

**PROVINCIA DE LA PAMPA
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES LOCALES
DE LOS SUJETOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL
PARTE II**

INFORME FINAL

OCTUBRE 2019

Lic. Lucy Edit Alainez

Índice General

Introducción.....	5
1. Recopilación de información para actualizar el diagnóstico del Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social.....	8
2. Se definirá en conjunto con la contraparte provincial las cinco localidades para el desarrollo de las Tareas 3 y 4.....	15
2.1 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el segundo Foro Pampeano de Economía Social.....	15
2.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	15
2.3 Localidad Seleccionada: Victorica. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	16
2.4 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Asistencia técnica al equipo de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social.....	16
2.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	16
2.6 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.....	17
2.7 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi. Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda.....	17
2.8 Localidad Seleccionada: Realicó. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.....	17
2.9 Localidades Seleccionadas: General Pico, Realicó e Ingeniero Luiggi. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	18
3. Encuentro con Promotores de la Economía Social.....	18
3.1 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el segundo Foro Pampeano de Economía Social.....	18
3.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	19
3.3 Localidad Seleccionada: Victorica. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	19
3.4 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Asistencia técnica al equipo de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social.....	21
3.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	23
3.6 Localidad seleccionada: Ingeniero Luiggi. Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda.....	24

3.7 Localidad Seleccionada: Realicó. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”	24
4. Formación y asistencia a los Actores de la Economía Social.....	25
4.1 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el segundo Foro Pampeano de Economía Social.....	25
4.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	33
4.3 Localidad Seleccionada: Victorica. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	39
4.4 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	48
4.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”. Encuentro I.....	51
4.6 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”. Encuentro II.....	54
4.7 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi. Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro: “Cómo agregar valor” ...	59
4.8 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi. Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro: “Estableciendo metas”...64	64
4.9 Localidad Seleccionada: Realicó. Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”	69
4.10 Localidad Seleccionada: General Pico. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	77
4.11 Localidad Seleccionada: Realicó. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	81
4.12 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi. Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo.....	88
5. Diagnóstico de Situación de las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA.....	90
5.1 Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA.....	91
5.2 Fundación Nuestros Pibes.....	93
5.3 Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos.....	94
6. Asistencia Técnica a las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA.....	95
6.1 Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA.....	95
6.2 Fundación Nuestros Pibes.....	96
6.3 Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos.....	97

7. Relevamiento de organizaciones relacionadas a la Economía Social en la provincia de La Pampa.....	99
8. Propuestas para favorecer el desarrollo de una Red de la Economía Social en la provincia de La Pampa.....	105
9. Documentación de las acciones realizadas.....	107
Consideraciones Finales.....	128
Bibliografía.....	130

Introducción

En el presente Informe se describen las tareas desarrolladas en el marco del Proyecto “Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Sujetos de la Economía Social. Parte II”, desde octubre de 2018 a septiembre del año 2019, dando continuidad al proyecto ejecutado durante un año a partir del mes de noviembre de 2016.

Ambos proyectos complementan al objetivo general de la contraparte provincial, representada por la Dirección General de Economía Social perteneciente a la Subsecretaría de Descentralización Territorial del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa, que aspira a “Promover el desarrollo de la Economía Social en todo el territorio, desarrollando a nivel local prácticas solidarias, asociativas y auto-gestionadas con la participación del Estado, particularmente en la primera etapa de desarrollo de las mismas”.

Es importante mencionar, que a los fines del proyecto se consideran sujetos de la Economía Social a los promotores y actores. Entre los primeros se incluyen a representantes, equipos técnicos e idóneos de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa y de las Municipalidades o Comisiones de Fomento de cada localidad de la provincia; y entre los actores de la Economía Social se comprende a emprendedores, asociaciones, cooperativas de trabajo, proyectos asociativos en vías de formalización.

A continuación se enumeran las acciones realizadas según el Plan de Tareas que se describen posteriormente en el informe:

La Tarea 1 “Recopilación de información para actualizar el diagnóstico del Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social” se desarrolló a partir de una entrevista con la Directora de Economía Social, Lic. Yolanda Carrizo, y el Subdirector de Economía Social, Sr. Rodrigo Giraud, del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de La Pampa.

Para la Tarea 2 “Se definirá en conjunto con la contraparte provincial las cinco localidades para el desarrollo de las Tareas 3 y 4”, en reunión con la Lic. Yolanda Carrizo se seleccionaron las localidades en función de los objetivos de la Dirección a su cargo y las actividades planificadas por la misma.

Las Tareas 3 y 4 “Encuentro con Promotores de la Economía Social” y “Formación y asistencia a los Actores de la Economía Social” respectivamente, se ejecutaron de manera conjunta en las localidades indicadas a partir de la

Tarea 2. Seguidamente se listan las acciones ejecutadas por la experta, Lic. en Administración Lucy Alainez, en orden cronológico:

General Pico. Delegación Zona Norte: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” a través de un encuentro provincial denominado Segundo Foro Pampeano de Economía Social que auspició la participación simultánea de emprendedores y entidades de la Economía Social junto a equipos técnicos de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social y los municipios o comisiones de fomento.

Alta Italia. Delegación Zona Noreste: se concretaron dos encuentros para los participantes, de las localidades de Embajador Martini, Ingeniero Luiggi y Alta Italia, del Programa En Desarrollo el cual prevé un Módulo de Emprendedurismo responsabilidad de la experta.

Victorica. Delegación Zona Noroeste: en el marco del Programa En Desarrollo a cargo de la Dirección General de Economía Social también se ejecutó el Módulo referido a emprendedurismo.

General Pico. Delegación Zona Norte: la experta brindó asesoramiento al equipo técnico de la delegación para las entrevistas a personas que requieran acompañamiento en su emprendimiento y para la planificación del Programa En Desarrollo a ejecutarse en la ciudad.

Intendente Alvear. Subdelegación Zona Norte: localidad en la cual se llevaron a cabo actividades correspondientes al Programa En Desarrollo y se organizaron dos encuentros en el marco del Curso “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.

Ingeniero Luggi. Delegación Zona Noreste: se trabajó de manera conjunta con el equipo técnico de la Municipalidad y la Cooperativa de Trabajo El Progreso, a cargo de la separación de residuos sólidos urbanos, para fortalecer aspectos organizacionales sobre la planificación y agregado de valor a los materiales obtenidos en dicho proceso.

General Pico. Delegación Zona Norte: se llevó a cabo un encuentro entre la experta y los participantes de los dos grupos del Programa En Desarrollo.

Realicó e Ingeniero Luiggi. Delegación Zona Noreste: En ambas localidades también se generó la vinculación con las personas que forman parte del Programa En Desarrollo para tratar temas referidos a la planificación y puesta

en marcha de un proyecto propio atendiendo a las particularidades que corresponden a los diferentes oficios según cada grupo.

Para la ejecución de la Tarea 5 “Diagnóstico de Situación de las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA”, se concretaron tres entrevistas con los representantes de las mencionadas organizaciones.

En la Tarea 6 “Asistencia Técnica a las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA”, se conversó con integrantes de cada organización sobre diferentes propuestas en relación a los temas que surgieron del Diagnóstico realizado en la Tarea 5.

La Tarea 7 “Relevamiento de organizaciones relacionadas a la Economía Social en la provincia de La Pampa” sistematiza un listado de dichas entidades ordenado por regiones de acuerdo a su pertenencia a cada una de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa.

Para la Tarea 8 “Propuestas para favorecer el desarrollo de una Red de la Economía Social en la provincia de La Pampa” se mencionan las Redes Institucionales y Redes Profesionales como alternativas de Redes de Apoyo con diferentes objetivos en el marco de la Economía Social y se plantean algunos de los dispositivos para alcanzarlos.

En la Tarea 9, de Documentación de las acciones realizadas, se recopilan los materiales de apoyo y soporte utilizados por la experta en la ejecución de las actividades de formación y asistencia a los actores de la Economía Social (Tarea 3) y que quedan a disposición de la contraparte provincial.

1. Recopilación de información para actualizar el diagnóstico del Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social

Para la recopilación de información se pautó una entrevista con la Lic. Yolanda Carrizo de la Dirección General de Economía Social, representando a la contraparte provincial, en la cual también estuvo presente el Subdirector del área, Sr. Rodrigo Giraudo.

La referencia de Economía Social en La Pampa era el Programa de Desarrollo de la Economía Social de la Ley N° 2.358 Creando el Consejo Provincial de Descentralización del año 2007, conocido como Microcréditos, institucionalizó una herramienta de financiamiento para emprendedores bajo la gestión de los municipios o comisiones de fomento con recursos provinciales asignados en base a un coeficiente de distribución con criterios sociales. También se financia desde el año 1992 a través del programa Nehuentún (“hacer el esfuerzo” en lengua ranquel) a emprendedores de la Economía Social bajo la órbita de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social.

La creación de la Dirección General de Economía Social en diciembre del año 2015 por el Decreto 19/2015, que aprueba el nuevo Organigrama del Gobierno Provincial a partir de la gestión actual, tuvo como finalidad delinear políticas públicas destinadas específicamente a dicho sector proponiendo “Promover el desarrollo de la Economía Social en todo el territorio, desarrollando a nivel local prácticas solidarias, asociativas y auto-gestionadas con la participación del Estado, particularmente en la primera etapa de desarrollo de las mismas”.

