %	70,5 %	100 %
Vivienda	9,2%	90,8 %	100 %
Ropa /calzado	3,4 %	96,6 %	100 %
Ocio / gustos	1,1 %	98,9 %	100 %
Ahorro	12,6 %	87,4 %	100 %
Reinversión Emprendimiento	73,6 %	26,4 %	100 %
Capacitación/ Educación	11,5 %	88,5 %	100 %
Otros	9,2 %	90,8 %	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: pregunta de respuesta múltiple

La mayoría afirmó que reinvierte en su emprendimiento. Esta respuesta está relacionada con el cuadro siguiente, ya que la mayoría realizaba la actividad antes de recibir el crédito, por lo que éste sirve para no descapitalizarse. El segundo gasto es en alimentos, lo que manifiesta la relación con la economía doméstica y la participación de la mujer que prioriza en sus gastos la alimentación del hogar. En todos los gastos observamos la fuerte implicancia del género femenino: vivienda, salud y educación. Como manifiesta una emprendedora: “los maridos con cuatro paredes y un televisor son están felices, nosotras, queremos una casa linda, cortinas, que la mesa combine con las sillas...”

## 5.6 Motivación de los/as emprendedoras/es para realizar emprendimientos

**Cuadro Nº 28:**  
**Emprendedor/a según realizaba el emprendimiento antes de recibir el crédito**

¿Realizaba esta actividad?	Porcentaje
Sí, regularmente	40,2 %
Sí, pero ocasionalmente	28,9 %
No	26,8 %
No sabe / No contesta	4,1 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

En este caso observamos que el microcrédito fortalece una actividad que se ya se venía realizando en un 69,1% de los casos. Ayuda a capitalizar a los emprendimientos que se estaban llevando adelante. Existen ciertas estrategias de capitalización, por ejemplo en el caso de la venta de cosméticos se compran ofertas que luego se venden a precio normal. En otros, se compra maquinaria que ayuda a aumentar la producción o separarla de los usos familiares, por ejemplo un horno pizzero o una heladera, para no mezclar los usos de los mismos.

Existe un significativo porcentaje que inició su actividad por el Programa. Hay dos tipos de emprendedoras/es: quienes lo hacen porque una vecina o amiga se lo recomendó y “se va corriendo la voz de que uno puede hacer algo y ganar unos pesos”; y los otros son aquellas/os que tenían un sueño pero no el capital para concretarlo, y el Banquito representa una oportunidad para lograrlo.

En todos los casos, la experiencia de acompañamiento ayuda a sistematizar los emprendimientos, a darles estructura, separarlos de la economía del hogar comenzar a pensarlos como un trabajo. Separar cada gasto, visualizar cómo poner el precio, reinvertir para no descapitalizarse. En estos casos el acompañamiento semanal de las y los promotoras/es es fundamental.

**Cuadro Nº 29:**  
**Emprendedor/a realizaba el emprendimiento antes de recibir el crédito, por rango de nivel de estudio**

Realizabas esta actividad antes de recibir el crédito	Rango de nivel de estudio		
	Nivel bajo de estudios	Nivel medio de estudios	Nivel alto de estudios
No	10,0%	26,6%	34,8%
Sí, pero ocasionalmente	0,0%	32,8%	30,4%
Sí, regularmente	90,0%	35,9%	30,4%
No sabe / no contesta	0,0%	4,7%	4,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

A partir de este cuadro, se puede afirmar que para las y los emprendedoras/es de niveles bajos de estudios, el emprendimiento era una actividad que ya realizaban habitualmente -posiblemente como estrategia de sobrevivencia familiar-; aunque no ocurre lo mismo con aquellas/os de altos o medios estudios. Los porcentajes de emprendedoras/es que realizan la actividad por primera vez a partir del crédito entregado por el BPBF, quien formalizó su actividad y quien ya lo venía haciendo regularmente, se reparten casi por tercios.

**Cuadro Nº 30:**  
**Razones por las cuales los emprendedores deciden realizar un microemprendimiento**

	SÍ	NO	Total
Por necesidad económica	22,7 %	77,3 %	100 %
Por alguna persona que la motivó a hacerlo	17,5%	82,5 %	100 %
Para tener independencia económica	6,2 %	93,8 %	100 %
Porque era un conocimiento que tenía	16,5 %	83,5 %	100 %
Ya realizaba la actividad	4,1 %	95,9 %	100 %
Por gusto	21,6 %	78,4 %	100 %
Siempre lo quiso hacer y no podía	5,2 %	94,8 %	100 %
Por comodidad / trabajo en casa	3,1%	96,9	100 %
Para probar	2,7%	96,9	100 %
Otros	2,1 %	97,9 %	100 %
No sabe / No contesta	11,3 %	88,7 %	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Como observamos, es la necesidad económica, las ganas o el gusto por realizar una actividad lo que motivó a las y los emprendedoras/es a comenzar un proyecto de microemprendimiento. En muchos casos se manifiesta el deseo de cumplir un sueño, un gusto por lo que se hace, lo que demuestra la autoestima de las mujeres cuando se animan a emprender algo, “nunca pensé que iba a poder”, “me gusta lo que hago, soy creativa”, “me sale rico y por eso me compran”. Demuestra una valorización de sus actividades

**Cuadro Nº 31:**  
**Fuentes de ingreso del hogar de las y los emprendedoras/es**

Empleo	SÍ	NO	Total
Empleo propio en blanco	10,3 %	89,7 %	100 %
Empleo propio en negro	23,7 %	76,3 %	100 %
Trabajo cónyuge	47,4 %	52,6 %	100 %
Trabajo hijas/os	7,2 %	92,8 %	100 %
Trabajo de otras/os miembros del hogar	10,3 %	89,7 %	100 %
Changas ocasionales cónyuge	9,3 %	90,7 %	100 %
Changas ocasionales hijas/os	4,1 %	95,9 %	100 %
Changas otras/os miembros del hogar	2,1 %	97,9 %	100 %
Subsidios	25,8 %	74,2 %	100 %
Cuota alimentaria	7,2 %	92,8 %	100 %
Jubilación / pensión	8,2 %	91,8 %	100 %
No sabe/ no contesta	5,2 %	94,8 %	100 %
Otros	8,2 %	91,8 %	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: Pregunta de repuesta múltiple

Algunas conclusiones a las que se pueden abordar luego de la lectura del cuadro anterior y su correlación con el resto de la información analizada son:

- Casi la mitad de las familias, son sostenida total o parciamente por el marido de la emprendedora.
- Un cuarto de las familias recibe subsidios estatales.
- Un tercio de los/as emprendedores/as trabaja en otro espacio -además de en su ámbito doméstico y el emprendimiento- ya sea en blanco o en negro.

**Cuadro Nº 32:**  
**Fuente de ingreso más importante del hogar de la o el emprendedor/a**

<b>Empleo</b>	<b>fa</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleo propio en blanco	7	7,2 %
Empleo propio en negro	10	10,3 %
Trabajo cónyuge	32	33,0 %
Trabajo hijas/os	0	0 %
Trabajo de otras/os miembros del hogar	2	2,1 %
Changas ocasionales cónyuge	1	1,0 %
Changas ocasionales hijas/os	0	0 %
Changas otras/os miembros del hogar	0	0 %
Subsidios	1	1,0 %
Cuota alimentaria	3	3,1 %
Jubilación / pensión	4	4,1 %
No sabe/ no contesta	10	23,7 %
Otros	4	4,1 %
Emprendimiento Banquito	23	10,3 %
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Vale destacar del cuadro previo los siguientes datos:

- Sólo un 10,3% afirmó que el trabajo del emprendimiento es la principal fuente de ingresos del hogar
- Un 17,5% que es su otro trabajo, ya sea en blanco o en negro el que aporta el principal ingreso al hogar
- Y un 33% sostiene que son los principales los ingresos del cónyuge. De esta forma se confirma que es complementario el monto logrado a partir del BPBF.
- Hay un porcentaje alto, un cuarto de los respondientes, que no supo contestar a esta pregunta o no quiso

**Cuadro Nº 33:**  
**Fuente de ingreso más importante del hogar, según género**

Cuál es la fuente de ingreso más importante	Masculino	Femenino
Empleo propio en blanco	28,6%	5,6%
Empleo propio en negro	42,9%	7,8%
Trabajo cónyuge	14,3%	34,4%
Trabajo de otras/os miembros del hogar	0,0%	2,2%
Changas ocasionales cónyuge	0,0%	1,1%
Subsidios	0,0%	1,1%
Cuota alimentaria	0,0%	3,3%
Otros	0,0%	4,4%
Emprendimiento Banquito	0,0%	11,1%
No sabe / no contesta	14,3%	24,4%
Jubilación / pensión	0,0%	4,4%
Total	100%	100%

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Mientras que de los hombres la mayoría respondió que su empleo ( ya sea en blanco o en negro) era el más importante, para las mujeres solo el 13,4%. Es destacable que fue casi nulo el porcentaje de familias que marcó que su ingreso más importante sea un subsidio.

## 5.7 Problemas de los emprendimientos

**Cuadro Nº 34:**  
**Registra la contabilidad del emprendimiento**

Registra la contabilidad	fa	Porcentaje
Registra la contabilidad	48	54,6 %
No, registra la contabilidad	40	45,4 %
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta

Sólo la mitad de las y los emprendedoras/es lleva un registro contable del mismo, esto sigue corroborando que los emprendimientos son realizados dentro de la unidad doméstica donde los gastos del hogar y de los emprendimientos se mezclan. El otro 50% es el porcentaje que interiorizó en sus prácticas las enseñanzas de la semana de entrenamiento, donde aprenden a llevar la contabilidad de los emprendimientos, aunque no es descartable que algunos/as llevaran desde antes la contabilidad del mismo.

**Cuadro Nº 35:**  
**Emprendimiento según inversión en maquinaria**

Existió Inversión en maquinaria	Fa	Porcentaje
SÍ	33	28,9 %
NO	55	71,1 %
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta

**Cuadro Nº 36:**  
**Emprendimiento según inversión en maquinaria, por género**

Invertiste en maquinaria	Masculino	Femenino
No	28,6%	74,4%
Sí	71,4%	25,6%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Estableciendo una visión comparativa entre hombres y mujeres, se visualiza que son los primeros los que más invierten en maquinaria. Quizá por el tipo de emprendimiento que realizan, el cual tiene que ver con servicios donde las herramientas son fundamentales. De hecho, la mayoría de los emprendedores que solicitó un crédito, lo hizo para comprar maquinaria y reforzar el emprendimiento que ya realizaba

**Cuadro Nº 37:**  
**Aumento de producción o venta desde la entrega del microcrédito**

¿Aumento la producción o venta?	fa	Porcentaje
SÍ	57	64,9 %
NO	31	35,1 %
Total	88	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta

La mayoría de las y los emprendedoras/es manifiesta un aumento en su producción o venta con lo cual podemos decir que el microcrédito tuvo un resultado acorde a lo que se esperaba.

**Cuadro Nº 38:**

**Aumentó de la cantidad de personas que trabajan en el emprendimiento desde la entrega del microcrédito**

¿Aumentó la cantidad de personas que trabajan en el emprendimiento?	Fa	Porcentaje
SÍ	8	9,3 %
NO	80	90,7 %
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta

En la gran mayoría de los casos no aumentó el número de personas que trabaja en los emprendimientos, con lo cual observamos que la entrega de microcrédito no produjo un cambio en la escala del mismo.

**Cuadro Nº 40:**

**Diversificación de la producción o venta desde la entrega de microcrédito**

¿Existió diversificación?	fa	Porcentaje
SÍ	42	47,4 %
NO	46	52,6 %
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta

Observamos que el microcrédito ayudo a diversificarse a aproximadamente la mitad de los emprendedores (47,4%). Probablemente en los locales comerciales, donde se amplió el stock de mercadería y en la reventa, donde se adquirieron más productos para ofertar.

**Cuadro Nº 41:**  
**Principales problemas de los emprendimientos**

Problemas	Fa	Porcentaje
Infraestructura inadecuada	22	25%
Máquinas y/o herramientas escasas o inadecuadas	14	15,9 %
Dificultad para comprar mercadería y materia prima	13	14.7%
Dificultad en la comercialización	7	7,9%
Competencia	7	7.9 %
Falta de habilitación	3	3,4%
No poder facturar	3	3,4%
Ninguno	6	6,8%
Otros	4	4,5%
No sabe /no contesta	9	10,2 %
Total	88	100%

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

Nota: N= 88 ya que no se contabilizaron aquellas personas que recibieron el crédito el mismo mes que se tomo la encuesta.

El principal problema lo constituye la falta de una infraestructura adecuada, lo cual está en relación con que la mayoría de las actividades se desarrollan en el hogar de las y los emprendedoras/es y se comparten espacios con la familia. Lo mismo sucede en cuanto a la maquinaria, por ejemplo el horno del hogar es el mismo que se utiliza para elaborar el pan que luego se vende o la misma heladera, etcétera. Le sigue en importancia la escasez o inadecuación de las maquinarias o herramientas que utilizan. Tal vez el monto de los microcréditos no alcanza para actualizar el equipamiento para la tarea.

El otro gran problema lo constituye la dificultad para comprar materia prima o productos de reventa por dos motivos: por un lado los mayoristas neuquinos no tienen precios y variedad de productos para que las y los emprendedoras/es puedan competir en el mercado, y por otro lado puede ocurrir que no se les concedan plazos de pago por la no bancarización de los emprendedoras/es.

Las dificultades en la comercialización o la competencia no parecen ser las más importantes esto puede deberse al conocimiento del mercado que tienen las y los emprendedoras/es.

**Cuadro N° 42:**  
**Principales fortalezas de los emprendimientos**

Fortalezas	F a	Total
Ayuda de Dios	2	2%
Buena relación con la/el cliente	16	16,4%
Buen producto	18	18,5%
Aspectos positivos propios (resp, confianza, etc)	37	38,1%
Infraestructura	3	3%
Aspecto Económico (aumento ingresos)	1	1 %
Apoyo familiar	6	6,1 %
Otros	3	3 %
No sabe / No contesta	11	11,3 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

Las principales fortalezas están dadas por los aspectos de autoestima y valoración tanto propios como del producto. Los aspectos propios están relacionados a la responsabilidad, las ganas, la energía con que se realizan los emprendimientos. Por otro lado se denota una satisfacción por el producto vendido ya sea por que es elaboración propia, o porque se conoce el gusto del cliente. Es importante considerar que muchos remarcaron el apoyo familiar como fundamental para llevar adelante este tipo de proyectos.

**Cuadro Nº: 43**  
**Cómo imaginan su emprendimiento los emprendedores en 5 años**

Emprendimiento en 5 años	SÍ	NO	Total
Con un local propio	85 %	15 %	100 %
Adquirir maquinaria adecuada	2 %	98 %	100 %
Salir adelante, estar mejor	77,3 %	22,7 %	100 %
Que tenga continuidad en mis hijas/os	3,1 %	96,9 %	100 %
Dar trabajo a otras personas	12,4 %	87,6 %	100 %
Estar libre de deudas	3,1 %	96,9 %	100 %
Con mucho dinero	6,2%	93,8%	100 %
Con una empresa propia	12,4	87,6%	100%
Adquirir infraestructura adecuada	3,1%	96,9%	100%
No se imagina	18,6 %	81,4 %	100 %
No sabe / no contesta	21,6 %	78,4 %	100 %

Nota: Pregunta de respuesta múltiple.

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es.  
Dpto Confluencia

En este caso vemos la proyección que tienen las/os emprendedoras/es de sus emprendimientos. En su gran mayoría se manifiesta el deseo de abrir un local propio y dentro de la misma lógica encontramos tener una empresa propia. Podría decirse que quieren de alguna manera formalizar su emprendimiento. Este imaginario se relaciona con el de salir adelante y estar mejor. Los otros imaginarios tienen que ver con los problemas que tienen en la actualidad los emprendimientos como adquirir maquinaria adecuada o infraestructura.

Por otro lado observamos que un 40 % aprox. manifiesta que no se imagina o no sabe que contestar ante el desafío de pensarse 5 años por delante. Esto se relaciona por un lado con un contexto siempre cambiante, inestable (inflación por ejemplo) que no permite proyectar el futuro y por el otro, con la situación económica de vulnerabilidad de las/os emprendedoras/es que hace primar entre sus prioridades la satisfacción de las necesidades del día a día.

## En síntesis

La mayor parte de las y los emprendedoras/es se dedica a la reventa, y los rubros predominantes son textil y alimentario. Emprenden solos o con ayuda de familiares, se trabaja en general menos de 20 horas por semana. Del análisis surgen algunas cuestiones: el emprendimiento funciona como empleo complementario, las tareas domésticas no permiten a las mujeres dedicarse más tiempo que 20 horas semanales sin autoexplotarse, se trata -en general- de emprendimientos pequeños de baja escala. Vende en su barrio, a clientes fijos, a domicilio o en sus propias casas.

Muchos emprendedoras/es sienten que aumentaron sus ingresos, aunque la mediana está en los \$400. y este dinero se reinvierte en el emprendimientos o se compra comida o se ahorra. Casi la mitad ya realizaba este emprendimiento regularmente, por necesidad económica o por gusto. Un 10,3% afirmó que el trabajo del emprendimiento es la principal fuente de ingresos. Un 17,5% que es su otro trabajo, ya sea en blanco o en negro la principal fuente. Y un 33% sostiene que son los principales los ingresos del cónyuge. De esta forma se confirma que es complementario el monto logrado a partir del BPBF.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# **LA METODOLOGÍA DEL PROGRAMA BANCO POPULAR DE LA BUENA FE**

## 6.1 Acerca de la Metodología

La metodología de aplicación de los microcréditos, es un componente esencial del éxito o del fracaso de la propuesta. Del mismo modo, la forma en la cual se encara y produce la ejecución del Programa, encarna una postura ideológica subyacente.

Si nos referimos a microcréditos en el marco de Otra Economía, con una mirada desde el Desarrollo a Escala Humana; tres son los componentes que esta metodología debe tener en cuenta:

- Asistencia financiera adecuada.
- Acompañamiento técnico a las y los emprendedoras/es.
- Acompañamiento grupal – componente comunitario.

La mayoría de las experiencias de microcrédito son estrictas en cuanto al cumplimiento de la metodología. Lo mismo sucede en el BPBF. La metodología se cristaliza en el manual de la y el capacitador/a, y se basa en la Educación Popular, de Paulo Freire. Una Educación Popular definida por su concepción dialéctica -de los procesos sociales y educativos-, de clase, estrechamente ligada a la construcción de un conocimiento liberador y a la acción política y social de los grupos y organizaciones populares. Para ello, se vale de la utilización de métodos activos y/o técnicas creativas, incorporando aspectos lúdicos al proceso de crecimiento conjunto. Sin embargo, no se agota en ello. Las técnicas participativas hacen a la coherencia entre un marco teórico-científico liberador y aquellos métodos, técnicas y procedimientos que se emplean para la concretización de las actividades educativas en el proceso de construcción de poder popular.

Una pedagogía que no esté basada en la participación activa y permanente del educando, no puede acompañar un proceso verdadero de autodependencia. Una pedagogía del microcrédito debe basarse en la participación individual, que se enriquece al convertirse en grupal para poder partir de la práctica (Vargas, 1987).

## 6.2 La convocatoria a las y los emprendedoras/es

La primera actividad para invitar a las y los vecinas/os a participar del Banco es la "Convocatoria", que es preparada por el Equipo Promotor de cada barrio. El objetivo de la convocatoria consiste en comunicar sintéticamente a la gente del barrio, en qué consiste el Banco y qué se necesita para recibir un microcrédito con garantía solidaria. Es importante no crear falsas expectativas, dejando en claro que el otorgamiento de los créditos no es algo inmediato, sino que el proceso de la conformación del grupo, de la elaboración y evaluación conjunta de los proyectos de cada una y uno de las y los integrantes, requiere un lapso de tiempo estimado de dos meses aproximadamente. El tiempo que transcurra entre la formación del grupo y la primer entrega de microcréditos, dependerá de lo que demande evaluar la sustentabilidad de cada uno de los proyectos y construir el grupo para la "garantía solidaria".

Las primeras experiencias de convocatoria en la región fueron muy resistidas por la comunidad, donde se percibía la desconfianza de la gente: *"Y ¿qué me van a pedir a cambio"; "¿Plata sin interés para emprendimientos?"*. La propuesta era incomprendida por dos razones, por un lado la existencia de dinero que genera, especialmente en esta provincia, desconfianza en cuanto al manejo, *"se corrían rumores en cuanto a que era una mentira que nunca que iban a entregar los créditos, que la plata se la iban a afanar"*; y por otro lado por que se relacionaba la propuesta con un partido político y con políticas clientelares, por lo cual las personas no se acercaban por miedo a los "favores políticos". Por estas objeciones, las primeras convocatorias debieron "remar contra la corriente". Muchas organizaciones no completaban los cinco grupos requeridos y las entregas de crédito fueron escalonadas, de a poco. El espacio del Banco Popular era un espacio nuevo a construir, diferente, pero tuvo que demostrar con hechos su transparencia.

Hoy las convocatorias -excepto en organizaciones locales nuevas- no tienen demasiado sentido, ya que la gente se acerca sola solicitando el crédito, incluso con el grupo de 5 personas ya conformado y la metodología aprendida. La convocatoria se hace ahora a través de la experiencia concreta de la misma gente que participó y participa de la propuesta y la transmite de boca en boca a sus vecinas/os,

amigas/os, parientes, etcétera. Las y los emprendedoras/es son las y los transmisoras/es genuinos de la experiencia. De esta forma, a lo largo del camino de construcción del espacio se produce “una selección natural” de las personas que se acercan, ya que las mismas tienen una “idea” en relación a lo que comienzan y generalmente ya tienen actitudes emprendedoras.

### 6.3 El grupo

La base de esta metodología de microcréditos es el grupo. Para acceder a un microcrédito es necesario conformar un grupo de cinco personas del mismo sexo, que no sean familiares entre sí y cuenten cada una con un proyecto propio.

*“... a lo largo del trabajo grupal se van afianzando los lazos de confianza hasta que se crea la garantía solidaria, que a su vez recupera viejos valores populares como el valor de la palabra empeñada, logra el sustento diario por el trabajo propio, dar de comer a sus hijas e hijos y el valor que da recuperar la dignidad ante la mirada de la familia y de las y los vecinas/os, recuperar saberes con los cuales se puede trabajar, que se han aprendido en la infancia y que tiene que ver con las culturas familiares, por ejemplo tejido a telar mapuche y crianza de aves de corral, o comidas tradicionales, tortas fritas, oficios aprendidos como carpintería, repostería, panadería, peluquería y modista”. (Promotora)*

Los grupos deben conformarse solos, sin ayuda de las y los promotoras/es. Los grupos formados deben atravesar un proceso de dos meses, que implica reuniones en las casas de cada una y uno de sus miembros, así como en el Centro del Banco. En el transcurso de este tiempo, dos son las tareas grupales que se abordan:

- Se consolida el incipiente grupo conformado y
- Se conocen y analizan los proyectos de cada integrante para evaluar su viabilidad.

La dinámica primera con la cual se da inicio al proceso de conocimiento mutuo y construcción de la identidad grupal -y luego comunitaria-, es la elaboración personal de una “Línea de la Vida”. Esto implica poder compartir las experiencias, las vidas, los andares y experiencias previas de cada participante del proceso. A partir de contar y compartir con compañeras/os prestarias/os y promotoras/es los principales hitos de vida personal, las y los integrantes comienzan a establecer lazos profundos con cada una de las otras personas del grupo y vínculos de confianza y respeto mutuo por la historia vivida, estos cohesionan al grupo para generar un andamiaje que comience a recuperar el valor de la vida en comunidad, así como el valor de la palabra. De esta forma, es posible encarar un camino colectivamente, en el cual es necesario mirar al costado para construir hacia adelante, sabiendo que se está retejiendo el disgregado tejido social.

La herramienta para la elaboración del proyecto es la carpeta de proyectos. Así, la o el emprendedor/a deberá -ante las y los miembros de su grupo- detallar qué va a producir, vender u ofrecer, cómo va a hacerlo, con qué materiales, qué va a comprar, en dónde, cuánto va a tener de gastos, de inversión, de ganancias, etcétera.

Los primeros pasos son los siguientes:

1. Presentar un proyecto individual de trabajo al grupo del Banco Popular de la Buena Fe.
2. Demostrar capacidad y experiencia en el trabajo que se presenta.
3. Probar que el proyecto producirá ganancias que permitan el crecimiento del emprendimiento y la devolución del microcrédito al BPBF.
4. Trabajar para que las solicitudes y proyectos de cada integrante sean aprobados -en principio- por el mismo grupo y evaluados luego por el equipo promotor del Banco. Este proceso llevará todo el tiempo que sea necesario antes del otorgamiento del microcrédito.
5. Aprender que el grupo es la garantía de cada proyecto.

El crédito será aprobado, en primera instancia, por el mismo grupo. Luego por la o el promotor/a del grupo y finalmente, en la semana de entrenamiento, por las y los promotoras/es del Banco responsables de la aprobación final. Los proyectos se presentan por escrito.

El reto de la Economía Social es instalar un cambio de paradigma cultural y económico, por lo que los procesos de creación de redes sociales y de identidad comunitaria son fundamentales. Siguiendo esta lógica, la metodología de la formación de grupos de cinco personas para la aprobación del crédito es una estrategia válida y concreta, pero que choca con los imaginarios, prácticas sociales y valores legitimados por el capitalismo, en los cuales casi todos hemos sido socializadas/os. Por lo tanto, en la práctica surgen múltiples conflictos derivados de las contradicciones entre un modelo y otro.

Asimismo, más allá de los conflictos de cada una y uno de las y los emprendedoras/es, existe un contexto social y económico que no es favorable a los tipos de prácticas de la Economía Social, ya que no contribuye, presiona y obstaculiza al desarrollo de este tipo de prácticas solidarias, comunitarias y colectivas. De todas formas, el grupo se consolida también en el desafío conjunto de encarar dificultades grupales.

En el nombre de los grupos conformados se observan las características que quieren resaltar y los desafíos que se plantean como comunidad, así como los propios rasgos de identidad: "Perseverancia", "Ruca Antu (Casa del Sol)" "Newen (Espíritu)", "Renacer", "Los creadores", "Génesis", "Las Leonas" "Ateneas", "Las Pioneras", "Amuyen" "Sahiweque", "La esperanza", "Los Aliados", "Manos a la obra", "Piuque Zomo", "Creaciones mujeres en acción", "Emprendedoras", "Mujeres emprendedoras", "Las araucarias". Se pueden hacer múltiples lecturas de los mismos, por un lado manifiestan las ganas y la fuerza por salir adelante, y -en otro sentido- también dejan entrever el componente de género, el valor de la mujer y la femineidad, y una fuerte mirada local y originaria manifestada en la elección de nombres en idioma Mapuche.

## 6.4 El Préstamo

Una vez aprobados los proyectos, ya está todo listo para recibir el crédito. El monto de los préstamos solidarios es pequeño. En el primer crédito el monto máximo no supera los \$500. En los recréditos, es la organización local la que fija el monto que puede ser de \$700 o \$1000. En todos los casos, conviene que sea escalonado.

El plazo máximo de devolución es de 6 meses. No se permiten cancelaciones anticipadas de deuda de manera individual, pero sí de modo grupal. La devolución se concreta en 24 cuotas fijas semanales sin interés, es personal y se realiza en la sede del Banco. Esta cancelación del microcrédito otorgado, comienza al 7º día inmediato de la fecha de otorgamiento del préstamo, salvo algunas excepciones vinculadas al tipo de actividad.