Para ello elaboró un Plan Integral de Economía Social, aprobado por Decreto 1629/17, que entre sus objetivos especifica:

a) Promover el desarrollo de la Economía Social a nivel territorial con la participación activa de los Municipios y/o Comisiones de Fomento.

b) Generar estrategias emprendedoras (individuales o asociativas) y de empleabilidad, en colectivos que se han desvinculado con el mercado formal de trabajo (mujeres, jóvenes, mayores de 45 años, personas con discapacidad, etc) que fortalezcan el tejido comunitario y el capital social a través del acceso al trabajo autogestivo y decente.

c) Desarrollar las capacidades y las condiciones de los sujetos y su entorno, para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras, mediante la formación continua, la asistencia técnica y financiera.

d) Apoyar la generación del Autoempleo a través del Microcrédito.

e) Crear y recrear Programas para brindar herramientas jurídicas, técnicas, financieras, materiales y/o de infraestructura, de capacitación y de asesoramiento, destinadas a consolidar las iniciativas locales- territoriales en tanto promuevan el desarrollo de la Economía Social.

A continuación se describen los Programas que dependen de la Dirección y las actividades contempladas en el Plan Integral de Economía para cumplir con sus objetivos:

Programa Nehuentun

El Programa Nehuentun (“hacer el esfuerzo” en lengua ranquel) tiene por objetivo potenciar y estimular el desarrollo de las personas, las familias y actores de la Economía Social para ejecutar emprendimientos generadores de bienes y/o servicios, acompañando financieramente y con asistencia técnica. Brinda tres líneas de créditos, dos de ellas dirigidas a emprendimientos de personas físicas, con residencia en el lugar de la ejecución del proyecto; y la tercera dirigida a Cooperativas y Mutuales. Este programa es de ejecución provincial, descentralizado a través de las Delegaciones Ministeriales

La primera línea ofrece hasta \$20.000 y no es condición necesaria para el aspirante estar formalizado fiscalmente, para el resto de los casos el monto asciende hasta \$40.000 y requiere tanto las inscripciones impositivas como la presentación de una garantía. La devolución es a través de cuotas mensuales sin interés.

Programa de Desarrollo de la Economía Social

El objetivo del programa es consolidar la institucionalidad de las micro finanzas por medio del otorgamiento de microcréditos para promover la constitución y fortalecimiento de actividades económicas que se desarrollen bajo los principios de la Economía Social.

El Programa es gestionado por cada Municipalidad o Comisión de Fomento, en articulación con instituciones locales a través de espacios de concertación o mesas de gestión entre otras denominaciones. Sus funciones son realizar la convocatoria e inscripción, definir criterios de selección, establecer los mecanismos de recupero de los fondos otorgados y registrar la información de cada crédito.

Esta herramienta permite financiar actividades económicas que se desarrollen en sectores productivos, comerciales o de servicios y se destina a

personas mayores de 18 años, que no accedan a otros modos de financiación, con intenciones de iniciar el emprendimiento o que se encuentre en marcha, de modo individual o asociativo.

En el caso de las personas físicas se establece por Ley N° 2864 un 10% para personas con discapacidad, y se establecen como prioridad hasta un 30 % para financiar emprendimientos de jóvenes de 18 a 35 años y hasta un 30% más, para mujeres que se constituyen en único sostén de familia.

El monto del crédito se habilita para la adquisición de equipamiento (máquinas, herramientas), insumos (materia prima o materiales necesarios para la elaboración de los productos y / o servicios), reparación de bienes muebles indispensables para llevar adelante el emprendimiento y puesta en marcha o habilitación.

En el caso de proyectos individuales se prevé un crédito mínimo de 5.000 pesos y un máximo de 30.000 pesos, en tanto para los asociativos (dos o más personas físicas o una organización con personería jurídica) el mínimo también es de 5.000 pesos y el monto máximo asciende a 40.000 pesos.

La devolución es en cuotas mensuales o periódica a acordar con el municipio o comisión con una tasa de interés de 0% y la opción de un periodo de gracia de hasta 6 meses financiado hasta 5 años. La garantía será dispuesta por ordenanza municipal.

El Fondo de Economía Social por localidad para otorgar los microcréditos se compone de transferencias anuales según decisión del Consejo Provincial de Descentralización y del recupero.

Programa Participación Comunitaria

El objetivo del programa es financiar los proyectos comunitarios que propongan los Municipios o Comisiones de Fomento en conjunto con los espacios de concertación local para favorecer la participación activa de la comunidad en el diseño y ejecución de la política social local.

El Programa otorga fondos financieros bajo la modalidad de subsidio a entidades gubernamentales y no gubernamentales para priorizar:

a) Proyectos presentados por las organizaciones comunitarias, con el fin de propiciar una mayor participación de las mismas en el abordaje de diferentes aspectos de la realidad local, como así también favorecer acciones colectivas que beneficien a la sociedad en su conjunto.

b) Proyectos municipales de carácter promocional y preventivo, que promuevan la inclusión social, el acceso pleno y efectivo a derechos y el desarrollo de la comunidad.

c) La consolidación de los Consejos/Mesas Locales y Regionales que permitirá construir un modelo de gestión participativo y protagónico de las decisiones tomadas en torno a la política pública local y al desarrollo gradual de una perspectiva territorial regional a través de proyectos de carácter regional como consorcios, clusters, etc.

Los Municipios y Comisiones de Fomento destinarán un mínimo del 30% de los fondos recibidos a proyectos de Organizaciones Sociales, que se encuentren en situación regular para ser financiadas por medio del subsidio y cuyos Estatutos mencionen los fines sociales pertinentes.

Los proyectos presentados se enmarcarán dentro de los siguientes subprogramas:

a) Subprograma Desarrollo Comunitario e Integración Social: El objetivo es fortalecer la capacidad operativa y de gestión de las organizaciones comunitarias de base (clubes, escuelas, iglesias, etc.) que ofrecen actividades preventivas y promocionales que aseguran una mayor calidad de vida para la población.

b) Subprograma Atención de Grupos Prioritarios: se refiere al accionar sobre grupos de riesgo determinados: infancia, adolescencia, mujeres, ancianos, pueblos originarios, personas con discapacidad, etc.

c) Subprograma Auto-construcción de Mejoras Habitacionales: para grupos familiares focalizados por situaciones de hacinamiento, ausencia de núcleo húmedo o riesgo de la estructura de la vivienda, mediante una propuesta de auto construcción familiar, asistida con dirección técnica de obra.

d) Subprograma Movilidad Social Ascendente: esta línea pretende promover situaciones de esfuerzo personal en sus distintas variantes: intelectuales, de trabajo, solidarias (o militancia social), entre otras. Por lo tanto, se podrá proponer proyectos que incluyan beneficiarios para estímulos o becas (aportes) sociales para el desarrollo de las distintas metas.

e) Subprograma Complemento Nutricional: brinda el marco para un conjunto de acciones cuyo objetivo general es mejorar la alimentación de determinada población meta, por ejemplo: proyectos de aportes nutricionales a celíacos, diabéticos, etc.; talleres de educación de la salud sobre aprovechamiento de alimentos y/o proyectos de huertas comunitarias.

f) Subprograma Materiales Educativos: podrán implementarse programas destinados a dotar de elementos de aprendizaje y estudios a sectores que no tienen acceso a ellos y, por ende, encuentran una limitante más en su educación.

g) Subprograma Laboral: actividades que resuelvan de manera indirecta problemáticas laborales y/o de empleo.

h) Subprogramas alternativos: todo otro tipo de emprendimientos comunitarios que para el conjunto de la sociedad de cada localidad tenga carácter de prioritario.

Programa En Desarrollo

Es una estrategia integral para fortalecer e innovar los saberes del trabajo en varones y mujeres, entre 18 y 41 años, de bajos ingresos que trabajan o quieren trabajar por su propia cuenta, de primaria completa, que manifiestan querer seguir capacitándose en oficios y/o finalizando los estudios secundarios.

Se capacita a las personas en oficios elegidos por los propios participantes del programa y que son al mismo tiempo requeridos localmente y se desarrollan articulaciones para la formación continua y la terminalidad educativa

Los participantes acceden a un circuito de formación que incluye el desarrollo personal, el aprendizaje de un oficio y la elaboración un Proyecto Productivo con tutorías personalizadas promoviendo oportunidades de acceso y de permanencia en el emprendedurismo productivo local.

Además permite fortalecer las competencias de empleabilidad y de participación ciudadana y remover las barreras y discriminaciones de género, económicas y sociales, que limitan su desarrollo laboral.

Las localidades seleccionadas como sede para la ejecución del programa son: Santa Rosa, General Pico, Santa Isabel, Victorica, Algarrobo de Aguila, Alta Italia, Rancul, Intendente Alvear, General Acha y Guatrache

Los talleres de oficios ofrecidos son los siguientes:

Pastelería, Catering, Bijouterie, Estética, Zapatería y marroquinería, Diversificación Textil, Construcción en seco y Automatización y robótica.