Las y los cinco miembros del grupo no reciben al mismo tiempo el préstamo, sino que el otorgamiento es escalonado. En primer lugar lo reciben dos integrantes del grupo, la siguiente semana otros dos y -una semana después- el quinto restante. Esto se da así, siempre y cuando cada prestataria/o que anteceda haya cumplido en tiempo y forma con el pago de las cuotas. Es importante que la elección del orden de recepción del crédito sea consensuada por la totalidad del grupo y no quede librada al azar.

La conformación de un Fondo de Ahorro Grupal es obligatoria. El mismo consiste en el aporte de un 3% del crédito otorgado a cada prestataria/o en el momento de la entrega del préstamo. El grupo de cinco prestatarias/os es el propietario de dicho fondo y las decisiones sobre el uso y administración del mismo es responsabilidad estricta del grupo.

## 6.5 Garantía Solidaria

La misma consiste en la convicción de que el garante de cada proyecto es la *totalidad del grupo*. Las y los integrantes deberán responder por la o el compañera/o que -por alguna razón validada en consenso- no pueda pagar su cuota. Es una de las claves que sostiene la experiencia, así como se constituye en una contrapropuesta a la idea de que cada una/o se “arregla sola/o”, con lo bueno y con lo malo. Emprendedoras/es y promotoras/es ven y viven la Garantía Solidaria de dos maneras diferentes: por un lado como el desafío de “dar” la palabra y de que vuelvan a “creer en la mía” y, por otro, como un obstáculo “¿por qué tengo que confiar en el otro?”, “yo terminé de pagar mi parte, ¿por qué tengo que pagar lo de mi compañera/o?”. Otra dificultad que manifiestan tiene que ver, con la contradicción que se plantea desde la metodología, en cuanto a que el préstamo es personal, pero la garantía es grupal, por lo que en definitiva las personas encuentran que tienen que lidiar con dos lógicas por un lado la individual y por otra la grupal. Esto provoca crisis en los grupos sobre todo cuando un emprendimiento cae, o alguien se muda del barrio y desaparece. Esta dificultad, también fue una oportunidad ya que los emprendedores usaron al máximo su ingenio y luego de varias peleas con los promotores diseñaron en conjunto múltiples estrategias para recabar fondos y así pagar las cuotas de los atrasados y “los borrados”. Dentro de las estrategias desarrolladas estuvieron los bingos, rifas, fiestas, venta de empanadas, tan bueno fue el resultado que estas prácticas se extendieron y hoy son utilizadas para adelantar cuotas por los emprendedores y así terminar más rápido de pagar el crédito.

Un gran porcentaje de personas al comienzo del programa recibió el dinero del crédito y nunca pagó, entre los motivos que manifiestan están relacionados con que la garantía del crédito no tiene un aval legal y por lo tanto “nadie te puede hacer nada” y por el otro la idea que tiene que ver con que es plata del Estado y por lo tanto no hay por qué devolverla. Luego de la experiencia las/os promotoras/es manifiestan poder identificar quién se puede llegar a quedar con el dinero y quién tiene posibilidad de comprometerse con su palabra. También a lo largo de la experiencia se idearon estrategias simbólicas de compromiso para la gente como por ejemplo sacar una foto el día de la entrega del crédito “mostrando todos los

billetes y que sean de 100”, organizar una fiesta el día de la entrega con mucha gente, etc. Uno de los incentivos más fuertes para el pago es la imposibilidad de recibir recrédito, de tener otra posibilidad.

**Cuadro N 44:**  
**Porcentaje de devolución**

Devolución del crédito	fa	Porcentaje
Paga al día	76	44%
Paga con retraso	59	34%
Sin datos	7	4%
No Paga	31	18%
<b>Totales</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

Fuente: Datos censo emprendedores realizado por promotores en 10 bancos dto. Confluencia

El porcentaje de devolución en Neuquén es del 78 %, aunque casi la mitad de ese porcentaje paga con retraso. Aún esto constituye un alto porcentaje considerando que no existen presiones legales y es sólo la palabra lo que se empeña. Por otro lado si se tienen en cuenta las particularidades de la provincia, donde el clientelismo y los subsidios instalaron una cultura que no propicia la valoración de los fondos estatales y ni el trabajo autónomo, este porcentaje cobra mayor relevancia.

## 6.6 Recrédito

En la actualidad un 15, 5% de los emprendedores recibe recrédito. Para acceder al mismo es necesario que la totalidad del grupo complete el pago del crédito. Los montos de dinero son mayores y las organizaciones locales pueden exigir un pequeño porcentaje por el mismo. En general en Neuquén es del 6 % anual, aunque algunas organizaciones no lo han aplicado.

La entrega o no de recréditos forma parte de las estrategias que se dan como organización local, por un lado están aquellas que priorizan la entrega de microcréditos al mayor número posible de personas y por otro lado aquellas que priorizan el seguimiento de un grupo en particular y cuentan con grupos que ya accedieron al tercer recrédito.

**Cuadro N° 45**

**Porcentaje de emprendedores que recibieron recrédito**

¿Recibió recrédito?	fa	Porcentaje
NO	82	84,5%
SI	15	15,5%
Total	97	100%

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

**6.7 Vida de Centro**

Son los espacios de encuentros semanales para todas/os las y los participantes de un Banco, que cuentan con día y horario fijo de reunión. Existen tres aspectos claves que hacen de estas reuniones, momentos de encuentro personales y vinculares:

- Vida. Hacer del Centro un espacio de VIDA para todas y todos: lo importante son las personas y la comunidad, con todas sus historias, sus situaciones y problemáticas.
- Contención. Para cultivar la pertenencia de las personas y los grupos al Centro, es fundamental que las actividades y propuestas ayuden cada día más a sentirse *“parte de”*. Festejar cumpleaños, preocuparse por las y los

ausentes, conocerse más, cuidar a las personas. Todo esto es parte esencial del estilo de vida y del clima que se quiere vivir, un ámbito de celebración y protagonismo de todas/os y cada una/o de las/os participantes.

- Participación. El Centro es una escuela de participación y promoción comunitaria. Las y los prestatarias/os desarrollan sus capacidades de liderazgo en la Vida del Centro y -a través de la misma- descubren posibilidades de servicio, ya sea en el mismo Centro o en otras organizaciones de la comunidad.

La forma en la cual se promueve y recrea la Vida de los Centros, es la que garantiza que se produzcan las mayores y mejores combinaciones que permitirán volver a ser comunidad, mejorando también la calidad de vida de todas/os quienes participan de este espacio de intercambio. El conocerse y reconocerse, la posibilidad de construir un espacio de referencia y pertenencia, las dimensiones personales y grupales fortalecidas, permiten la autoestima y la conformación de niveles crecientes de autonomía y autoestima.

Cuando se comienza con el desafío del encuentro con la otra persona, para bregar por la vida comunitaria perdida, nadie sabe de antemano cuáles son las combinaciones posibles y los retos que aparecerán. Hay que descubrir los obstáculos, las posibilidades y potencialidades en la misma acción e intercambio, en el movimiento de la cotidianeidad de cada Centro y sus integrantes.

No cabe duda de que la Vida de Centro puede ser también llamada Centro de la Vida, donde un importante número de personas reunidas semanalmente en medio del barrio, ocupándose del trabajo y de mejorar la vida de las familias, se convierten en actrices sociales y abren a la comunidad un sinfín de posibilidades. Estas personas con inquietudes de superación personal y barrial, interesadas en dar respuesta a sus propios problemas y a aquellos que aquejan a otros sectores sociales, se vuelven en referentes de cambio para toda la comunidad y pueden desarrollar la posibilidad de movilizar a otras actrices y a otros actores sociales y políticos, con el objetivo de extender y profundizar estos cambios buscados. Se

estima que casi el 90% de las y los emprendedoras/es a nivel nacional participan de las Vidas de Centro de sus Bancos. Por otro lado, una sentida participación redonda en el pago de la cuota.

En las Vidas de Centro se realizan diferentes actividades: cobro de cuotas, seguimiento y evaluación de emprendimientos, actividades recreativas, intercambio de productos, ferias, exposiciones, festejos (entrega de créditos, fin de año, día de la primavera, cumpleaños, día de la mujer, día de la madre, día del niño, entre otros), celebraciones, bingos, rifas, trueque directo y comercialización de productos, debates, intercambio de información, entrega de diplomas de culminación de pago y de asistencia, tai-chi-chuan, desarrollo de cursos de interés (por ejemplo de pintura), contención de problemas personales (violencia familiar, enfermedades, pérdida de familiares o empleo) y también intercambio de buenas noticias (nacimientos, viajes, experiencias de trabajo, etcétera).

La realización de bingos o rifas, generalmente se corresponde con estrategias que diseñan los grupos ante la falta de pago de una o un compañera/o del mismo. El grupo, ante estas situaciones, inmediatamente sale en busca de soluciones colectivas para seguir adelante con sus proyectos, siendo una posibilidad de concreción de diferentes actividades en la Vida de Centro.

La posibilidad de compartir y encontrar espacios de pertenencia, referencia y contención, da lugar al desarrollo de la autoestima y la experiencia concreta y vivenciada de vínculo comunitario, lo cual es clave para la autodependencia, la autonomía y el crecimiento personal, confiando en uno y una misma.

### **6.7.1 Consolidación de la Vida de Centro**

Es posible preguntarse si la Vida de Centro siempre es igual, qué pasa al inicio, cómo se va consolidando, si los procesos en cada lugar son similares o qué particularidades aparecen. En este sentido, se remarcarán dos procesos en los que se pueden diferenciar etapas, momentos, evolución, en distintas direcciones.

En uno, la Vida de Centro se va afianzando y construyendo de a poco, partiendo del disgusto de “tener que cumplir” un horario semanal, con la única

intención de pagar la cuota. Comienzan a realizar actividades, fortaleciendo y consolidando el trabajo del grupo y los lazos afectivos entre las y los integrantes, participando activamente de la vida de la comunidad, el barrio y la localidad. Ejemplos de este proceso son los siguientes testimonios:

*“En nuestros Banquitos, el Centro va tomando “Vida” paulatinamente, pero este proceso es lento y costoso. Al comienzo los encuentros de Centro tenían como objetivo central el pago de la cuota. Luego se avanzó a dialogar sobre el funcionamiento de los proyectos de cada prestataria/o y hasta conversar sobre problemas barriales. En algunas organizaciones locales se ha logrado dotar de “más vida” a este espacio y otras están aún en los primeros pasos.”*

*“Quizás la propuesta más complicada de la metodología es llevar adelante la Vida del Centro, sin embargo entendemos que esto se ha ido dando en distintas etapas, las cuales permiten que éste vaya siendo -de a poco- no sólo un simple lugar de “encuentro”, sino que pueda pasar a ser la instancia que permita practicar la participación en un espacio comunitario y dar pertenencia a una pequeña organización, con lo cual las y los vecinas/os se sienten integradas/os, se reconocen en una instancia para el debate, la reflexión, los festejos, etcétera.”*

*“...en las primeras Vida de Centro se las veía con desánimo, hoy ni el viento las frena para llegar, festejan en algunos lugares los cumpleaños, en otros comparten problemas personales y otros tomar sólo mate fuera de casa, se arreglan, están contentas, intercambian formas de comercializar y comercializan ahí en ese espacio. El grupo les permite afrontar los problemas y resolver dificultades en todos los roles que desempeña la mujer.” (Promotora)*

Por otro lado, los relatos dan cuenta de que también puede darse un proceso inverso, donde el grupo comienza muy entusiasmado la Vida de Centro y -con el paso del tiempo- se produce un cansancio que lleva a no asistir a la misma y sólo mandar el dinero correspondiente al pago de la cuota. Se percibe un desaliento, desinterés y pérdida de compromiso con el grupo y muchas veces -también- con el proyecto que se desarrolla.

## **6.8 Relación con la Comunidad-Participación Comunitaria**

A pesar de las dificultades recién mencionadas, se cree que es muy importante realizar un apartado específico en el cual se dé cuenta del paso que realiza cada persona: de un sujeto individual que se acerca al Banco en búsqueda de un crédito, a una actriz o un actor social y política/o involucrada/o con la transformación y cambio de las condiciones en las que vive, ya no sólo centrada/o en ella o él y su familia, sino contemplando a toda su comunidad.

Sobresale el trabajo conjunto que se ha dado entre prestatarias/os-promotoras/es-organizaciones y el resto de organizaciones de la comunidad, para afrontar las distintas problemáticas sociales que viven, reclamando y reivindicando por los derechos que les son negados y constituyendo una red barrial de contención. Se intenta dar visibilidad al BPBF e y a la red de emprendedorismo que comienza a conformarse a nivel provincial y nacional, dando cuenta en los diferentes ámbitos de participación socio-comunitaria que es posible Otra Economía, solidaria y centrada en la promoción humana.

**Cuadro N° 46**  
**Críticas a la metodología del BPBFe por parte de las/los emprendedoras/es**

Críticas	SI	NO	Total
Mayor seguimiento a las/os emprendedoras/es	6,2 %	93,8 %	100 %
Mayor presión para la gente que no paga	3,1 %	96,9 %	100 %
Mejorar la Vida de Centro	5,2 %	94,8 %	100 %
Mejorar la forma de pago	3,1 %	96,9 %	100 %
Modificar el monto otorgado (mayor)	6,2 %	93,8 %	100 %
Mayor difusión de las actividades del Banco	4,1 %	95,9 %	100 %
Mayor control en el destino de los créditos	1%	99%	100%
Puntualidad	2,1%	97,9%	100%
Menor carga horaria	4,1%	95,9%	100%
Mayor participación	3,1%	96,9%	100%
Realizar más actividades	5,2%	94,8%	100%
Espacio físico de las reuniones	3,1%	96,9%	100%
Nada	32,0%	68,0%	100 %
Otro	7,2 %	92,8 %	100 %
No sabe /no contesta	18,6 %	81,4 %	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

Nota: Pregunta de respuesta múltiple

Se puede ver en el cuadro previo que un importante porcentaje, un 32%, de las y los emprendedoras/es manifiestan no tener nada que cambiarle o modificarle al Banco Popular de la Buena Fe. Luego, el 18,6%, prefiere no contestar -o bien no sabe qué contestar- a esta pregunta. Por otra parte, aquello que se demanda - aunque en porcentajes muy inferiores- es el seguimiento, las actividades y el mejoramiento de la Vida de Centro. No es casualidad que todas estas demandas estén relacionadas con promover la mayor contención posible a emprendedoras/es, consolidando la idea de que el Banco excede la cuestión meramente económica.