La actividad se organiza en tres módulos, a saber:

Módulo 1: "Identificación de saberes del trabajo y empoderamiento"

Módulo 2: "Aprendiendo un oficio"

Módulo 3: "Emprendedurismo"

Actividades contempladas en el Plan Integral de Economía Social

a) Entrega de máquinas, herramientas, materias primas e insumos para emprendimientos individuales o asociativos bajo la modalidad de subsidio en especie.

b) Otorgamiento de Microcréditos a través de convenios con Organizaciones Sociales y entidades de la Economía Social distribuidas en el territorio.

c) Instalación de equipamiento de actividades productivas innovadoras como: desarrollo de derivados del aloe vera, desarrollo de producción y manufactura de aromáticas, desarrollo de industrias culturales.

d) Asistencia técnica a emprendedores y entidades, de forma individual y grupal, por regiones.

e) Apoyo en la mejora de las condiciones de comercialización para actores de la Economía Social: ferias francas estables e itinerantes, apoyo para el desarrollo de e-commerce, participación en mercados externos al territorio (mercado de productos pampeanos en Neuquén y Buenos Aires y otros sistemas de comercio dispuestos por programas del gobierno provincial), desarrollo de una Marca Colectiva.

f) Fortalecimiento institucional de la Economía Social: afianzamiento de acuerdos entre distintos actores participantes (municipios, entidades, Universidad, gobierno provincial, nacional, etc) para delinear estrategias relacionadas a dicho sector.

g) Puesta en valor de la Responsabilidad Social y la Solidaridad en acciones y pautas publicitarias destinadas a los consumidores y a la población para visibilizar acciones con estos principios

Actualmente la Dirección de Economía Social se encuentra trabajando en la evaluación de impacto social de todas las actividades ejecutadas que le permita cuantificar los resultados alcanzados y realizar un diagnóstico de los aspectos a mejorar siempre considerando a las personas como objetivo central de todas sus acciones.

Durante la entrevista, Yolanda Carrizo indicó como principales avances durante estos tres años de gestión, una mayor visibilización de la Economía Social como colectivo y como herramienta de política pública para acercarse a

las personas y promover la empleabilidad y el desarrollo del capital social por la interacción entre las mismas a través de los valores de la Economía Social como la solidaridad.

En cuanto a sus expectativas manifestó que falta avanzar en el fomento del asociativismo para resolver juntos y fortalecerse frente a problemáticas contextuales y productivas que le permita a la población identificar las ventajas de realizar gestiones en conjunto y propiciar una mayor sinergia con el resto de la comunidad. Otro desafío es fortalecer la identidad de la Economía Social incluyendo a otros organismos y desmitificar a la Economía Social vinculada solo a emprendedores y a una escala productiva pequeña.

Otra meta importante es favorecer el desarrollo de legislación para proteger, promover y fortalecer institucionalmente a los actores de la Economía Social, por los menos a nivel provincial ya que la ley nacional aún no se ha sancionado, además la creación de un Registro único de actores y entidades de la Economía Social.

Para la ejecución de sus actividades y lograr los objetivos propuestos, la Dirección General de Economía Social cuenta con personal del Ministerio de Desarrollo Social y complementa su equipo técnico a través de proyectos financiados por el Consejo Federal de Inversiones a cargo de expertos en diferentes temáticas según lo requiera cada uno.

Entre el diagnóstico correspondiente al Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social y el presente informe correspondiente a la Parte II se observa que continúan vigentes los programas de financiamiento disponibles para emprendedores y entidades de la Economía Social, y su consecuente actualización de montos, bajo una modalidad descentralizada y en articulación con los actores del territorio.

Además la Dirección General de Economía Social ha formalizado su plan de acción a través de un Plan Integral de Economía Social complementando los programas vigentes y ha articulado con otras direcciones y secretarías del Ministerio de Desarrollo Social para aunar esfuerzos en políticas de desarrollo para la población dejando de lado una visión asistencialista para las personas de menores recursos. Esto permitió, en palabras de la representante de dicha área, avanzar en políticas públicas para el sector de la Economía Social a cargo de una Dirección específica en el tema trabajando junto a los responsables provinciales y municipales de cada localidad de la provincia de La Pampa.

2. Se definirá en conjunto con la contraparte provincial las cinco localidades para el desarrollo de las Tareas 3 y 4

En reunión con la contraparte provincial, representada por la Lic. Yolanda Carrizo, se definieron las localidades y actividades para la ejecución de las Tareas 3 y 4. El presente informe describe en los siguientes dos apartados lo realizado durante once meses de ejecución previsto en el Cronograma de Actividades del Proyecto.

2.1 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el segundo Foro Pampeano de Economía Social

El encuentro invitó a emprendedores y entidades de la Economía Social de la provincia vinculados al Ministerio de Desarrollo Social y específicamente a la Dirección de Economía Social, a través de las Delegaciones de dicho Ministerio a participar de una instancia de capacitación, debate, generación de vínculos e intercambio de experiencias. Los mismos fueron acompañados por representantes y equipo técnicos de las Delegaciones durante toda la actividad.

Bajo la modalidad de Foro la propuesta consistió en la presentación de seis talleres a partir de la introducción a un tema teórico de relevancia para la gestión y puesta en marcha de proyectos productivos. Seguidamente el tallerista propuso el desarrollo de diferentes consignas para debatir y registrar respuestas por parte de los participantes organizados en mesas (tanto emprendedores como equipos técnicos e idóneos de las respectivas Delegaciones Ministeriales).

Se propuso a la experta Lic. en Administración Lucy Alainez a cargo del Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” para que aborde las decisiones relacionadas al área comercial considerando las influencias del actual contexto en los emprendimientos de la Economía Social.

2.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

Por cuestiones organizativas se seleccionó como sede a la localidad de Alta Italia del Programa En Desarrollo para los participantes de las localidades de Embajador Martini, Ingeniero Luiggi y Alta Italia correspondientes a la Región 1 de la Delegación Noreste del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa.

Dicho Programa se desarrolló en tres módulos:

Módulo 1: “Identificación de saberes del trabajo y empoderamiento” a cargo de la Lic. en Psicología Andrea Sanchez Addario con una duración de tres encuentros.

Módulo 2: “Aprendiendo un oficio” a cargo del Sr. Elías Gonzalez, emprendedor especializado en reparaciones y colocación de durlok durante diez clases teórico prácticas.

Módulo 3: “Emprendedurismo” a cargo de la experta Lic. en Administración Lucy Alainez en dos encuentros.

2.3 Localidad Seleccionada: Victorica

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

Como se mencionara anteriormente el Programa En Desarrollo se conforma de tres módulos, en la localidad de Victorica la instancia de formación laboral estuvo a cargo de la emprendedora Graciela Brown para el aprendizaje de diseño y fabricación de bijouterie y accesorios de vestir.

El módulo relacionado a emprendedurismo fue responsabilidad de la experta, Lic. en Administración Lucy Alainez, indicado por la contraparte provincial.

2.4 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Asistencia al equipo técnico de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social

Para la ciudad de General Pico la contraparte provincial solicitó a la experta la asistencia para los equipos técnicos de la Delegación en dos instancias, una para las entrevistas a personas que requieran acompañamiento en su emprendimiento, ya sea con la idea de iniciarlo o proyectar su crecimiento, y por otro lado en la planificación y organización del Programa En Desarrollo que se ejecutaría con posterioridad.

2.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

Intendente Alvear forma parte de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social como Subdelegación de la misma. En este municipio se ejecutó el Programa En Desarrollo organizado en tres módulos:

Módulo 1: “Identificación de saberes del trabajo y empoderamiento” a cargo de la Lic. en Psicología Andrea Sanchez Addario.

Módulo 2: “Aprendiendo un oficio” bajo la responsabilidad del emprendedor Diego Córdoba para el aprendizaje de Pastelería y Repostería.

Módulo 3: “Emprendedurismo” a cargo de la experta Lic. en Administración Lucy Alainez.

2.6 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”

En reunión con la contraparte provincial representada por la Lic. Yolanda Carrizo se seleccionó a la localidad de General Pico para continuar con actividades enmarcadas en la Tarea 4 de “Formación y asistencia a los Actores de la Economía Social”. Dicha ciudad es la sede de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social que incluye a la Subdelegación Zona Norte Intendente Alvear. En esta localidad se planificaron dos encuentros bajo la modalidad de taller para emprendedores con ideas de negocio o proyectos en marcha. Las temáticas elegidas fueron recomendaciones para la venta y para el cálculo de costos y precios como herramientas de gestión para sus proyectos.

2.7 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi

Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda.

Para la localidad de Ingeniero Luiggi la contraparte provincial le solicitó a la experta asesoramiento para la planificación y organización de actividades en la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda., encargada de la separación de los residuos urbanos en la planta que procesa la basura recolectada de la comunidad. Para ello se decidió articular con el equipo técnico de la Municipalidad de Ingeniero Luiggi que acompaña al grupo desde sus inicios conformado por la Trabajadora Social, la Abogada y el Encargado de la Planta de Separación de Residuos Sólidos Urbanos.

2.8 Localidad Seleccionada: Realicó

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”

En conjunto con la contraparte provincial se seleccionó a la localidad de Realicó para planificar actividades con emprendedores relacionados al equipo técnico de la sede de la Delegación Noreste del Ministerio de Desarrollo Social.

2.9 Localidades Seleccionadas: General Pico, Realicó e Ingeniero Luiggi

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

En la segunda etapa de ejecución del Programa En Desarrollo se incluyeron las siguientes localidades:

General Pico: se organizaron dos grupos diferenciados por el Módulo 2, uno de Pastelería y otro de Fitocosméticos, responsabilidad del Sr. Diego Córdoba y de la Sra. Marina Roucco, respectivamente.

Realicó: El Módulo 2 corresponde a Diversificación Textil a cargo de la emprendedora Isidora Caseres

Ingeniero Luiggi: la temática en esta localidad es Automatización y Robótica dictado por el Sr. David Figueroa

Los temas referidos a emprendedurismo fueron desarrollados por la experta durante un encuentro en cada una de las localidades.

3. Encuentro con Promotores de la Economía Social

Seguidamente se listan las localidades seleccionadas a partir de la Tarea 2 y se describen los temas tratados entre la experta y los representantes, equipos técnicos e idóneos de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social a la que pertenece cada localidad.

3.1 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Taller "Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro" en el segundo Foro Pampeano de Economía Social

En esta actividad los promotores de la Economía Social estuvieron representados por los Delegados del Ministerio de Desarrollo Social y sus respectivos equipos técnicos e idóneos comprendiendo las diez microrregiones en que se divide geográficamente el territorio pampeano según la Ley 2.348 de Descentralización:

Sr. Juan Carlos Piazza. Sra. Verónica Larreta. Delegación Zona Noreste: Región 1 y Región 3.

Sra. Daniela Cabrino. Sra. Vanesa Acedo. Delegación Zona Norte: Región 2.

Sra. Silvia Rodríguez. Delegación Zona Noroeste: Región 4.

Sra. Mónica Rubin. Delegación Zona Oeste: Región 5.

Sra. Adriana Schiller. Delegación Zona Este: Región 7 y Región 9.

Sra. Nora Montenegro. Delegación Zona Sur: Región 8

Sra. Mercedes Pineda. Delegación Zona Suroeste: Región 10

El rol de los mismos fue de moderador en las consignas de trabajo propuestas por los talleristas y atendiendo a las inquietudes que pudieran surgir entre los participantes. Esta situación representa la oportunidad para los equipos técnicos de fortalecer vínculos con los emprendedores y propiciar el acompañamiento en los diferentes estadios de sus proyectos. El contacto con los emprendedores permite que los equipos técnicos estén en conocimiento de las necesidades específicas de cada proyecto facilitando la articulación con programas y herramientas de la Dirección General de Economía Social y del gobierno provincial.

3.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

De los dos encuentros correspondientes al Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo participaron el Delegado de la Zona Noreste, Sr. Juan Carlos Piazza y la Trabajadora Social Julieta Cavallo. Durante los mismos estuvieron atentos a la propuesta de trabajo de la experta para los participantes.

Posteriormente se dialogó sobre la importancia del acompañamiento una vez finalizado el Programa y estrategias de articulación entre las personas capacitadas y la detección de oportunidades de trabajo para éstas. Por mencionar un ejemplo, la Asociación de Bomberos Voluntarios de la localidad necesita realizar unas divisiones de durlok y colocación de puertas dentro de un salón para la construcción de oficinas.

Se visibiliza la importancia de las redes de contactos entre emprendedores y con los equipos técnicos para propiciar vínculos y referencias que pueden derivar en oportunidades laborales, de capacitación y asesoramiento.

3.3 Localidad Seleccionada: Victorica

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

Con anterioridad al inicio del encuentro sobre Emprendedurismo en la localidad de Victorica la experta se reunió con la Delegada Sra. Mónica Rubin de la zona oeste del Ministerio de Desarrollo Social y la Trabajadora Social Antonella Magarzo.

En primer lugar las representantes de la Delegación Zonal manifestaron la importancia de contar con programas y recursos para planificar acciones en territorio con el objetivo de empoderar a las personas de menores recursos y no solo por medio de ayudas económicas.

Para el equipo técnico de la Delegación es la primera experiencia que realizan con emprendedores e indicaron que ha superado sus expectativas hasta el momento, por ejemplo, en que se ha mantenido el número de participantes y que demuestran interés en ejercer la actividad como otro medio de vida.

Luego se dialogó específicamente sobre el Programa En Desarrollo, considerando que el Módulo “Aprendiendo un oficio” fue de Bijouterie, sobre cómo detectar oportunidades comerciales para las participantes del curso. Dado que en la localidad solo se ofrecen accesorios de vestir de una sola marca del segmento de precios altos se identifica un nicho insatisfecho que justamente no consume artículos de joyería. En cuanto a puntos de venta se sugirió acompañarlas para participar de eventos como ferias municipales y fiestas provinciales además de pensar en las redes sociales.

Un punto importante es la inexistencia de proveedores de insumos en la localidad con variedad y precios acordes a su escala de producción, en este aspecto se le comentó planificar la organización de compras en conjunto para obtener materiales a menor precios buscando proveedores convenientes en calidad y que realicen ventas al por mayor.

Se habló con el equipo técnico de la Delegación que es necesario el seguimiento y acompañamiento a los integrantes del grupo para que la capacitación sea el inicio del camino hacia una actividad independiente que colabore con los ingresos familiares de las participantes.

Una vez comenzado el Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo las representantes de la Delegación estuvieron presentes en el encuentro y colaboraron activamente con las participantes pensando en conjunto con ellas diferentes acciones que hacen al inicio y crecimiento de los emprendimientos, por ejemplo cómo prepararse para asistir a la Fiesta Provincial de la Ganadería cuya actividad dura nueve días y concentra gran cantidad de público.

En general consideran importante las instancias de capacitación como punto inicial para el trabajo junto a los destinatarios y también dejaron en agenda como tema pendiente pensar en actividades que puedan incluir a personas de las otras localidades de la zona.

3.4 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Asistencia técnica al equipo de la Delegación Zona Norte del Ministerio de Desarrollo Social

En la sede de la Delegación Norte del Ministerio de Desarrollo Social se designó a la Trabajadora Social Paola Lucero para el abordaje de las acciones propuestas por la Dirección General de Economía Social dependiente de dicho Ministerio.

La contraparte propuso a la experta Lucy Alainez la asistencia en dos aspectos: entrevistas a personas que demandan acompañamiento para iniciar o proyectar el crecimiento de su propio emprendimiento y la planificación del Programa En Desarrollo de acuerdo a las necesidades de la población a la que se dirige éste Programa¹ y según los requerimientos del mercado local.

En los encuentros con las personas que se presentan con la inquietud de tomar un crédito para llevar a cabo un proyecto productivo, comercial o de servicios, en primer lugar la Trabajadora Social realiza un abordaje de la situación familiar y económica (cantidad de integrantes, aspectos de salud, estado de escolarización, situación laboral e ingresos del grupo familiar). Una vez en conocimiento de estos aspectos se le sugiere a la Trabajadora Social las siguientes recomendaciones para indagar acerca de la idea de negocio o emprendimiento en marcha:

Si la persona tiene una idea de negocio, es importante saber cómo surge, si es por capacitación, experiencia laboral anterior o cómo detecto esa necesidad insatisfecha. Luego se conversa sobre cómo va a producir y vender, resaltando la importancia de éste último proceso dado que en general se presenta como el cuello de botella de los emprendimientos.

En relación a la producción es necesario saber en qué lugar va a desarrollar la actividad y seguramente en éste sentido los aspirantes comentan sus necesidades de financiamiento para maquinarias e insumos. Aquí hay que orientarlos a pensar en un orden de prioridad de las herramientas necesarias y el volumen mínimo de materias primas para empezar a trabajar. En ambas situaciones se les debe indicar a las personas la importancia de averiguar y comparar entre varios proveedores las características de precio, calidad, requerimiento de compra mínima, transporte, condiciones de pago y garantías.

¹ El Programa En Desarrollo se dirige a varones y mujeres, entre 18 y 41 años, de bajos ingresos que trabajan o quieren trabajar por su propia cuenta, de primaria completa, que manifiestan interés en seguir capacitándose en oficios y/o finalizando los estudios secundarios.

Posteriormente cuando se de paso a lo comercial es dable destacar que se debe ayudar a las personas a conocer las necesidades de los clientes e identificar competidores actuales y potenciales en la actividad que emprenden para definir claramente donde y como vender. En el caso de personas que desean generar mayor volumen de producción o alcanzar con su servicio a más cantidad de clientes es una ventaja dado que ya disponen de información en contacto con sus actuales compradores.

También es recomendable comentarle a los entrevistados la opción de hacer provisiones para los primeros meses de funcionamiento, especialmente en el caso donde se debe afrontar un alquiler, muchas veces es necesario disponer de algún ahorro mínimo que permita cubrir los gastos fijos hasta que el negocio genere ingresos.

En cada caso es preciso determinar qué acciones de la Dirección representan una solución acorde a la situación, por ejemplo un subsidio en especie o un microcrédito. Considerando que los créditos se deben devolver en cuotas mensuales y en algunas circunstancias de vulnerabilidad puede resultar más bien un obstáculo que una ayuda, el subsidio resulta más conveniente antes que la financiación. Determinado esto el siguiente paso es colaborar con la persona a seleccionar las máquinas y/o herramientas y/o insumos que impliquen un mejor aprovechamiento de los recursos a disposición.

Se recomendó además que este proceso continúe con el seguimiento o monitoreo periódico del equipo de la Delegación para conocer el estado de avance de la idea y proponer alternativas ante obstáculos u oportunidades de crecimiento.

Para poner en práctica lo expuesto con anterioridad se realizaron entrevistas en conjunto entre la Trabajadora Social, Paola Lucero y la experta, Lic. Lucy Alainez.

El segundo tema tratado con la Sra. Paola Lucero de la Delegación Norte fue el Programa En Desarrollo, éste comenzó a ejecutarse en la segunda mitad del año 2018 en localidades que no superan los 6.000 habitantes a excepción de General Acha (11.000 habitantes aproximadamente) y que por tanto se facilita el contacto con la comunidad para identificar que actividades económicas se requiere en cada una y en las que era factible acompañar a potenciales emprendedores para comenzar con su propio proyecto. En el caso de la ciudad de General Pico, de unos 60.000 habitantes, implica mayor esfuerzo conocer los intereses de la población objetivo y articular con el Municipio local para el trabajo en territorio. Es así que se sumó al equipo de trabajo para la organización y

puesta en marcha del Programa a equipos técnicos del área social de la Municipalidad de General Pico.