Cabe destacar que no es común que las personas tiendan a ver aspectos negativos de las propuestas que tienen correlato positivo en sus vidas, aunque tampoco es la criticidad una característica presente en el común de la gente. El

hecho de poder visualizar puntos a mejorar de las políticas y proponer alternativas, es un ejercicio necesario para comenzar a tener una real participación e incidencia. Sin embargo, es necesario que no se piense que las críticas son siempre de connotación negativa, sino que las mismas puedan entenderse como propositivas y favorecedoras para todas y todos.

#### Cuadro N°: 47

#### Qué significó para las y los emprendedoras/es participar en la experiencia del BPBF

Significados	SÍ	NO	Total
Amistad, conocer gente	36,5 %	63,5 %	100 %
Un lugar propio	2,1 %	97,9 %	100 %
Aspectos de autoestima (valoración, etc)	29,2 %	70,8 %	100 %
Posibilidad económica	26,0 %	74,0 %	100 %
Bueno en general	17,7 %	82,3 %	100 %
Cumplir con la palabra, ser responsable	2,1 %	97,9 %	100 %
Cumplir un sueño	3,1%	96,9%	100 %
Otro	6,3 %	93,7 %	100 %
No sabe /no contesta	4,2 %	95,8 %	100 %

Fuente: Elaboración propia sobre datos obtenidos en encuesta a emprendedoras/es. Dpto Confluencia

Nota: Pregunta de respuesta múltiple

En este cuadro se observa que una gran cantidad de emprendedoras/es sienten que el Banco Popular les ha permitido conocer gente (36,5%) y desarrollar la autoestima (29,2%). Estos son dos aspectos fundamentales e inherentes al desarrollo personal y local. La posibilidad de la autonomía y -a su vez- la recomposición de las redes vinculares, es lo que permite el desarrollo en niveles crecientes. De la mano con la alta significación afectiva que presenta el Banco, se plantea también su posibilidad económica (26%). No obstante, no son aspectos separados, sino que todos se relacionan al momento de comprender que el BPBF tiene por objetivos principales, no sólo aportar a la economía doméstica, sino incidir

en la recomposición del tejido social y la participación política de los sectores populares.

### **En síntesis**

El reto de la Economía Social es instalar un cambio de paradigma cultural y económico, por lo que los procesos de creación de redes sociales y de identidad comunitaria son fundamentales. Siguiendo esta lógica tres son los componentes esenciales de esta metodología: la asistencia financiera adecuada, el acompañamiento técnico a los emprendedores y el acompañamiento grupal – componente comunitario. A su vez, la estrategia de la formación de grupos de cinco personas para la aprobación del crédito es una estrategia válida y concreta, pero que choca con los imaginarios, prácticas sociales y valores, legitimados por el capitalismo, en los cuales las y los emprendedoras/es han sido socializados. Por lo tanto en la práctica surgen múltiples conflictos derivados de las contradicciones entre un modelo y el otro. La garantía solidaria es otro de los elementos fundamentales así como la vida de centro.

El BPBFe está destinado a aquellas personas a quienes no llegan las políticas focalizadas. Estas políticas nunca dan una respuesta a personas que están un poco mejor y tampoco dan respuestas a la heterogeneidad de situaciones económicas, culturales, educativas, laborales que viven las familias. En este sentido, el BPBFe es una propuesta abarcativa, participan aquellas personas que están en el límite y quienes nunca son tan pobres para incorporarse a las políticas asistencialistas del Estado.

El mercado laboral actual neoliberal genera excluidos. Ya que necesita cada vez menos mano de obra y la mano de obra que requiere es cada vez más especializada.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# CONTEXTOS

## **7 ¿Dónde se lleva a cabo la experiencia del Banco Popular de la Buena Fe? Contextos reales y posibles para el desarrollo de una Economía Social dentro del Desarrollo Local.**

### **7.1 Contextos Actuales de las acciones de microcrédito**

A partir del análisis de la experiencia del BPBFe observamos que el contexto donde se desarrolla hoy este programa en Neuquén presenta obstáculos y potencialidades. Como obstáculos podemos encontrar:

- Un contexto de economía capitalista tanto para productores como para consumidores, donde los valores hegemónicos tienen que ver con la acumulación de capital en manos de unos pocos en el marco de un sistema donde los beneficios son siempre para los grandes empresarios y no se promueve el microemprendimiento o la microempresa así como tampoco las propuestas desde la Economía Social.
- Una cultura donde está naturalizado el subsidio como una forma de relación con el poder, un subsidio que reemplaza la generación de trabajo genuino.
- Un sistema impositivo que no facilita la tarea al emprendedor pequeño, porque faltan regulaciones, información y facilidades de acceso.
- Un sistema financiero que excluye a los pequeños emprendedores.

Potencialidades:

- Espacios construidos, con trayectoria y visibilidad en prácticas de Economía Social. Ej: la fábrica recuperada FaSinPat (Ex Zanon)
- Espacios donde se están pensando alternativas dentro de este nuevo paradigma. Por ejemplo; la cooperativa del periódico "8300"; la cooperativa de salud ADOS; las y los microemprendedoras/es de la colonia Nueva Esperanza; las 15 organizaciones locales del Banco Popular de la Buena Fe,
- Espacios educativos en expansión, como el CEIAC Centro de Estudios e Investigación en Asuntos Cooperativos y en formación como el ciclo superior del secundario Nuestra Señora de la Guardia y el terciario de Economía Social de Neuquén Oeste (Fundación Cristiana Evangélica) Estos espacios

articulados pueden llegar a tener un incidencia real y concreta que movilice recursos propios tanto económicos como humanas y llegar a tener una incidencia en la concepción y la movilidad económica de la población de Neuquén.

- Crecimiento exponencial de microemprendedoras/es quienes son multiplicadores desde la práctica de las bondades de la propuesta..

## **7.2 Contextos Posibles**

### **7.2.1 Marcos Impositivos**

Actualmente los emprendedores para poder formalizar sus emprendimientos, se ven obligados a pagar diferentes obligaciones impositivas. Para analizar la situación impositiva relacionada con los microcréditos, es importante realizar una distinción entre los momentos en los cuales el beneficiario de un microcrédito se puede constituir en sujeto pasivo de algún impuesto. En este sentido, podemos marcar dos momentos, el primero cuando el beneficiario se hace acreedor del crédito y el segundo cuando comienza a percibir los frutos de las inversiones realizadas con el mismo. A su vez debe hacerse una distinción entre aquellos impuestos recaudados por Nación por medio de la AFIP, de aquellos que recauda la Provincia por medio de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Neuquén.

#### ***Microcréditos:***

Cuando se entrega un crédito se origina un contrato, estando estos últimos gravados por el impuesto a los sellos, cuya base imponible es el monto total del mismo. Para este caso la suma total del microcrédito y la alícuota impositiva asciende al 1.4% (catorce por mil o uno punto cuatro por ciento). El impuesto a los sellos le da rigurosidad a las partes, es decir, el fisco puede ejercer su poder de imperio sobre cualquiera de los contratantes, en caso de no haberse pagado el gravamen correspondiente. Esta situación ha llevado a que la práctica normal y habitual sea la de dividir el monto a depositar en partes iguales (7 por mil cada uno).

No existe exención específica para esta operatoria, siendo el caso más cercano el decreto 2955/91 que exime del pago del impuesto a los sellos, al financiamiento del CFI a microemprendimientos productivos. De la misma manera hay una gran cantidad de exenciones realizadas en diferentes momentos para otras tantas situaciones, desde contratos de YPF hasta los préstamos otorgados a empleados del Estado por parte del Banco de la Provincia de Neuquén. Esto responde claramente a decisiones políticas determinadas para cada uno de esos momentos. Esta situación permite concluir que lograr una exención al impuesto de sellos, dependerá exclusivamente de una decisión política y, de lograrse, la misma sería específica para tal fin.

Actualmente, el Programa del Banco Popular de la Buena Fe no cuenta con los sellados, esta situación que en cierto modo es una ventaja desde el punto de vista económico, le quita peso legal al contrato. En este marco, diversas organizaciones han buscado estrategias simbólicas para darle formalidad al momento: actos de entrega de créditos, testigos, fotografías, etcétera; no obstante, es necesario darle un respaldo más formal al contrato.

Con respecto a los Impuestos Nacionales si la operatoria hace que los beneficiarios deban operar por intermedio de instituciones bancarias, serán alcanzados por el impuesto a los créditos y a los débitos, el mismo grava con el 0.6 % (6 por mil) cada movimiento bancario. Este impuesto tiene algunas exenciones subjetivas<sup>2</sup>, es decir, dependiendo de la forma jurídica en que se constituyan los beneficiarios podrían quedar exentos de su pago.

Otra característica de este gravamen, es que se puede tomar el crédito para el impuesto a las ganancias, situación que no contempla a los monotributistas, quienes no podrán beneficiarse con dicho crédito.

En síntesis, la manera de evitar esta carga impositiva es no convertirse en sujeto pasivo del impuesto y esto se logra si no se realizan movimientos bancarios o

---

<sup>2</sup> Se especifica el sujeto pasivo a quien se exime del impuesto, para el caso se trataba de cooperativas, asociaciones sin fines de lucro, mutuales, etcétera.

-en su defecto- formando personas jurídicas exentas del mismo<sup>3</sup>. Fuera de estas alternativas no se visualiza otra solución factible.

### ***Microemprendimientos:***

Una vez que los beneficiarios de los créditos comienzan a vender sus productos o servicios, se convertirán en sujetos pasivos de impuestos provinciales, el cual grava las ventas netas con diferentes alícuotas que dependen de la actividad desarrollada.

Este impuesto -al igual que sellos- posee varias exenciones<sup>4</sup>, de esta manera puede darse que algunas de las actividades o de las formas jurídicas que adopten los beneficiarios de los microcréditos, queden exentas del mismo. Sin embargo la mayoría de los emprendimientos no entran en las categorías eximidas. Sin embargo, para que se favorezcan con este privilegio la totalidad de los microemprendedores, sería conveniente articular con la Dirección General de Rentas de la Provincia del Neuquén los mecanismos necesarios para lograr la *exención específica* para esta población.

Con respecto a los impuestos nacionales los beneficiarios de los microcréditos quedarían enmarcados en el monotributo social, lo cual es una buena solución para esta población, ya que les permite formalizar su actividad con un bajo costo y algunos beneficios adicionales, como contar con una obra social y realizar aportes para su futura jubilación. En este sentido el Registro de Efectores fue creado para facilitar a los emprendedores el desarrollo de su actividad económica y el incremento de sus ingresos, a partir de la posibilidad de facturar y de ese modo incorporar nuevos compradores o clientes. Pueden inscribirse en dicho registro personas físicas, integrantes de proyectos productivos (que conformen grupos de trabajo de hasta tres personas) y asociados a Cooperativas de Trabajo que cumplan con las siguientes condiciones: vulnerabilidad desde el punto de vista socioeconómico, que estén realizando una actividad económica de producción,

---

<sup>3</sup> Son aquellas que especifica como exentas el impuesto a las ganancias.

<sup>4</sup> Cooperativas, comercio de productos regionales (artesanías) hasta determinado monto, producción primaria, entre otros.

servicios o comercialización, que contribuya al desarrollo local y la Economía Social, que los ingresos brutos por titular de derecho no superen los \$12.000 anuales, que la motivación para la inscripción responda al interés propio del interesado y no al de terceros (fraude laboral). No podrán inscribirse aquellas personas que trabajan en relación de dependencia, ni tampoco podrán hacerlo profesionales universitarios, excepto que realicen una actividad económica no vinculada con su profesión. Pueden ser o no titulares de derecho de planes sociales.

El efector social queda inscripto dentro del régimen de monotributo social, por medio del cual abonando mensualmente el 50% del componente social (actualmente \$12,22), se le permite emitir factura oficial y acceder a una obra social con idénticas prestaciones a las que reciben las y los monotributistas generales. A los efectos del sistema jubilatorio, se le computa como período aportado el tiempo de permanencia en el Registro. Además, podrán ser proveedores del Estado a través de la modalidad de contratación directa, tal como lo prevé el decreto 204/04 del Poder Ejecutivo Nacional.

Actualmente, también existe la categoría de “monotributista social eventual”, que fue creada para aquellas actividades que se desarrollan irregularmente o de carácter temporario / estacional y no necesitan facturar durante todo el año. El monotributista social eventual está exento de ingresar el pago a cuenta del 5% de los ingresos brutos que generen cada una de las operaciones que realicen, tal como se exige a los monotributista eventuales del régimen general, pero no tendrá el beneficio de la cobertura de una obra social. El inscripto puede facturar desde el momento en que es dado de alta como monotributista social, figura que actualmente puede durar entre 4 y 6 meses.

El monotributo social es una categoría tributaria permanente, a partir de la ley 26.223/07 promulgada el 9 de abril de 2007. Esta vigencia rige mientras se mantenga la situación de vulnerabilidad social y el cumplimiento de los requisitos de ingreso al programa. Es indispensable para permanecer en el Registro, no superar los \$12.000 anuales de ingresos brutos desde que se solicita la inscripción. En caso de superar este límite, será dado de baja como monotributista social.

Si bien este monotributo social es un importante paso a la hora de otorgar un marco jurídico a los pequeños emprendedores como lo son los participantes del Banco Popular de la Buena Fe, este beneficio todavía no está debidamente instalado.