En este sentido se propuso trabajar la ciudad por barrios considerando las facilidades que se le pueden ofrecer a los participantes de concurrir a capacitarse en cercanías de su casa y familia seleccionándose cuatro barrios periféricos: Federal, Carlos Berg, Molino y Malvinas. El equipo técnico de la Delegación realizó 100 entrevistas aproximadamente a personas que reunían las características de la población objetivo del Programa En Desarrollo, por tanto la experta aconsejó sistematizar los datos obtenidos en una hoja de cálculo que permita brindar información para la toma de decisiones. Así se las guio para ordenar los datos observándose que la mayoría eran mujeres sostén de familia y se identificaron sus intereses de capacitación para planificar las temáticas del módulo “Aprendiendo un oficio” de acuerdo a estos y las necesidades del mercado local.

3.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

La Subdelegación Norte comenzó a funcionar en el mes de septiembre de 2017 y su equipo técnico se compone por la Subdelegada Vanesa Acedo (Trabajadora Social) y Sol Garmendia (Lic. en Relaciones del Trabajo). En este caso también se detectó la necesidad de orientarlos en el abordaje de entrevistas a las personas que se acercaban con la demanda de iniciar una actividad económica o de financiamiento para un negocio en marcha. Indicando las mismas consideraciones mencionadas anteriormente para la Delegación Norte de la ciudad de General Pico, la experta Lic. Lucy Alainez estuvo presente en una entrevista para trabajar estos aspectos en un caso concreto.

Posteriormente se dialogó junto al equipo técnico con el emprendedor a cargo del Módulo “Aprendiendo un oficio”, Diego Córdoba, sobre las características del grupo y cuáles serían los temas de mayor utilidad a incluir en el espacio de “Emprendedurismo” a cargo de la experta. Allí se determinó que además de los aspectos generales a considerar para la puesta en marcha de un emprendimiento sería de importancia trabajar sobre el cálculo de costos y precio de los productos.

Dialogando sobre las acciones ejecutadas por la Subdelegación en la localidad y en contacto con las personas que se acercan a la misma, el equipo técnico menciona que consideraban oportuno ofrecer herramientas de gestión a emprendedores que no participan del Programa En Desarrollo y que dicha

actividad permitiría seguir fortaleciendo el vínculo entre ellos. Así surge la propuesta de llevar a cabo dos encuentros bajo la modalidad de taller. Uno sobre recomendaciones para la venta y otro en relación al cálculo de costos y precios a cargo de la experta Lic. Lucy Alainez.

3.6 Localidad seleccionada: Ingeniero Luiggi

Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda.

En la localidad de Ingeniero Luiggi se trabajó en conjunto con la Trabajadora Social Claudia Aime, la Abogada Alejandra Bugstaller y el Sr. Bernardo Bilbao de la Municipalidad ya que acompañan a la cooperativa de separación de residuos sólidos urbanos desde sus inicios conociendo las necesidades puntuales de la organización. Es así que surgen dos aspectos a fortalecer: las relaciones interpersonales y la proyección a largo plazo de sus acciones.

La propuesta elaborada consistió en cuatro encuentros, denominados “Desayunos Cooperativos”, cada quince días con el siguiente temario:

- a.- Perspectiva de género y empoderamiento empresarial
- b.- Cómo agregar Valor.
- c.- Fortaleciendo vínculos e imagen cooperativa.
- d.- Estableciendo metas

Los puntos a.- y c.- responsabilidad de la Lic. en Psicología Andrea Sánchez Addario y a cargo de la Lic. en Administración Lucy Alainez los ítems b.- y c.-. Para estos dos encuentros la experta propuso abordar, con todos los asociados de la cooperativa, la importancia del proceso de planificación para garantizar el crecimiento de la organización mejorando aspectos organizativos e incorporando valor a los materiales separados de la recolección de residuos que repercutan en mayores ingresos por ventas.

3.7 Localidad Seleccionada: Realicó

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”

Como representantes de la sede Realicó de la Delegación Zona Noreste, puesta en funciones durante el mes de marzo de 2019, se reunieron con la experta el Delegado Fernando Rezza y el Trabajador Social Rodrigo Fuentes Aguilera, quienes llevan adelante en la comunidad la ejecución de los Programas propuestos por el Ministerio. En conocimiento de la realidad local y en contacto

con emprendedores entienden que el acompañamiento a dicha población no es suficiente solo desde el punto de vista financiero.

En conjunto se dialogó sobre la posibilidad de brindar conocimientos y herramientas para la gestión de todas las actividades de un negocio y cómo continuar el vínculo con las personas que asisten a las capacitaciones o cursos una vez que éstos finalizan.

Considerando dichos objetivos se pensó en un encuentro con emprendedores en el espacio físico de la Delegación invitando a aquellas personas en contacto con el equipo técnico y a través de una convocatoria abierta a la comunidad bajo el nombre de “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.

Además se comenzó a delinear la idea de un proceso de incubación para los participantes que asisten al Programa En Desarrollo garantizando el acompañamiento para quienes decidan emprender su propio proyecto. Así se consideró información relacionada a la organización de la Incubadora de Emprendedores de Indumentaria de la ciudad de General Pico y se habló de un trabajo interdisciplinario para la tutoría de los participantes y articulación con otras acciones de gobierno y entre los emprendedores.

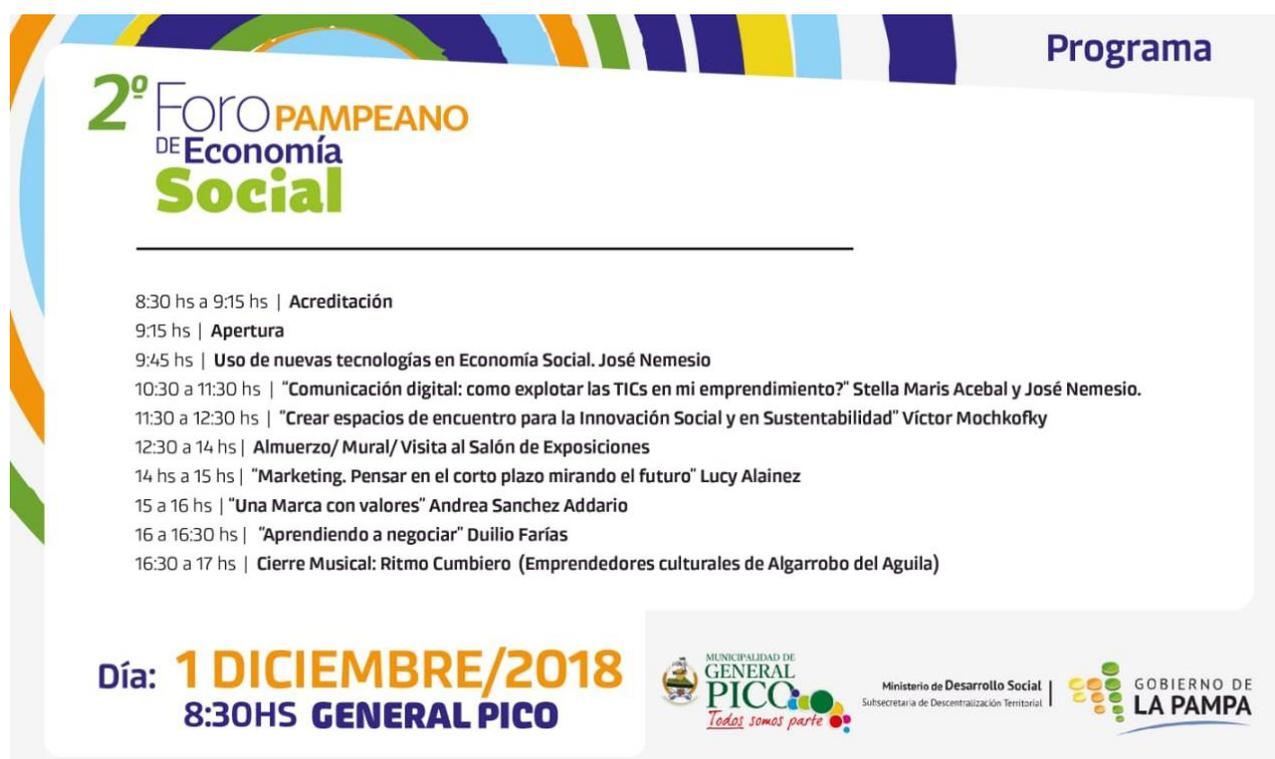
4. Formación y asistencia a los Actores de la Economía Social

En este apartado se detallan las tareas realizadas por la experta con los emprendedores y entidades de la Economía Social según se planificaron en reunión con la contraparte provincial la Tarea 2.