### **7.2.2 Control Bromatológico y Microemprendimientos**

Habitualmente, los microempresarios y microemprendedores sostienen que el control bromatológico es un obstáculo al desarrollo de sus actividades económicas y que siempre favorece a aquellas empresas o emprendimientos que pueden hacer frente a los requerimientos de las autoridades sanitarias. Estos argumentos pueden convertirse en una excusa o justificación para eludir las obligaciones sanitarias que les caben al iniciar o mantener cualquier negocio de elaboración, producción, distribución o comercialización de productos alimenticios a todos los emprendedores.

De esta forma, resulta imprescindible plantear la cuestión bromatológica desde el derecho que todas las personas tienen a esperar que los alimentos que ingieran sean sanos y aptos para el consumo. Las enfermedades de transmisión alimentaria, los daños provocados por el mal estado de los alimentos y los brotes de enfermedades transmitidas por los mismos, no sólo perjudican directamente a la salud de las personas sino que, además, dañan el comercio, el turismo y provocan pérdidas de ingresos, desempleo y pleitos.

Para el emprendedor, asimismo, el deterioro de los alimentos ocasiona pérdidas, es costoso e influye negativamente en el comercio y en la confianza de los consumidores. Por consiguiente, es imprescindible e indiscutible un control eficaz de la higiene, a fin de evitar las consecuencias perjudiciales que derivan de las enfermedades y los daños provocados por los alimentos y por el deterioro de los mismos, para la salud y la economía. Todos aquellos emprendedores relacionados con este ámbito de producción: agricultores y cultivadores, fabricantes y elaboradores, manipuladores y consumidores de alimentos; tienen la

responsabilidad de asegurarse de que los alimentos sean inocuos y capacitarse para la elaboración y ofrecimiento de un sano producto.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), estima que las enfermedades causadas por alimentos contaminados constituyen uno de los problemas sanitarios más difundidos en el mundo hoy. En relación a estos datos, establece Diez Reglas de Oro para la preparación higiénica de los alimentos:

1. Elegir alimentos tratados con fines higiénicos.
2. Cocinar bien los alimentos.
3. Consumir inmediatamente los alimentos cocinados.
4. Guardar cuidadosamente los alimentos cocinados.
5. Recalentar bien los alimentos cocinados.
6. Evitar el contacto entre los alimentos crudos y los cocinados.
7. Lavarse las manos a menudo.
8. Mantener escrupulosamente limpias todas las superficies de la cocina.
9. Mantener los alimentos fuera del alcance de insectos, roedores y otros animales.
10. Utilizar agua pura.

La importancia que le otorga la OMS a las Enfermedades de Transmisión Alimentarias (ETAs), sirve para poner en lugar relevante la cuestión del control bromatológico; puesto que no es un problema de mercado, sino el derecho que todo ser humano tiene de ingerir productos sanos y exigir garantías de ello.

El Código Alimentario Argentino establece una base científica sólida para entender de qué manera se formulan y aplican las reglas y reglamentos en materia de higiene de los alimentos. Los Principios Generales de Higiene de los Alimentos abarcan las prácticas de higiene desde la producción primaria hasta el consumidor final, destacando los controles de higiene básicos que se efectúan en cada etapa.

Argentina, en materia de calidad alimentaria, ha adherido a los estándares internacionales del Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP) con las directrices para su aplicación, los principios para el establecimiento

y aplicación de criterios microbiológicos para los alimentos y los principios y directrices para la aplicación de la evaluación de riesgos microbiológicos.

Por todo ello es necesario que el pequeño productor, por mínima que sea su escala, adopte -por respeto a sí mismo y a sus clientes- las buenas prácticas de manufactura. Es muy común que los emprendedores que realizan tareas de producción alimentaria no cuenten con el espacio adecuado para producir en sus casas. Es fundamental que puedan acceder a la capacitación necesaria y al acceso a los materiales para poder producir en condiciones de higiene. También deberán pensarse créditos para infraestructura. Sin embargo, en muchas ocasiones el acceso a la certificación es lo que resulta difícil para las y los microempresedoras/es ya que desde los organismos encargados para tal fin no se facilita.

### 7.2.3 Importancia de la capacitación

De los cursos de buenas prácticas de manufacturas instrumentadas por la Municipalidad de Neuquén para microempresarios de la ciudad, la **Ing. Ind. Mariela S. Díaz** elaboró un informe en donde concluye que el emprendedor cambia de actitud cuando conoce las razones y las virtudes que conlleva el adoptar las buenas prácticas de manufactura.

En ese sentido, afirma que luego de la capacitación los emprendedores manifiestan:

- ✓ Una actitud positiva ante la posibilidad de acceder en forma gratuita a un entrenamiento tan importante.
- ✓ Se genera tal interés que demandan mayor profundización en los temas.
- ✓ El emprendedor tiene cierto grado de conciencia de los riesgos en la elaboración de alimentos, pero reconoce que necesita entrenamiento y acompañamiento para hacer un hábito de las pautas y conductas en el desempeño de sus actividades para asegurar la inocuidad de los productos.

- ✓ Reconocen que sigue siendo necesario mayor control, capacitación y seguimiento en lo referente a la seguridad alimentaria, elaboración de productos alimenticios y nuevas tecnologías. Si bien existe el Decreto Provincial 1215/00 que facilita algunos aspectos, en cuanto a las habilitaciones, hay que profundizar este aspecto.
- ✓ Definen como uno de los principales obstáculos para el pequeño emprendedor, el acceso a la tecnología apropiada a su escala, o en su defecto a su financiamiento.

### ***Incubadoras o viveros de microempresas***

Es importante rescatar aquellas experiencias en donde el Estado adecua o construye un local que cumple con todos los requerimientos para asegurar una producción inocua y en donde pueden trabajar -simultánea o alternadamente- distintos emprendimientos alimenticios compatibles.

Estas instalaciones ofician como pequeños “viveros” de empresas, donde los emprendedores acceden colectivamente a capacitación, número común de registro de habilitación de establecimiento, tecnología e instalaciones apropiadas, disminución de costos fijos y promoción comercial, entre otros. El objetivo de estas instalaciones es -fundamentalmente- funcionar como plataforma de despegue, a través de la cual, los pequeños emprendimientos puedan introducirse en el mercado y generar sus propios recursos para, en un plazo no mayor a dos años, contar con su propio establecimiento.

### ***Decreto 1215/00***

Luego de un trabajo conjunto entre los organismos de desarrollo productivo, turismo, salud y educación de la Provincia de Neuquén y el área de desarrollo local del Municipio de Neuquén, se aprobó el Decreto 1215 del 1 de junio de 2000, que reglamenta la producción, exposición y comercialización en la Provincia de alimentos por parte de feriantes, establecimientos de agroturismo o microempresarios. Este Reglamento genera un registro de productores a quienes, reuniendo determinados

condiciones, se les otorga un permiso para comercializar sus productos en el territorio provincial.

Este Decreto siempre fue resistido por los municipios, debido a que para su aplicación era necesario que los gobiernos locales adhirieran para inscribir a los productores en el Registro Provincial y realizaran los controles pertinentes. Algunos funcionarios municipales argumentan que el Decreto no se ajusta a las leyes nacionales y otros que esta actividad “extra” no prevé reconocimiento algunos de los gastos que implica. Por lo pronto, la herramienta legal existe para que los emprendedores exijan su cobertura, gestionando esto ante los gobiernos municipales.

Al mismo tiempo, desde los municipios y provincias pueden proponerse diferentes medidas para promover la comercialización de los emprendimientos: cupos en supermercados, ferias y facilitaciones a la hora de cumplir las exigencias bromatológicas.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Iniciamos esta investigación con el objetivo de profundizar desde la teoría y desde la práctica, en el papel del microcrédito como herramienta en el desarrollo de Otra Economía, la Economía Social. También con la intención de que estas razones, formuladas como recomendaciones, se conviertan en acciones de Política Pública que promuevan no sólo estas experiencias sino también una economía más equitativa que se centre en las personas más que en el capital.

Y partíamos de la afirmación de que para que el microcrédito sea una herramienta de desarrollo social y comunitario debían darse condiciones inherentes a la metodología de la propuesta misma y condiciones de contexto. En estos dos sentidos, la tarea realizada interdisciplinariamente y la variedad de testimonios y experiencias, nos permiten ofrecer las siguientes conclusiones

### **Condiciones inherentes al microcrédito para operar como herramienta de desarrollo social y comunitario.**

Los microcréditos dentro del encuadre del Programa Banco Popular de la Buena Fe son, todavía, una estrategia de supervivencia más de los sectores populares a la hora de buscar la reproducción familiar, ya que no alcanzan por sí solos a cubrir las necesidades consideradas básicas por esta sociedad. Sin embargo, se trata de una estrategia que además pone en juego numerosos recursos y herramientas que resultan en satisfactores sinérgicos de las necesidades así como promueve otro tipo de Economía.

Es la metodología específica lo que potencia la satisfacción de las diversas necesidades humanas planteadas por Manfred Max Neef que exceden a la de subsistencia. Si bien es cierto que los emprendimientos están orientados al ingreso de capital monetario que permita a las familias cubrir en alguna medida las necesidades básicas, hemos comprobado que desde el BPBF se potencia la satisfacción de múltiples necesidades:

- **De entendimiento:** porque se prevén espacios de capacitación para los emprendedores (se hicieron talleres de género, de cooperativas, de manipulación de alimentos, de computación, taichi, biodanza, etc.) a la vez que se revalorizan los diversos saberes de cada emprendedor. En muchos casos fueron las mismas emprendedoras quienes ofrecieron los talleres.
- **De afecto:** los espacios grupales posibilitan la consolidación de vínculos afectivos. En algunos bancos los emprendedores continúan participando del espacio grupal a pesar de haber terminado de pagar el crédito. En uno de los grupos a la hora de vida de centro se la llamó “la horita feliz”. Estos lazos afectivos ayudan a reconstruir historias de vida fragmentadas y adquieren tanto valor para las/ los emprendedoras/es que algunos grupos se reúnen también por fuera de la vida de centro y del Programa.
- **De libertad:** el programa cuenta con una interesante flexibilidad para adaptarse a las posibilidades y necesidades de las mujeres. De hecho el BPBF es sentido como un espacio propio de las mujeres “sin marido y sin hijos”.
- **De protección:** tiene que ver tanto con los ingresos económicos que posibilitan el ahorro como con los lazos de solidaridad que fortalecen las relaciones y las incipientes redes ampliadas. Delia está ahorrando para una prótesis. Algunas pudieron ir haciendo mejoras en sus casas “como poner cortinas, o las 4 sillas iguales”.
- **De creación:** Se ponen en juego las habilidades personales y la creatividad, desde lo que decide producir y cómo lo presenta, hasta las estrategias de venta. Lo significativo en este satisfactor es que **descubren** sus potencialidades y revalorizan lo que son. Al momento de recibir su primer microcrédito dijo una emprendedora de 50 años: *“Es la primera vez en mi vida que alguien cree y confía en mí”*

- **De ocio:** la metodología de la Educación Popular tiene en sus bases el componente lúdico como una herramienta esencial de aprendizaje, por eso este componente está presente en diferentes momentos del Banco, especialmente en la Vida de Centro y en los encuentros provinciales y nacionales. Las mujeres tienen pocos espacios lúdicos (por no decir ninguno) para ellas solas, mientras que para los hombres el juego está más legitimado (el fútbol, las cartas, entre otros), las mujeres centran su espacios de recreo y diversión con sus hijos. También se promueven en los Bancos otro tipo de espacios. Por ejemplo en uno de los Bancos se decretó el día de la Belleza. Ese día se convocó a una peluquera para que las mujeres pudieran teñirse el cabello, cortárselo, y otras compañeras que venden productos de belleza mostraron sus productos.
- **De identidad:** La propuesta está dirigida básicamente a mujeres y desde esta mirada de género se trabajan las identidades, favorece la conformación de un espacio de pertenencia. El nivel de estima es indicador de la herida. Se trabaja para reconocer en la vida las personas que nos han ayudado a crecer y a aceptar el acompañamiento de otros para descubrir aspectos vitales ocultos, descubrir el lado positivo de las sombras para integrarlas (Talleres de Biodanza)

Este efecto integral sobre la calidad de la vida, sobre el posicionamiento relacional de las personas, sobre la posibilidad de buscar horizontes diferentes, es el sustento que reconstruyen las relaciones del Banquito y a partir del cual se podrán seguir soñando etapas de superación y de mayor autodependencia. Pero para esto existen una serie de **condiciones relevantes** que hacen al logro o fracaso de la propuesta:

Una primer condición es el **acompañamiento personalizado** de la /el emprendedor/a. El análisis del recorrido histórico de las experiencias locales de

microcrédito nos ha demostrado que el emprendedorismo no es una tarea que se pueda realizar sin asesoramiento técnico, el relacionado al emprendimiento y el relacionado a la comercialización y sin acompañamiento de los aspectos humano-personal – emotivo y grupal. Es fundamental que esta tarea esté planificada y profesionalizada para que se den procesos de crecimiento superación y sostenibilidad.

Es importante no confundir el acompañamiento propuesto desde esta mirada de respeto a las diferencias, con el control o la visita esporádica que puede resolver algunas cuestiones técnicas del emprendimiento pero que no hace al fondo del planteo. La presencia del componente acompañamiento se desagrega en acciones ineludibles como:

- Formación y acompañamiento del proceso de los grupos, análisis de proyectos, identificación de problemas, búsqueda de caminos de solución junto al grupo y evaluación de los procesos y viabilidad de los emprendimientos
- Coordinación y animación del Centro, detección de necesidades personales y grupales y propuestas de alternativas.

Este componente tiene un costo económico, que luego de haber visto los resultados, podemos denominarlo “inversión” pero que lamentablemente, para los que otorgan los fondos para los microcréditos, sigue entendiéndose como gasto.

Sintetizando, afirmamos que no se deben entregar microcréditos individuales ni colectivos que no tengan el presupuesto adecuado para realizar el acompañamiento de las/los emprendedoras/es desde el inicio y en continuidad hasta que se garantice la posibilidad de su sostenimiento.