4.1 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el segundo Foro Pampeano de Economía Social

A continuación se muestra el programa completo correspondiente al Foro:



Programa

2º Foro PAMPEANO DE Economía Social

8:30 hs a 9:15 hs | **Acreditación**
9:15 hs | **Apertura**
9:45 hs | **Uso de nuevas tecnologías en Economía Social.** José Nemesio
10:30 a 11:30 hs | **"Comunicación digital: como explotar las TICs en mi emprendimiento?"** Stella Maris Acebal y José Nemesio.
11:30 a 12:30 hs | **"Crear espacios de encuentro para la Innovación Social y en Sustentabilidad"** Víctor Mochkofky
12:30 a 14 hs | **Almuerzo/ Mural/ Visita al Salón de Exposiciones**
14 hs a 15 hs | **"Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro"** Lucy Alainez
15 a 16 hs | **"Una Marca con valores"** Andrea Sanchez Addario
16 a 16:30 hs | **"Aprendiendo a negociar"** Duilio Farías
16:30 a 17 hs | **Cierre Musical: Ritmo Cumbiero (Emprendedores culturales de Algarrobo del Aguila)**

Día: 1 DICIEMBRE/2018
8:30HS GENERAL PICO

MUNICIPALIDAD DE GENERAL PICO
Todos somos parte

Ministerio de Desarrollo Social | Subsecretaría de Descentralización Territorial

GOBIERNO DE LA PAMPA

Del evento participaron 400 emprendedores aproximadamente de toda la provincia de La Pampa y se llevó a cabo según los horarios previstos.

Para el taller de Marketing se utilizó como soporte visual una presentación de Power Point y la propuesta consistió en que los participantes pensarán los aspectos comerciales del emprendimiento en un contexto de disminución del consumo y alza de los precios y tasa de interés sin descuidar los objetivos a largo plazo.

Se trabajó sobre la estructura de las 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza) planteando consejos o situaciones convenientes para cada una de estas decisiones agregándole una quinta P, Pensemos en Red, indicando la importancia de ampliar su base de contactos con clientes, proveedores, otros emprendedores y empresas, instituciones y diferentes instancias de gobierno.

A continuación se describe el desarrollo del Taller:



Para dar comienzo se expusieron los objetivos del Taller explicando que la coyuntura económica requiere tomar decisiones comerciales para afrontar los cambios en los hábitos de consumo de los clientes pero sin descuidar la visión de negocio a futuro. Además se indicó que la leyenda “Basado en hechos reales” hace referencia a los diferentes aspectos de la realidad que se consideraron para el desarrollo del Taller como la actual situación económica, ejemplos de emprendedores de la Economía Social y por último las propuestas de debate grupal respecto de sus propios proyectos.



Posteriormente se trabajó sobre el concepto de Marketing asociándolo a lo comercial y haciendo foco en la importancia de prestar atención a las necesidades de los clientes, de analizar que esperan, de pensar que se le puede ofrecer que resuelva un problema y que estén dispuestos a pagar por ello.



Para estructurar la disertación se presentaron las decisiones comerciales asociadas a las 4P, de Producto, Precio, Promoción y Plaza y se agregó una quinta P, Pensemos en Red, como punto en común con el resto de los talleres del Foro.



En relación al producto se habló de no resignar calidad y pensar alternativas para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo, como por ejemplo disminuir la cantidad envasada, utilizar elementos reutilizables para la elaboración de una parte de los productos o del envase, incorporar productos o servicios complementarios o dejar de ofrecer alguna línea de producto.



En cuanto a precio se indicó que es un error pensar en bajar los precios en épocas de crisis para aumentar las ventas y es conveniente analizar otras alternativas que generen una percepción de mayor valor por parte de los clientes. Además se mencionó cómo ser cuidadoso al momento de ofrecer financiamiento, especialmente en caso de importes altos y varias cuotas de pagos, dado que es necesario conservar el poder adquisitivo para la recompra de materiales e insumos lo cual también implica revisar los precios de artículos en stock.



Además en consonancia con los temas de los talleres anteriores se habló de la importancia de la comunicación proactiva y la necesidad de identificar diferentes medios de promoción para dar a conocer lo que se ofrece. Si bien en situaciones de crisis se suele justificar no invertir en comunicación por la falta de recursos es otro error que se puede salvar encontrando medios gratuitos o de

bajo costo como la potencialidad de las redes sociales o disponiendo de tiempo para relaciones públicas y participación en eventos sociales.



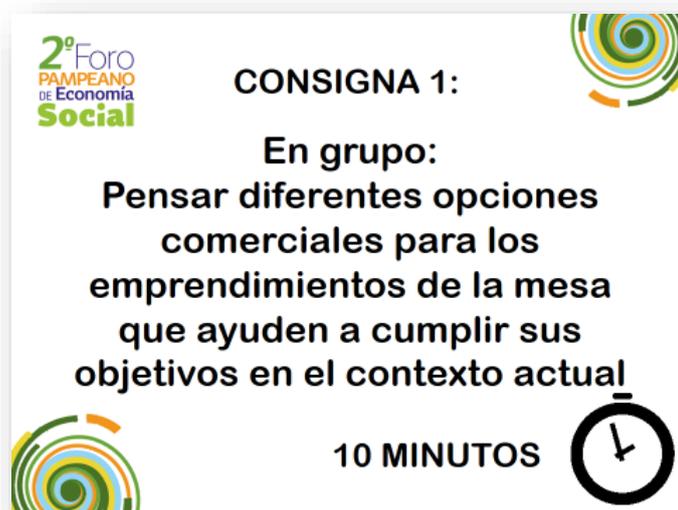
En cuanto a la plaza se mencionó tener en cuenta los costos de los diferentes puntos de venta y pensar en alianzas con otros emprendedores en caso de ser necesario considerando los altos costos fijos que puede representar un local comercial para atención al público.



Por último, el mensaje consistió en identificar las potencialidades de ampliar y fortalecer las redes de contacto como estrategia para disponer de mayor información en la toma de decisiones y como oportunidades de venta. Además se dijo, y otros emprendedores así lo afirmaron en su relato, que se pueden encontrar puntos de venta fuera de las localidades de origen y un evento

como en el que estaban presentes es una situación ideal para conocer a sus pares e instituciones vinculadas a emprendedores.

Posteriormente a la introducción de la experta se presentaron tres consignas de trabajo a los participantes para resolver grupalmente:



2º Foro
PAMPEANO
DE Economía
Social

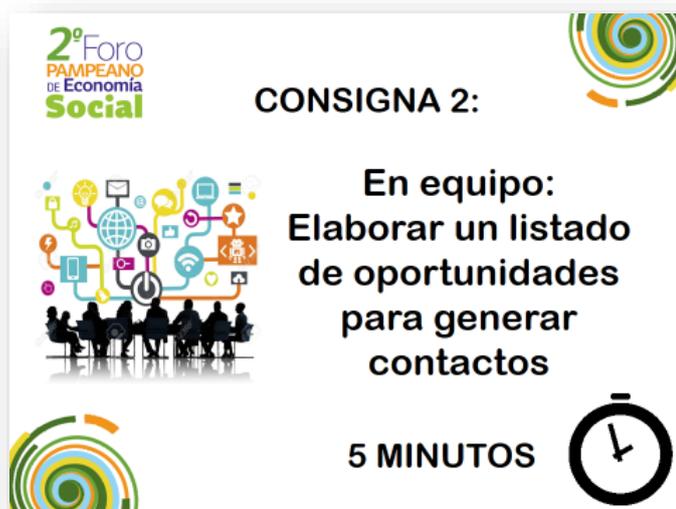
CONSIGNA 1:

**En grupo:
Pensar diferentes opciones
comerciales para los
emprendimientos de la mesa
que ayuden a cumplir sus
objetivos en el contexto actual**

10 MINUTOS



En primer lugar, conversar y proponer alternativas comerciales para los emprendimientos de cada equipo, esta consigna buscó un primer contacto entre los presentes dando lugar a que cada uno comento a sus compañeros de grupo la actividad que desarrolla y que experimenten colaborar entre ellos ante las situaciones planteadas.



2º Foro
PAMPEANO
DE Economía
Social

CONSIGNA 2:



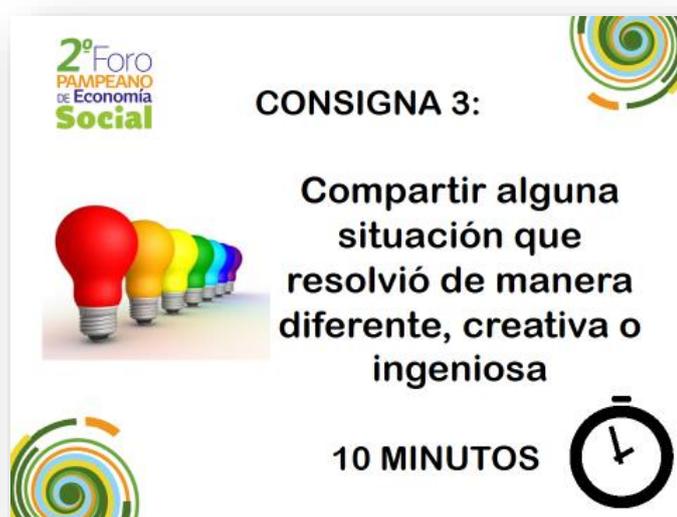
**En equipo:
Elaborar un listado
de oportunidades
para generar
contactos**

5 MINUTOS



Seguidamente se los invitó a pensar y listar diferentes oportunidades para ampliar su base de contactos, luego se les pidió a los integrantes de cada mesa con la lista que se intercambien y puedan encontrar más información al mismo

tiempo de brindar ideas nuevas a los demás para dejar como aprendizaje que trabajando en red se pueden obtener mejores resultados que de manera individual.



2º Foro PAMPEANO DE Economía Social

CONSIGNA 3:

Compartir alguna situación que resolvió de manera diferente, creativa o ingeniosa

10 MINUTOS

Para finalizar se propuso compartir situaciones que hayan resuelto de manera creativa o ingeniosa en momentos críticos o de escasos recursos dando participación a los presentes para sociabilizar experiencias de cada uno y propiciar nuevos aportes como la importancia de estar informado y capacitarse continuamente. También mencionaron que el género no es un límite para identificar potenciales oportunidades de negocio, por ejemplo una mujer puede prestar servicios de pintura de obra u otros oficios.