**Condiciones de contexto para que el microcrédito pueda operar como herramienta de desarrollo social y comunitario hacia el fortalecimiento de Otra Economía**

Cualquier intento de intervención en pos de resolver los problemas de los sectores populares afectados por el modelo neoliberal instalado en la década del '90 debe tener en cuenta el grado en que la economía capitalista se ha naturalizado e instalado hegemónicamente, no solo en lo económico sino también en lo político y cultural.

A pesar de ello, algunos autores opinan, como José Luis Coraggio, que *“lejos de estar naturalizada, la actual estructura económica capitalista, es posible construir una economía centrada en el despliegue y la capacidad del trabajo humano en sociedad, mediante las iniciativas del Estado y de la Sociedad, partiendo de la realidad para transformarla y respetando los tiempos que esa transformación requiere.”*<sup>5</sup>

Esto significa que **partimos de una economía popular, realmente existente, subordinada a la cultura, valores y poderes de la sociedad y estado capitalistas** y la posibilidad que contienen en **devenir en una economía del trabajo**<sup>6</sup>, por oposición a la *economía del capital*, donde se afirma la **primacía de los intereses del conjunto de los trabajadores y de sus múltiples identidades y agrupamientos**<sup>7</sup>.

Por otra parte, cambiar las estructuras del sistema actual a favor de las mayorías no se logra con programas unidimensionales (sólo otorgar microcréditos o sólo capacitar en oficios) sino con una estrategia consistente y apoyada con recursos importantes, que a su vez **implican un cambio de la correlación de fuerzas entre las mayorías y las minorías sociales**. Elementos tecnológicos, económicos, políticos y culturales deben vincularse sinérgicamente para potenciar las iniciativas de los trabajadores orientándolas hacia la construcción de un sistema

---

<sup>5</sup> **Coraggio, J.L.** (1992): “Del sector informal a la economía popular: un paso estratégico para el planteamiento de alternativas populares de desarrollo social”. Ponencias del Instituto Fronesis, N° 1 Quito. ([www.fronesis.org](http://www.fronesis.org)) Páginas 1-16. Tomado de Martínez, Luis

<sup>6</sup> Según Coraggio el concepto de **economía del trabajo** es “el del sistema que genera, define, y distribuye recursos materiales y capacidades humanas e institucionales de modo que se satisfagan las necesidades legítimas de todos según las definiciones, valoraciones y prioridades que democráticamente resuelvan las diversas sociedades, gestionando el sistema global, nacional, regional y local de necesidades de modo que la reproducción intergeneracional y cada vez mas equitativa de la vida este a resguardo de intereses y poderes particulares, nacionales o internacionales.”

de economía como el propuesto. Y esto **exige un Estado democrático, participativo, respetuoso de los valores y criterios derivados del objetivo de reproducción ampliada de la vida de todos.** En la esfera pública se dará entonces una confrontación entre las lógicas de la economía del trabajo y la economía del capital. **Allí cabe la posibilidad de asociación de los trabajadores, con ciertas fracciones del pequeño y mediano capital, organizados como sistemas productivos encadenados o como conjuntos territoriales.**

El desarrollo local integral puede cumplir la función de proveer un escenario para dar visibilidad a los intereses particulares y hacer emerger las alianzas posibles bajo la hegemonía del principio de reproducción ampliada.

Existen múltiples y variadas propuestas teóricas y mediaciones prácticas a distintos niveles para la Economía Social. Coraggio ubica en tres grandes grupos cuyas propuestas son:

- (a) **redistribuir los ingresos que generan las actuales estructuras productivas y de propiedad** interviniendo macroeconómicamente desde el Estado para distribuir de una manera más justa que cómo lo hace el mercado libre y así lograr un “capitalismo democrático ” sin necesariamente modificar las formas micro y mesoeconómicas,
- (b) **construir un nuevo sector orgánico de Economía Social y solidaria** en base al desarrollo, agregación y articulación de organizaciones económicas con relaciones de producción no capitalistas, que coexistiría y/o pugnaría en una economía mixta con las lógicas y organizaciones del capital y del Estado.
- (c) **construir otro sistema económico (otra economía)**, que sustituya al actual conformando las relaciones de competencia entre intereses particulares con relaciones de redistribución, solidaridad y reciprocidad y el predominio de un bien común legítimamente establecido. En la transición se puede hablar de una “economía plural”.

El autor asigna una visión reformista y de cúpula a las variantes tipo “a ” mientras que a las tipo “b ” presentan diversas posturas respecto a lo político y lo

contestatario, siendo las propuestas de tipo “c ” inevitable e intrínsecamente de intención política.

Sin embargo reconoce que “es en la variante “b” donde encontramos una mayor movilización, confrontación y conflicto desde la base hasta la cúspide del sistema político. A pesar de ello, como la opción “c” implica un profundo cambio de estructuras políticas y económicas que la sociedad argentina no parece preparada y/o dispuesta a adoptar, creemos que el camino es el fortalecimiento de la Economía Solidaria en coexistencia con el actual sistema capitalista.

La coexistencia de tres sectores económicos (del trabajo, del capital, y el público) lleva consecuentemente a trabajar para que la Economía Popular se vuelva orgánica, desarrolle sus capacidades asociativas, formación de mercados, se apropie de tecnologías, educación y los bienes públicos necesarios para su reproducción ampliada intercambiando en mejores condiciones con el sector de la economía empresarial privada y el sector de la economía pública. Estos intercambios no necesariamente se darán en la forma de venta de mercancías, sino que incluye el trabajo asalariado.

La Economía Social implica un cambio de paradigma, por lo tanto, una nueva cultura o forma de vida. Pensarla desde un sólo sector social es reducirla a una estrategia coyuntural, por esta razón, proponemos encararla multicausalmente e intersectorialmente con una fuerte visión de sistema donde las metodologías de microcrédito se encuadren en un proyecto superador y no se constituyan en mecanismos de reproducción de la pobreza.

La propuesta de microcréditos puede llegar a convertirse en una herramienta de Economía Social, no sólo si la metodología a través de la cual se implementa cumple ciertos requisitos, sino también si es posible pensarla y ejecutarla en un sistema donde se pongan en marcha diversos engranajes y una batería de respuestas de conjunto para las actuales debilidades del contexto social. Este pensar y actuar en conjunto es establecer articulaciones con los diferentes actores sociales e institucionales de una comunidad dado que ninguno puede quedar ajeno a este proceso. Las prácticas enmarcadas dentro de la Economía Social deben

contar con espacios instalados, en todos los ámbitos sociales: gubernamentales, educativos, de producción, de recreación y de consumo, entre otros.

Por esto, como conclusiones de esta investigación se ofrecen propuestas concretas de trabajo donde se puedan establecer vínculos de acción mancomunada.

Estas propuestas de acción pueden diferenciarse según el ámbito donde se desarrollen

- Acciones directamente relacionadas con los microcréditos
- Acciones convergentes para el fortalecimiento de los microemprendimientos.
- Acciones de articulación con otras organizaciones y con el Estado
- Acciones para optimizar la comercialización

### **Propuestas de acciones directas sobre el sistema de microcréditos**

La posibilidad de imaginar y concretar un sistema de microcréditos en el marco de una Economía Solidaria requiere -necesariamente- pensar escalas progresivas y niveles crecientes de implementación. Es un proceso que debe ser planificado a largo plazo, a lo largo de los cuales se empezará con créditos pequeños para poder ir aumentando el capital inicial y reconstruyendo la comunidad y solidaridad entre personas.

La alternativa es comenzar en los barrios con pocos grupos para que a medida que se expande el efecto, se internaliza la propuesta en toda su dimensión y la comunidad barrial se apropia del Banco vaya creciendo el número de emprendedores generando la red que permitirá la transformación hacia la Economía Social.

Recordar que el sistema de microcrédito requiere de:

- Crédito Inicial,
- Fondos operativos,
- Acompañamiento y capacitación
- Estrategias de comercialización

**Medidas directas necesarias** y posibles para potenciar las experiencias del microcrédito con fines sociales:

- Exenciones impositivas provinciales y nacionales. (rentas y sellos)
- Expansión y efectivización del monotributo social
- Prioridad en las licitaciones públicas.
- Escalamiento de la experiencia desde el Estado
- Facilidades para cumplir con las exigencias bromatológicas y autorizaciones para la producción.
- Lugares de producción comunitarios, como salas de producción de conservas, faenado, hornos. Galpones de producción.
- Asesoramiento para el otorgamiento de la marca, RNE y RNPA, tabla nutricional y proporción de consumo mínimo.
- Capacitación permanente y específica.
- Promoción de la comercialización en los supermercados, ferias, mercados
- Apoyo económico y técnico a los encadenamientos productivos.
- Espacios de publicidad, promoción de la comercialización:

#### **9.4 Acciones convergentes para el fortalecimiento de los emprendedores y de la Economía Social.**

Una propuesta de microcrédito, que sea sustentable y promotora de niveles crecientes de autodependencia y de desarrollo a Escala Humana, social y local, requiere contemplar y cubrir algunos aspectos que hacen a la satisfacción de las necesidades básicas de la vida cotidiana

**Salud:** ofrecer un buen sistema de atención y prevención. La propuesta puede concretarse con el sistema público o en articulación con experiencias cooperativas de salud.

**Educación:** favorecer escuelas que promuevan inquietudes y capacidades emprendedoras, de autoempleo y autonomía y contemplar en las escuelas

programas curriculares que estudien teórica y prácticamente la dinámica, estrategias y desafíos referentes a la Economía Social con sus procesos de emprendedorismo y microcrédito.

**Vivienda:** priorizar para este sector el acceso a una vivienda digna o al mejoramiento de sus viviendas con espacios para lo doméstico, para lo laboral y la producción a través de propuestas graduales articuladas con sectores cooperativos afines.

**Seguridad Social:**

### **Acciones de Articulación**

En el proceso hacia una Economía Solidaria y hacia la promoción del cambio socio-cultural, hay que apostar a procesos asociativos. Es imperioso desterrar la idea de emprendimientos comunicados, de emprendedores aislados, puesto que de lo contrario se corre el riesgo de estar fomentando “micropatronos”.

Puesto que la lógica de acumulación y beneficio personal, instalada por el sistema capitalista de producción y apropiación de los bienes, está introyectada en cada uno de nosotros, se vuelve fundamental no perder de vista los valores de solidaridad y de vinculación social y comunitaria.

La articulación debe proponerse y trabajarse como superación del individualismo, de la acumulación de poder, y de la posibilidad de compartir logros y beneficios en una propuesta de distribución equitativa.

En el proceso deben plantearse articulaciones en lo micro y en lo macro. En el primer sentido hay que trabajar entre las/os misma/os emprendedora/es, articulando procesos de compra de insumos, de intercambio de capacidades de comercialización y de saberes.

En lo macro pensar las articulaciones barriales, interbarriales, municipales, provinciales, interprovinciales y nacionales para acceder a las exenciones planteadas anteriormente y a los beneficios de una comercialización superadora del ámbito familiar.

También serán necesarias las articulaciones para acceder a las mejoras en salud, educación y vivienda.

## **Comercialización**

La comercialización es el punto operativo más débil de la propuesta emprendedora. Vender implica tener -además de los productos o servicios- capital social y habilidades para tal fin. . Que un emprendedor domine su saber específico como cocina, costura, albañilería, peluquería, etc, no implica -necesariamente- que sepa cómo vender sus productos o servicios en el mercado actual, altamente competitivo. Sucede, generalmente, que en la comercialización los emprendedores no pueden superar el espacio informal de lo privado, vendiéndoles a parientes y vecinos. Ahora bien, si pensamos en una proyección y en un crecimiento de los emprendimientos, el aumento de los volúmenes de venta es una pieza clave.

Potenciar masivamente la demanda no será viable si no hay un equilibrado crecimiento en relación a la oferta. Esta conjunción es necesaria pero implica el desafío de encontrar espacios de articulación entre productores y consumidores y en algunos casos mejorar previamente la calidad de los productos.

La propuesta de motivar al emprendedor, y también a quienes consumen, promoviendo un consumo diferente implica comenzar a trabajar sobre el consumo responsable como “valor”; no requiere hacer énfasis en los hipermercados, sino más bien, en lo pequeño y en la red de familias. Promover que se conozca la propuesta y entre sí los emprendedores y los posibles consumidores permite reconstruir lazos de solidaridad, confianza y aprecio por lo artesanal, lo doméstico y el trabajo manual. Gente produciendo capacitada y gustosamente y gente consumiendo confiada y satisfecha.

Desde el punto de vista económico tradicional puede resultar poco rentable, pero la Otra Economía y los microcréditos con fines sociales, apuntan a un cambio cultural y -por ende- a largo plazo lo que no es rentable para unos es inversión para los otros. En este espacio de lo micro y mesoeconómico, aspiramos a que el



### **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

contacto con el otro, sea más convocante que aquel centrado en los precios y la ganancia.

Los desafíos entonces, estarán centrados en lograr que el aumento del consumo sea proporcional al aumento de la demanda en una escalada progresiva, en armar estructuras paralelas de consumo responsable y diseñar espacios de intercambio, venta y trueque que no impliquen desgastes ni cansancio de las personas.

## **Propuestas y recomendaciones para la elaboración de Políticas Públicas y de la Ley Provincial de Promoción del Microcrédito.**

Las propuestas que tiendan a la promoción de la Economía Social deben encuadrarse en Políticas Públicas Económicas y de Desarrollo Social y Local.

“El fraccionamiento y las acciones aisladas, compartimentadas y sectorizadas no tienen la misma repercusión continuidad y efecto multiplicador que cuando se encuentran diseñadas articuladamente en una política pública que se sostiene con presupuesto propio y ha sido respaldada por la comunidad”<sup>7</sup>

Las Políticas Públicas, entonces, deben propender a:

- Fortalecer el asociativismo a través de la difusión de sus principios y capacitación para lograrlo
- Facilitar el acceso a la tecnología a través de un sistema crediticio adecuado al sector
- Actuar el Estado como mediador e integrador entre los sectores de la Economía Social y las empresas de acumulación capitalista.
- Priorizar al sector de la Economía Social como proveedores del Estado en todos sus niveles (nacional, provincial y municipal).
- Establecer un sistema de capacitación continua en temas contables, jurídicos, gerenciales y comerciales.

En cuanto al marco macroeconómico, la protección de la industria nacional con medidas como un tipo de cambio competitivo, bajas tasas de interés, aranceles a la importación, sostenimiento de la demanda agregada interna basada en una distribución del ingreso más equitativa y un sistema impositivo progresivo, favorecerán el desarrollo del sector social.

Desde la perspectiva local, se deberá propender a un desarrollo equilibrado a partir de las potencialidades de nuestra región facilitando el desenvolvimiento de

---

<sup>7</sup> Fundación Otras Voces. Diagnóstico Participativo Local de la realidad de los adolescentes y jóvenes en el Municipio de Plottier. 2006 tomo II p.p 61

emprendimientos a través del acompañamiento técnico, disponibilidad de espacios físicos adecuados y asistencia para el cumplimiento de normas bromatológicas.

En la actualidad nos encontramos con Provincias que han adherido a la Ley Nacional 26117 y otras que han gestado su propia Ley haciendo propicia la oportunidad para puntualizar aspectos que favorecerán la implementación y el fortalecimiento de la Economía Social. (Ver Ley 5774 Provincia de Corrientes)

En este marco se sugiere que la adhesión a la Ley en la provincia del Neuquén, contemple:

- Sostener la caracterización (art 2 Ley 26117)) de las organizaciones responsables del microcrédito no dejando abierta la posibilidad a instituciones con fines de lucro.
- Generar la propuesta de exención a ingresos brutos y sellos provinciales
- Fortalecer la convocatoria a las Municipalidades a adherir a la propuesta provincial y a generar fondos específicos para tal fin
- Instituir un presupuesto sostenido, estable, incorporado al presupuesto anual provincial en el cual se contemplen fondos para 1-: los microcréditos; 2- el fortalecimiento de las organizaciones; 3- las implementación de las articulaciones entre el INTA – INTI – UNC y emprendedores; 4- la capacitación; 5- el desarrollo de la comercialización
- Proponer al ejecutivo provincial la creación de un espacio de integración para todo lo referente a la temática de desarrollo de la Economía Social
- Proponer la creación de una secretaría ejecutiva de Economía Social dentro del Ministerio de Economía de la provincia



## **Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

## **BIBLIOGRAFIA**

## BIBLIOGRAFIA

ABRAMOVICH Ana Luz, CASSANO Daniel, SABATE Alberto, HINTZE Susana, KOHAN Marcelo, MONTEQUIN Marcela, VAZQUEZ Gonzalo (2006). *Empresas sociales y economía social: aproximación a sus rasgos fundamentales*. Material Bibliográfico de al Postgrado en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO.

AGUIRRE, Patricia. (2002) *Del Gramillon al Aspartamo. Las transiciones Alimentarias en el Tiempo de la Especie*. Boletín Techint. Numero 306. Abril – Junio. Versión Digital.

ARROYO, Daniel (2006) *La economía social como estrategia de inclusión*. Material Bibliográfico de al Postgrado en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO.

BEKERMAN, Marta, RODRIGUEZ Santiago, OZOMEK Sabina, IGESIAS, Florencia (2005). *Microfinanzas en la Argentina*, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, con el Apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

BANCO MUNDIAL (2007) *Informe sobre Estrategias de Supervivencia en Sectores Populares*. Estudio coordinado por Bernard N. Cavallier. Internacional Economics Foundation Group for Latin American Development.

CARO Y ACEVEDO (1986). Análisis de la problemática de la legislación de la microempresa Instituto SER de investigación Bogotá, Colombia.

CORAGGIO, José Luis (2002) *La Economía Social como Vía para Otro Desarrollo Social*. Material Bibliográfico de al Postgrado en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO.

CORAGGIO, José Luis (2001) La Economía del Trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre. Trabajo presentado en el panel Fronteras de la teoría Urbana: CGE incertidumbre y Economía Popular, seminario internacional sobre Economía y espacio organizado por el Centro de Desarrollo y Planificación Regional (Cedeplar), 6-7 diciembre, Belo Horizonte, Brasil.

CORAGGIO, José Luis (2006). *Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria*. Material Bibliográfico de al Postgrado en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA y CENSOS DE LA PROVINCIA DE NEUQUÉN. Documentación: "Actividad Económica Provincial - Provincia del Neuquén- Período 1970-1982", trabajo dirigido por el lic. Daniel G. Ontiveros.

DURSTON, John y MIRANDA, Francisca (1998) Compiladores. *Experiencias y metodología de la investigación participativa*. Serie Políticas Sociales. N° 58. CEPAL.

FONCAP, Material del taller sobre microfinanzas bancos comunales la práctica mundial. Small Enterprises Education and Promotion Network. Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Mujer.

FUNDACION OTRAS VOCES (2006) *Diagnóstico Participativo Local de la realidad de los Adolescentes y Jóvenes en el Municipio de Plottier*. Tomo II. Neuquén, Argentina

FORO DE SECTOR SOCIAL (2004). Manual de participación e incidencia para las organizaciones de la sociedad civil.

GEERTZ, Clifford (1995) *La Interpretación de las Culturas*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

GOMEZ, TARAZONA Y LONDOÑO. *La microempresa urbana*. Ediciones grupo social 4. Bogotá, Colombia. Versión Digital.

GUBER, Rosanna (2005) *El Salvaje Metropolitano, la reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. Pagina web. Informes correspondientes a los años 1980 a 2007.

HINTZE, Susana (2004) *Capital Social y estrategias de supervivencia. reflexiones sobre le capital social de los pobres*. En C. Danani Política Social y Economía Social, Debates Fundamentales UNGS Fundación OSDE.

HINTZE, Susana (1987) crisis y supervivencia: estrategias de reproducción, revista la ciudad futura, n°8/9 Bs As.

LOMNITZ Adler (1978). *Cómo sobreviven los marginados*. Ediciones Siglo XXI, México D. F., México

MAX NEEF, Manfred (1986) *Desarrollo a escala humana, una opción para el futuro*. Editorial CEPAAUR, Santiago de Chile, Chile.

MUÑOZ, Ruth et al. (2007) *Finanzas para la Economía Solidaria*. Cartillas de Economía Social N°1, Universidad Nacional de General Sarmiento, Maestría de Economía Social, Instituto del Conurbano.

PASTORE, Rodolfo. *Nociones Básicas sobre Economía Social*, Material de trabajo para el grupo de Economía Social de la UNQ. Tutorías para el Plan Manos a la Obra (2006). Material Bibliográfico de al Postgrado en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO.

PETRUCELLI, Ariel (2005). *Docentes y Piqueteros, de la huelga de ATEN a la pueblada de Cutral Co*. Editorial El Cielo por Asalto, Buenos Aires, Argentina.

ROSENFELD, Mónica (2005). *Dilemas de la participación social: el encuentro entre las políticas públicas y la sociedad civil*. Cuadernos de Observatorio Social.

TORRADO, Susana (1983) *Aspectos Teórico Metodológicos de las Estrategias Familiares de Vida*. Buenos Aires. Centro de Estudios Urbanos y Regionales.

YUNNUS, Muhammad (2000). *Hacia un mundo sin pobreza*. Editorial Andrés Bello. Barcelona, España.



**Informe Final**

Investigación diagnóstica descriptiva y sistematización de la práctica de las experiencias de microcrédito con fines sociales.

**ANEXOS**

**JURISDICCION DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES S 5  
INFORME Nº 637 CODIGO Nº 246 P.B.O. Nº TEMA: LEY 5774**

**ADHIERASE LA PROVINCIA DE CORRIENTES A LO DISPUESTO POR LA LEY NACIONAL Nº 26.117 DE PROMOCIÓN Y REGULACIÓN DEL MICROCRÉDITO.-  
EL HONORABLE SENADO Y LA HONORABLE CAMARA DE DIPUTADOS  
DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES, SANCIONAN CON FUERZA DE  
L E Y**

ARTICULO 1º • - ADHIERASE la Provincia de Corrientes a lo dispuesto por la Ley Nacional Nº 26.117 de Promoción y regulación del Microcrédito.-

ARTICULO 2º • - EL Poder Ejecutivo reglamentará la presente Ley en el plazo de 60 días de sancionada.-

*De las exenciones*

ARTICULO 3º . - TODAS las operaciones de Microcréditos que se realicen en el marco de la Ley Nacional Nº 26.117 Y de la presente quedan exentos de los impuestos a los Ingresos Brutos y de Sellos.-

ARTICULO 4º . - INVITASE a las Municipalidades a adherir a la política de otorgamiento de exenciones de impuestos y tasas en sus respectivas jurisdicciones, como así también a crear Fondos Municipales de Economía Social destinados a los mismos fines previstos en la presente Ley.-

*Del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social*

ARTICULO 5º . - CREASE, en el ámbito de la Secretaria de Desarrollo Humano, el Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social, con los siguientes objetivos:

1 - Fomentar la Economía Social en el ámbito provincial, propiciando la adhesión de las

Municipalidades a la presente Ley, haciendo posible su inclusión en los planes y proyectos de desarrollo local y regional;

2 - Promover el desarrollo del Microcrédito y fortalecer las Instituciones que lo implementan mediante la asignación de recursos no reembolsables, préstamos, avales, asistencia técnica y capacitación;

3 - Administrar el F onda Provincial de Promoción del Microcrédito que se crea en la presente Ley, promoviendo la obtención de recursos públicos y privados;

4 - Regular y evaluar periódicamente las acciones desarrolladas procurando mejorar su eficiencia y eficacia;

5 - Desarrollar mecanismos que regulen y reduzcan los costos operativo s e intereses que incidan sobre los destinatarios de los Microcréditos;

6 - Implementar estudios de impacto e investigación de la Economía Social generando un sistema de información útil para la toma de decisiones;

7 - Promover acciones a favor del desarrollo de la calidad y cultura productiva, que contribuyan a la sustentabilidad de los Emprendimientos de la Economía Social;

- 8 - Promocionar el sector de la Economía Social, como temática de interés provincial, o local, en el marco de las transmisiones sin cargo previstas por la Ley de Radiodifusión o la que en el futuro sustituya a través del sistema educativo en general;
- 9 - Propiciar la adecuación de la legislación y el desarrollo de políticas públicas en Economía Social.-

*Del Director General de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social*

ARTICULO 6° . - CREASE la Dirección General de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social, la que actuará como organismo dependiente del Secretario de Desarrollo Humano.-

*De las funciones*

ARTICULO 7° . - LA Dirección General de Coordinación que se crea por el artículo anterior tendrá las siguientes funciones:

- 1 - Administrar el Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social;
- 2 - Asegurar el cumplimiento de los objetivos de la presente Ley, implementando las acciones necesarias para alcanzar los fines propuestos por el Programa;
- 3 - Gestionar ante el Programa Nacional de Promoción del Microcrédito la asignación de recursos para aplicar al Programa de la Provincia de Corrientes;
- 4 - Brindar información que le fuere requerida por el Comité Asesor, en temas referidos al seguimiento y monitoreo de la gestión del Fondo Provincial de Promoción del Microcrédito;
- 5 - Proponer, al Secretario de Desarrollo Humano, el dictado de los actos administrativos que fueren necesarios, para la asignación de los recursos del Fondo Provincial de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social, conforme las aplicaciones previstas en la presente Ley;
- 6 - Diseñar Programas de financiamiento, asistencia técnica y capacitación a favor de las referidas Instituciones de Microcrédito;
- 7 - Proponer, el dictado de las disposiciones reglamentarias obligatorias para las Instituciones de Microcrédito, debidamente inscriptas en el Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito;
- 8 - Proponer, a la Secretaria de Desarrollo Humano, la fijación de topes máximos en materia de tasas y cargos que se apliquen a las operaciones de Microcréditos financiadas con recursos del Fondo;
- 9 - Proponer a la Secretaria de Desarrollo Humano, la aplicación de sanciones, incluyendo la exclusión del Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito en caso de comprobarse incumplimientos a la reglamentación respectiva;
- 10- Ejecutar los procedimientos de seguimiento, monitoreo, evaluación, proponiendo la aprobación o rechazo de las respectivas rendiciones de cuenta de Proyectos y Planes que realicen las Instituciones de Microcrédito;
- 11 - La Dirección General de Coordinación del Programa promoverá la organización de "Unidades Ejecutoras Provinciales o Locales de Economía Social" para aquellas actividades que considere más conveniente realizar a esos niveles.-

*De su organización y composición*

ARTICULO 8° . - LA Dirección General de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social estará a cargo de un Coordinador General, designado por el Poder Ejecutivo, quien tendrá rango, jerarquía y remuneración equivalente a la de un Subsecretario ministerial.-

*De los recursos*

ARTICULO 9° . - LA Secretaria de Desarrollo Humano afectará los recursos necesarios para el funcionamiento de la Dirección General de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social.-

*Del Comité Asesor*

ARTICULO 10° . - EL Director General estará asistido por un Comité Asesor constituido por un representante de los Ministerios de Hacienda; de Producción, Trabajo y Turismo y de Educación, de dos representantes de los Municipios de primera, dos por los de segunda y dos por los de tercera, y de dos por las Instituciones de Microcrédito, conforme lo determine la reglamentación, quienes ejercerán sus funciones "ad-honorem".-

ARTICULO 11° • - SERAN funciones y deberes del Comité Asesor del Programa:

- 1 - Asistir a la Dirección General en todas las acciones tendientes a la promoción del Microcrédito;
- 2 - Proponer y/o elaborar proyectos para intensificar, ampliar o perfeccionar la atención a las Instituciones de Microcrédito y a los destinatarios finales de sus acciones;
- 3 - Contribuir en el examen y formulación de propuestas destinadas a atender las situaciones que exijan una acción coordinada de las entidades públicas y privadas dedicadas a esta temática;
- 4 - Participar como nexo de comunicación entre la Dirección General y las Instituciones de Microcrédito.-