Foto: Segundo Foro Pampeano de Economía Social. Taller “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro”



4.2 Localidad Seleccionada: Alta Italia

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

El módulo de emprendedurismo del Programa En Desarrollo se llevó a cabo a través de dos encuentros al que asistieron participantes de las localidades de Embajador Martini, Ingeniero Luiggi y Alta Italia.

En el primer encuentro se dialogó sobre las competencias emprendedoras y se realizó un Análisis FODA a nivel personal para identificar las Fortalezas y Debilidades de cada uno que favorecen o no su desarrollo emprendedor como así también las Oportunidades y Amenazas del contexto local y regional para el nacimiento y/o crecimiento de su propio negocio.

Este contacto con los participantes fue importante para propiciar el vínculo con la experta y tomar conocimiento de sus trayectorias laborales y expectativas a futuro para dar paso al segundo encuentro, ya de carácter más técnico en relación a la gestión de su propio emprendimiento.

Foto: Primer encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo con sede en Alta Italia



En el segundo encuentro se abordaron los siguientes temas utilizando una presentación de Power Point:

Ministerio de Desarrollo Social
Subsecretaría de Organización Territorial

GOBIERNO DE
LA PAMPA

**MÓDULO
3**

EMPRENDEDURISMO

EN DESARROLLO

Ministerio de Desarrollo Social
Subsecretaría de Organización Territorial

GOBIERNO DE
LA PAMPA

¿QUÉ VENDO?

Lo describo con cualidades:

1).....
2).....
3).....

EN DESARROLLO

Ministerio de Desarrollo Social
Subsecretaría de Organización Territorial

GOBIERNO DE
LA PAMPA

¿CÓMO ME PUEDE DIFERENCIAR DE LA COMPETENCIA?

¡¡¡Pensar en el PLUS!!!
Aquello que nos hace diferentes
y por lo que nuestros futuros clientes nos eligen

EN DESARROLLO



Propuesta de Valor: para dar comienzo se invitó a los participantes a pensar que servicio van a ofrecer definiéndolo con características o beneficios y cómo pueden diferenciarse de sus competidores. Para ello identificaron otras personas en la zona que se dedican al durlock llegando a la conclusión que son solo dos y con mucho trabajo, por tanto el tiempo de espera para cada servicio es largo y consideran que a partir de ésta situación cobran precios demasiado elevados.

Posteriormente concluyeron que su oferta debe incluir servicios complementarios de obra ya sea con construcción, o con instalaciones (por ejemplo gas o electricidad), pintura de obra, carpintería, entre otros. Además mencionaron como importante estar dispuestos a movilizarse por las localidades de la región.



Cientes: el siguiente punto fue identificar potenciales clientes en su localidad y comunidades vecinas para ampliar las posibilidades de trabajo y planificar estrategias de comunicación para dar a conocer su servicio. En este sentido se observó que sus clientes pueden ser usuarios hogareños y también

empresas o instituciones además de listar lugares o profesionales donde captar clientes, por ejemplo corralones de materiales, pinturerías, arquitectos o maestros mayor de obra y constructoras.



Competidores: seguidamente se comentó que conocer otros emprendedores con una oferta similar y sus características distintivas es útil para aprender de estos y buscar su propio nicho de mercado. Además se habló de conocer otras empresas del rubro para buscar información sobre materiales, nuevas tendencias y formas de trabajo.



Organización del trabajo: se retomó lo aprendido con el Sr. Elías Gonzalez a cargo del taller del oficio y se habló sobre el Plan de Inversión para iniciar la actividad. En este sentido dialogaron acerca de las prestaciones de distintas marcas de máquinas y lo indispensable para comenzar a trabajar y cuáles son las herramientas que se pueden adquirir con posterioridad. Además se les propuso pensar en alianzas entre ellos mismos para compartir elementos de trabajo o para tomar obras en conjunto.

COSTOS:

Todo sacrificio o esfuerzo económico para producir u ofrecer algo es un costo.

VARIABLES

FIJOS

COSTOS VARIABLES

Son aquellos que cambian ante un aumento o disminución de las unidades producidas, los servicios brindados y ante las ventas del negocio.

- * Materia prima
- * Insumos o materiales
- * Fletes
- * Comisiones de Venta
- * Combustibles
- * Impuesto a los Ing. Brutos
- * Mano de Obra (a destajo)
- * Etc.

COSTOS FIJOS

Estos costos no varían o varían muy poco, ante un aumento o disminución de las unidades producidas y vendidas.

Permanecen constantes frente al volumen de actividad.

- * Alquileres
- * Teléfono, Luz y Gas
- * Sueldo de los empleados fijos
- * Limpieza de las instalaciones
- * Seguros
- * Monotributo
- * Amortizaciones
- * Etc.

Foto: Segundo encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo con sede en Alta Italia



4.3 Localidad Seleccionada: Victorica

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

El Programa En Desarrollo se dirige a varones y mujeres, entre 18 y 41 años, de bajos ingresos que trabajan o quieren trabajar por su propia cuenta, de primaria completa, que manifiestan interés en seguir capacitándose en oficios y/o finalizando los estudios secundarios. Se organiza en tres módulos:

Módulo 1: “Identificación de saberes del trabajo y empoderamiento” a cargo de la Lic. en Psicología Andrea Sanchez Addario.

Módulo 2: “Aprendiendo un oficio” bajo la responsabilidad de la emprendedora Graciela Brown para el aprendizaje de diseño y fabricación de bijouterie y accesorios de vestir (para la localidad de Victorica)

Módulo 3: “Emprendedurismo” a cargo de la experta Lic. en Administración Lucy Alainez.

Durante el encuentro se trabajó con un soporte visual en papel para cada una de las participantes que se entregó al inicio y que se presenta a continuación:

En Desarrollo

¿Qué VENDO? Lo describo con cualidades



- 1).....
- 2).....
- 3).....



iiiPensar en el PLUS!!! Aquello que nos hace diferentes y por lo que nuestros clientes nos eligen

PARA EL MOMENTO DE LA VENTA EN EL CONTACTO CON LOS CLIENTES ES IMPORTANTE CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

¿Cómo son nuestros CLIENTES?



- Hombre o Mujer
- Jóvenes o Adultos
- Empresas o instituciones
- Viven en radio urbano o zona quintas

Conocer nuestros clientes ayuda a decidir...

¿Dónde y cómo ofrecer mi producto o servicio?



Potencial cliente	Medio de Comunicación	Costo

La tarjeta de presentación:

¡Nunca debe faltar!

Nombre del negocio

Tu nombre

Contactos: número de teléfono / celular, dirección (si es necesario), correo electrónico y/o página de Facebook (si los usas)

Logo/Imagen



La COMPETENCIA

Observar mi competencia para aprender y ofrecer algo distinto



Competidor	Precio	Características distintivas



Organizando Mi TRABAJO

Lugar / Instalaciones: ¿Dónde? ¿Tengo un lugar propio o se debe alquilar?

Máquinas / Herramientas: ¿Qué herramientas preciso? ¿Cuáles son imprescindibles?

Mano de Obra: ¿Puedo trabajar solo? ¿Necesito colaboradores? ¿Para qué tareas?

Transporte: ¿Qué medio de movilidad necesito?

Horarios de trabajo: ¿Cuál es el momento del día adecuado para trabajar y que sea conveniente para mis clientes?

Calidad: ¿Cómo ofrecer un producto o servicio de buena calidad? ¿Cómo presentarlo para que sea atractivo?

Calcular la INVERSIÓN y su FINANCIAMIENTO

Hacer una lista de los elementos a comprar y

buscar 2 , 3 ó 4 presupuestos para comparar



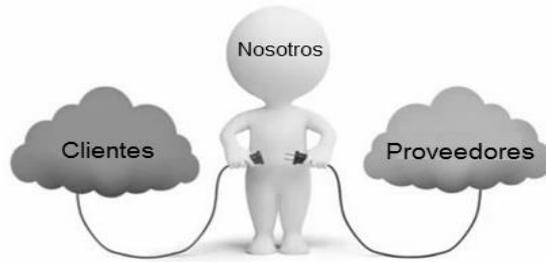
Detalle	Importe
Máquinas	\$
Herramientas	\$
Reparaciones o acondicionamiento del lugar	\$
Servicios profesionales	\$
Tasas e impuestos por única vez	\$
TOTAL	\$

¡¡¡ESTABLECER PRIORIDADES!!!!

Los PROVEEDORES

Hacer un listado de proveedores e identificar las ventajas de cada uno:

- Ubicación
- Precio
- Calidad
- Financiación
- Descuentos
- Transporte (modalidad y costos)
- Otras: garantías, seguros



Así podemos comparar y elegir el más conveniente para cada situación!

Proveedor	Ventajas

Los COSTOS

¿Cómo calcular el costo de mi producto o servicio?