*Del Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito*

ARTICULO 12° . - COMO registro de Instituciones de Microcrédito de Corrientes se utilizará el Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito, que tendrá a su cargo los procedimientos de inscripción y control de las instituciones adheridas a los fines de la presente Ley, conforme determine la reglamentación.-

*Del Fondo Provincial de Promoción del Microcrédito*

ARTICULO 13° • - CREASE, en el ámbito de la Secretaría de Desarrollo Humano, un Fondo Provincial para la ejecución del Programa de Promoción del Microcrédito.-

ARTICULO 14° • - DICHO Fondo se aplicará a:

- 1 - Capitalizar a las Instituciones de Microcrédito adheridas, mediante la asignación de fondos no reembolsables, préstamos dinerarios y avales, previa evaluación técnica y operativa de las propuestas o proyectos institucionales;
- 2 - Otorgar Microcréditos a personas o grupos asociativos en forma directa, conforme a la reglamentación que se dicte hasta un 50% de su capacidad prestable;
- 3 - Subsidiar total o parcialmente la tasa de interés, los gastos operativos y de asistencia técnica de las Instituciones de Microcrédito que corresponda a las operaciones de su incumbencia;

4 - Fortalecer a las Instituciones de Microcrédito mediante la provisión de asistencia técnica, operativa y de capacitación, en forma reembolsable o subsidiada.-

*De la integración*

ARTICULO 15° . - EL Fondo Provincial de Promoción del Microcrédito estará integrado por:

1 - Las asignaciones presupuestarias previstas en la presente Ley y las que se establezcan en las respectivas leyes de presupuesto para el Estado Provincial de cada año;

2 - El Instituto de Lotería y Casinos de Corrientes transferirá de sus utilidades líquidas y realizadas la suma de \$ 2.000.000 (Pesos dos millones) para constituir el capital inicial y transferirá la suma de \$ 500.000 (Pesos quinientos mil) anuales en los años subsiguientes;

3 - Las herencias, donaciones, legados de terceros, cualquier otro título y fondos provenientes de organizaciones y agencias públicas o privadas de cooperación.-

ARTICULO 16° . - FIJASE, en la suma de Pesos dos millones (\$ 2.000.000), el capital inicial del Fondo Provincial de Promoción del Microcrédito y facúltase al Poder Ejecutivo a efectuar las adecuaciones presupuestarias necesarias en el Presupuesto vigente. - El mencionado Fondo podrá incrementarse conforme a los requerimientos presupuestarios de cada año.-

*De las Instituciones de Microcrédito y de los Programas*

ARTICULO 17° . - LAS Instituciones de Microcrédito tendrán a su cargo el financiamiento de "Emprendimientos de la Economía Social", como así también, deberán desarrollar programas de capacitación, asistencia técnica y medición de los resultados de su aplicación.-

ARTICULO 18° . - LA Dirección General, promoverá la sostenibilidad de las Instituciones de Microcrédito y el acceso al mismo por parte de los prestatarios finales previstos en la presente Ley, estableciendo Programas de financiamiento, asistencia técnica y capacitación a favor de las mismas.-

ARTICULO 19° . - LAS Instituciones de Microcrédito que reciban recursos provenientes del Fondo de Promoción del Microcrédito deberán aplicarlos exclusivamente a los fines convenidos, debiendo conservar los que se encuentren en disponibilidad, en cuentas corrientes o cajas de ahorro de entidades bancarias hasta el momento de su otorgamiento.-

Asimismo, deberán dispensar idéntico tratamiento a los recursos obtenidos por la cancelación de los créditos efectuada por los destinatarios de los Microcréditos otorgados.-

*Del control*

ARTICULO 20° . - LA supervisión de la aplicación de los fondos otorgados para la constitución de las carteras de crédito, oportunamente entregados a Instituciones de Microcrédito, estará a cargo del Tribunal de Cuentas, quien dictará las normas de control conforme a la naturaleza social del programa y que se trata de un programa de otorgamiento de créditos a personas o a instituciones intermediadoras, apartándose de las normas generales de la Administración Central para garantizar la transparencia de las registraciones y la necesaria agilidad en la gestión.-

El Tribunal de Cuentas podrá monitorear las colocaciones de fondos, especialmente el monto y la tasa de recupero alcanzado de acuerdo al contrato de crédito, quedando facultada a arbitrar los medios tendientes al recupero de aquellos carente de aplicación conforme los objetivos de la presente Ley. –

Si se determinaran falencias, la Institución de Microcrédito será sancionada, sin perjuicio de las acciones legales que fueren menester. - A los efectos indicados, las "Instituciones de Microcrédito" deberán cumplimentar las obligaciones informativas periódicas que establezca la reglamentación pertinente al Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social.-

Si se determinaran irregularidades, la Institución de Microcrédito será sancionada por la Secretaría de Desarrollo Humano con apercibimiento, suspensión en el Registro por un plazo máximo de seis (6) meses o exclusión definitiva de aquél. - La suspensión en el Registro implica la imposibilidad de recibir recursos provenientes del Fondo creado por esta Ley.-

La sanción se graduará de acuerdo con la gravedad de la irregularidad detectada y probada y por los antecedentes de la Institución.-

La reglamentación establecerá el procedimiento a seguir en estos casos, asegurando el respeto del derecho de defensa de la Institución involucrada.-

ARTICULO 21°. - COMUNIQUESE al Poder Ejecutivo.-

DADA en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura de la Provincia de Corrientes, a los dieciséis días del mes de mayo del año dos mil siete.-

**Encuesta a Emprendedores del Banco Popular de la Buena Fe  
(Marca con un CÍRCULO a la respuesta que corresponda)**

**Barrio:** \_\_\_\_\_

**Sexo**

- a) Femenino                      b) Masculino

**3) Edad:** \_\_\_\_\_

**¿Dónde naciste?**

Localidad: \_\_\_\_\_                      Provincia: \_\_\_\_\_                      País: \_\_\_\_\_

**Nivel de estudios alcanzado (marcar solo UNA opción)**

- a) Primario Incompleto. ¿cuál fue el ultimo año que aprobaste? \_\_\_\_\_
- b) Primario Completo
- c) Secundario Incompleto ¿cuál fue el ultimo año que aprobaste? \_\_\_\_\_
- d) Secundario Completo
- e) Terciario / Universitario Incompleto
- f) Terciario / Universitario Completo

**¿Cuántas personas además de vos, viven en tu casa? ¿Qué vinculo tienen?**

	Nombre	Edad	Vinculo (Cónyuge, hijos, tíos, allegados, etc.)
1			
2			

3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

¿Cuándo recibiste el crédito? \_\_\_\_\_

Si recibiste recrédito ¿Cuándo lo recibiste? \_\_\_\_\_

**8) ¿Qué tipo de emprendimiento realizas? (marcar solo UNA opción)**

- a) De re-venta                      b) De servicio                      c) De producción

**9) Rubros (marcar solo UNA opción)**

- a) Textil (ropa, blanco, ajuar bebe, tejidos, etc.)  
 b) Panificación (elaboración de prepizzas, pan, facturas, etc.)  
 c) Otros alimentos (pastas, empanadas, milanesas, etc.)  
 d) Artesanías (madera, cerámica, muñecas, etc.)  
 e) Servicios a domicilio (albañil, plomero, carpintero, peluquería a domicilio)  
 f) Local Comercial (kiosco, almacén, peluquería)  
 g) Agropecuaria (gallinas, huerta, conejo, vivero)  
 h) Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**10) ¿Cuántas personas trabajan en tu emprendimiento? (marcar solo UNA opción)**

- a) Solo/a.
- b) Familia ¿Cuántos? \_\_\_\_\_
- c) Empleados ¿Cuántos? \_\_\_\_\_
- d) Otros  
¿Quiénes? \_\_\_\_\_

**¿Cuántas horas trabajas en tu emprendimiento?**

- a) Hasta 20 horas semanales
- b) Mas de 20 y hasta 35 horas semanales
- c) Mas de 35 y hasta 45 horas semanales
- d) Más de 45 hs. Semanales.

**12) Solo para los de producción ¿dónde producis tus productos?**

- a) En tu casa
- b) En un local
- c) Otros ¿dónde? \_\_\_\_\_

**¿A quienes vendes tus productos / servicios? (marcar HASTA 3 opciones)**

- a) Clientes particulares fijos
- b) Clientes particulares ocasionales
- c) Comercios
- d) Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**¿Cuál es tu radio de venta? (marcar HASTA 3 opciones)**

- a) Barrio propio
- b) Barrios cercanos

c) Centro

d) Otros ¿Dónde? \_\_\_\_\_

**¿Cuál es tu lugar de venta/servicio? (marcar HASTA 3 opciones)**

a) A domicilio.

b) En la calle.

c) En ferias.

d) En la vivienda propia.

e) En local.

**¿Aumentaron tus ingresos desde que recibiste el crédito?**

a) SI

b) NO

**¿Cuánto sacaste en limpio el último mes?**

a) Pérdida / cubriste gastos:

b) Menos de \$150:

c) De \$150 a \$400:

d) De \$401 a \$800:

e) Más de \$800:

**ADEMÁS de pagar la CUOTA ¿En que otra cosa lo usaste principalmente?  
(marcar las 2 opciones mas importantes)**

a) Comida

b) Vivienda

c) Ropa / calzado

- d) Ocio / gustos
- e) Ahorro
- f) Reinversión emprendimiento
- g) Capacitación / Educación
- h) Otros (especificar) \_\_\_\_\_

**¿Realizabas esta actividad con anterioridad a recibir el préstamo del banquito?**

- a) No
- b) Si, pero ocasionalmente
- c) Si, regularmente

**20) ¿Cómo se te ocurrió realizar esa actividad?**

---

---

**21) Además de tu emprendimiento ¿Cuales son las otras fuentes de ingreso de tu hogar? (marcar HASTA 3 opciones)**

- a) Empleo propio en Blanco. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- b) Empleo propio en negro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- c) Trabajo cónyuge
- d) Trabajo Hijos
- e) Trabajo de otros miembros del hogar
- f) Changas ocasionales cónyuge
- g) Changas ocasionales Hijos
- h) Changas otros miembros del hogar

i) Subsidios

j) Cuota alimentaria

k) Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**22) ¿Cual es la más importante? (Especificar letra) \_\_\_\_\_**

**23) Desde que estas en el banquito ¿ Llevas el registro contable del mismo?**

a) SI

b) NO

**24) Desde que estas en el banquito ¿Invertiste en maquinaria?**

a) SI

b) NO

**25) Desde que estas en el banquito ¿Aumentaste la cantidad de personas que trabajan en el mismo?**

a) SI

b) NO

**26) Desde que estas en el banquito ¿Aumento tu producción?**

a) SI

b) NO

**27) Desde que estas en el banquito ¿Diversificaste tu producción?**

a) SI

b) NO

**28)¿Cuál es el principal problema de tu emprendimiento? (marcar solo UNA opción)**

a) Infraestructura inadecuada (local, galpón, taller de producción, etc.)\_\_\_\_\_

- b) Maquinas y/o herramientas escasas o inadecuadas\_\_\_\_\_
- c) Dificultad para comprar mercadería y materia prima\_\_\_\_\_
- d) Falta de habilitación\_\_\_\_\_
- e) No poder facturar\_\_\_\_\_
- f) Dificultad en la comercialización\_\_\_\_\_
- g) Competencia\_\_\_\_\_
- h) Otros (especificar)\_\_\_\_\_

**29) ¿Cuál es la principal fortaleza de tu emprendimiento?**

---

---

**30) Participas activamente en alguna institución del barrio/ ciudad (marcar solo UNA opción)**

- a) No participo de ninguna
- b) Si, en un Partido político
- c) Si, en la Iglesia
- d) Si, en la Comisión vecinal
- e) Si, en el Comedor
- f) Si, en la Escuela
- g) Si, en la Biblioteca Popular
- h) Si, en la Organización del Banco
- i) Si, en Otra Institución ¿Cuál?\_\_\_\_\_

**31) En tus propias palabras: ¿Qué significó para vos a nivel personal participar en la experiencia del Banquito?**

---



---

**32) ¿Que cosas se podrían mejorar y / o cambiar del Banco Popular de la Buena Fe? ¿Por qué?**

¿Qué mejorarías/ cambiarías?	¿Por qué?

**33) ¿Imaginas tu emprendimiento dentro de 5 años? ¿Como?**

---



---

**34) ¿Tenes algo más para decir?**

---



---



---



---

## Focus Group con Metodología Taller con Emprendedores

### Objetivo del Taller:

Reflexionar, a partir de una mirada de género, aquellos componentes metodológicos y de contexto del Banquito que posibilitan niveles crecientes de autonomía por parte de las mujeres que participan del Banco Popular de la Buena Fe.

### Desarrollo del Taller:

- (1)** **(00:05)**  
Tarea: Presentación de la Propuesta y de la metodología de trabajo para el taller (¿por qué hacemos lo que hacemos?)
- (2)** **(00:15)**  
Tarea: Explicitar imaginarios acerca de las mujeres  
Dinámica: Hay en el suelo diferentes imágenes de mujeres en diferentes situaciones que hay que categorizar como “mujeres libres, independientes, etc” y “mujeres esclavas, sometidas, etc”. Individualizar cada una sobre una escalera diferenciando gradualidades.
- (3)** **(00:20)**  
Tarea: Enumerar aquellas cuestiones que nos atan y aquellas que nos liberan.  
Dinámica: En grupos listar en grilletes y pinzas y en plenario socializar.
- (4)** **(00:20)**  
Tarea: Que cuestiones del Banquito promueven la “liberación” que la “esclavitud” y por qué.  
Dinámica: En grupos discutir registrando sobre la casa del banquito y socializar.
- (5)** **(00:05)**  
Tarea: Evaluación grupal, conclusiones y cierre

### Materiales:

Afiches  
Marcadores  
Cinta de Papel  
Fotos  
Escalera  
Grilletes  
Cadenas  
Pinzas  
Casa