Tener en cuenta:

Costos Variables: dependen de la cantidad producida

- Materiales

- Tiempo de trabajo

Costos Fijos: se deben pagar sí o sí todos los meses

- Teléfono

- Energía: luz/gas/combustibles/lubricantes

- Impuestos

- Alquiler

- Mantenimiento/Desgaste/Repuestos



Entregar un recibo cuando recibimos dinero por señas o parte de pago:

RECIBO

\$ USD
 EUR

Recibí de.....
la cantidad de

por concepto de

..... de de

Recibí conforme
DNI:

Entregué conforme
DNI:

Saldo pendiente

Es importante conocer los requerimientos impositivos (nacionales, provinciales y municipales), urbanísticos y sanitarios (en los casos que corresponda, ejemplos cuando se trabaja con alimentos). Algunos son:

- **Habilitación Comercial en Municipalidad (si es obligatoria).**
- **Inscripción a Monotributo en AFIP.**
IVA + Seguridad Social (Jubilación y Obra Social).
Es un importe fijo mensual.
- **Inscripción en Dirección General de Rentas de La Pampa (Impuesto a los Ingresos Brutos).**
Se abona el 3 % de lo facturado



Éstas inscripciones nos permiten emitir facturas tipo C
¿Por qué es útil?

- **Tengo cobertura social de jubilación y obra social**
- **Es una forma de captar potenciales clientes: grandes empresas, instituciones (por ej. una cooperadora), o ser proveedor del estado**
- **Puedo acceder a otras fuentes de financiamiento (bancos u otras instituciones)**

El encuentro comenzó con una breve presentación de cada participante y seguidamente se habló sobre las características y cualidades de lo que van a ofrecer analizando que sea factible de comercializar en la localidad y la zona. Posteriormente se pensó cómo sería una venta y comentaron sus primeras

experiencias entre conocidos o situaciones que se daban por casualidad, por ejemplo porque el comprador vio un accesorio que utilizaba la participante. Por ello se hizo hincapié en la importancia de ser proactivos para concretar la transacción y de ofrecer con intención de venta, esto hace referencia a que si bien viven en una localidad de pocos habitantes y todos se conocen, eso no implica que la comunidad conozca que se han capacitado y vendan accesorios de vestir, entonces es necesario informar y mostrar los productos que realizan.

Luego se comenzó a trabajar en identificar grupos de potenciales clientes y qué consume cada segmento, en este aspecto señalaron que los hombres también utilizan accesorios y qué caracteriza a éstos, lo infantil y juvenil tiene distintos usos como por ejemplo de souvenir para cumpleaños o eventos. Además se habló sobre como diversificar la oferta y que junto a los tradicionales objetos de bijouterie se pueden vender llaveros, accesorios para ropa y calzado, accesorios para el cabello, artículos que combinen distintos materiales como telas y eco cuero.

Sobre cómo comunicar y mostrar sus productos aun no disponen de recursos monetarios para invertir en promoción e identificaron como primeros medios a su alcance redes sociales, whatsapp, ferias y eventos de la localidad, si bien en este último caso en ocasiones el uso del stand tiene costo surgieron algunas alternativas como reunirse en grupos de dos o tres para afrontar los gastos o solicitarle a las autoridades del municipio local la disponibilidad de un lugar de modo gratuito.

En relación a la competencia mencionaron que en Victorica no hay otros emprendedores en el segmento y surgieron dos aspectos, observar por internet productos de estas características para ampliar el abanico de ideas en cuanto a nuevos materiales y modas y en segundo lugar como diferenciarse entre ellas atendiendo a distintos gustos y preferencias.

Foto: Primeros trabajos de las participantes del Programa En Desarrollo.
Victorica



Otro punto del encuentro fue la organización del trabajo y la inversión necesaria para ésta actividad, es dable destacar que la necesidad de herramientas y espacio de producción no requiere grandes desembolsos para iniciarse y en el caso de las participantes disponen como parte del Programa las dos pinzas indispensables para comenzar. El lugar de trabajo se caracteriza por una mesa e iluminación adecuada sobre todo para la manipulación de piezas pequeñas. Luego para el funcionamiento del emprendimiento el principal capital de trabajo es el stock de material que permita abarcar el abanico de colores y combinación de materiales para la producción y los trabajos por encargo o pedido a medida.

Respecto de proveedores ya están en conocimiento que no disponen de proveedores en la localidad acorde a sus necesidades de producción. A través de la emprendedora Graciela Brown se han contactado con negocios de General Pico y han agendado contactos de otros en la ciudad de Santa Rosa. Por el momento el medio de compra es por whatsapp y comisionista con un pequeño volumen de compra para practicar lo aprendido en la capacitación. Como

conclusión de este tema saben que lo conveniente es pensar en compras conjuntas para obtener mejores precios por volumen y ahorros en los gastos de transporte.

El cálculo de costos y definición del precio siempre es uno de los temas que mayores inquietudes genera pero de a poco empiezan a realizar comentarios y luego las cuentas. Se les indico registrar el tiempo de trabajo para las distintas piezas, al menos una vez, considerando que con el correr del tiempo y una mayor pericia se mejoran los plazos de producción ganando eficiencia. También consultaron que valores tomar de referencia para cuantificar la hora de trabajo. Finalizando se habló sobre aspectos formales que hacen a todo emprendimiento y con perspectivas de crecimiento.

Foto: Encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo. Victorica



4.4 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

En el encuentro junto a los participantes del Programa En Desarrollo estuvieron presentes la Subdelegada Vanesa Acedo, la Lic. Sol Garmendia y el Pastelero Diego Córdoba. El tema central fue el cálculo de costos de producción y precios de venta. Además se propició el intercambio de otros aspectos de la gestión de un emprendimiento compartiendo la experiencia del Sr. Córdoba al frente de su propio negocio y como responsable del Módulo 2 “Aprendiendo un oficio” del programa.

En primer lugar se mencionó que una vez que comiencen a trabajar para ofrecer sus productos deben pensar en cómo diferenciarse, es decir encontrar

aquella cualidad que las distinga de sus competidores. Seguidamente se habló de la importancia de la imagen personal y de la presentación de los productos al momento de atención a los clientes como así también de cuidar la calidad de las fotografías y publicaciones al utilizar como medio de comunicación las redes sociales.

Para comenzar con el objetivo del encuentro respecto del cálculo de costos las participantes seleccionaron una de las recetas utilizadas durante las jornadas de capacitación y se utilizaron los precios reales al momento de realizar las cuentas con los tickets y facturas de compra.

Explicando los conceptos de costo, costo variable, costos fijos, costo unitario se comenzó a realizar de manera grupal el cálculo mientras cada participante realizaba anotaciones personales. Se utilizó el siguiente resumen que fue entregado a cada uno en formato papel:



A practicar costos...

Para calcular **el precio** de nuestro producto o servicio necesitamos conocer su **COSTO UNITARIO**

PRIMERO, calcular el **COSTO VARIABLE UNITARIO**, cuyo principal componente será la materia prima o insumos y la mano de obra (es decir el valor de nuestro trabajo)

SEGUNDO, asignar a cada unidad de producto o servicio un porcentaje de los **COSTOS FIJOS MENSUALES** (todos los gastos necesarios para que nuestro emprendimiento funcione sin importar cuánto produzco o vendo, por ejemplo: alquiler, impuestos, luz, gas, entre otros)

$$\text{COSTO UNITARIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \text{COSTO FIJO UNITARIO}$$

$$\text{PRECIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \% \text{ DE GANANCIA DESEADO}$$

Para calcular el costo de las materias primas utilizadas tenemos que hacer algunas cuentas...

En general compramos insumos en kilos y utilizamos gramos, por eso tenemos que saber que

1 kilo = 1.000 gramos, 2 kilos = 2.000 gramos, 3 kilos = 3.000 gramos y así....

Por ejemplo, compramos 1 kilo de harina 0000 a \$50 y utilizamos en una receta 350 gramos, ¿Cuánto cuestan esos 350 gramos?

1.000 gramos de harina \$50

350 gramos de harina\$ ¿?

La cuenta es $(350 \times 50) / 1.000 = \$17,50$

Otro dato importante en todo negocio es conocer **cuánto ganamos**. Para ello es muy importante **anotar y registrar**

PRIMERO anotar **las ventas** (todas! No importa si algún cliente todavía no pago algo que debe)

SEGUNDO, sumar **los costos**. Los costos variables de los productos o servicios **vendidos** y los costos fijos mensuales

Porque decimos los costos variables de lo vendido? Porque si durante el mes se compraron materiales o insumos que se dejan guardados o se produce más de lo vendido eso forma parte del stock que queda guardado pero no se considera un costo de lo vendido.

UTILIDAD = INGRESOS POR VENTAS TOTALES – COSTOS TOTALES

COSTOS TOTALES = COSTOS VARIABLES DE LO VENDIDO + COSTOS FIJOS TOTALES (MENSUAL)

Para comenzar a formar el costo variable del producto se aclaró primeramente las equivalencias entre gramos y kilos dado que en general las materias primas se envasen en kilos y las recetas utilizan gramos. Luego se discutió acerca de cómo determinar un valor al tiempo de trabajo necesario para la elaboración surgiendo opciones como la de computar como mínimo el importe que se recibiría si trabajaran en relación de dependencia.

Para continuar se pusieron a consideración los gastos necesarios de manera mensual para el funcionamiento de un emprendimiento de éste tipo y la asignación de parte de los mismos a los productos elaborados. Una vez calculado el costo unitario de producción se habló del porcentaje de ganancia a sumar para llegar al precio final de venta. En este punto surgió la comparación de precios con otros negocios de la localidad, básicamente panaderías y lo que la población está dispuesta a pagar por los productos, en este sentido identificaron que sus productos al ser de una calidad superior a los ofrecidos al

utilizar mejores materias primas comparadas a lo que se llaman premezclas en panadería les permitía cobrar un plus por ser productos de tipo artesanal.

Foto: Encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo. Intendente Alvear.



Foto: Participantes Programa En Desarrollo. Intendente Alvear



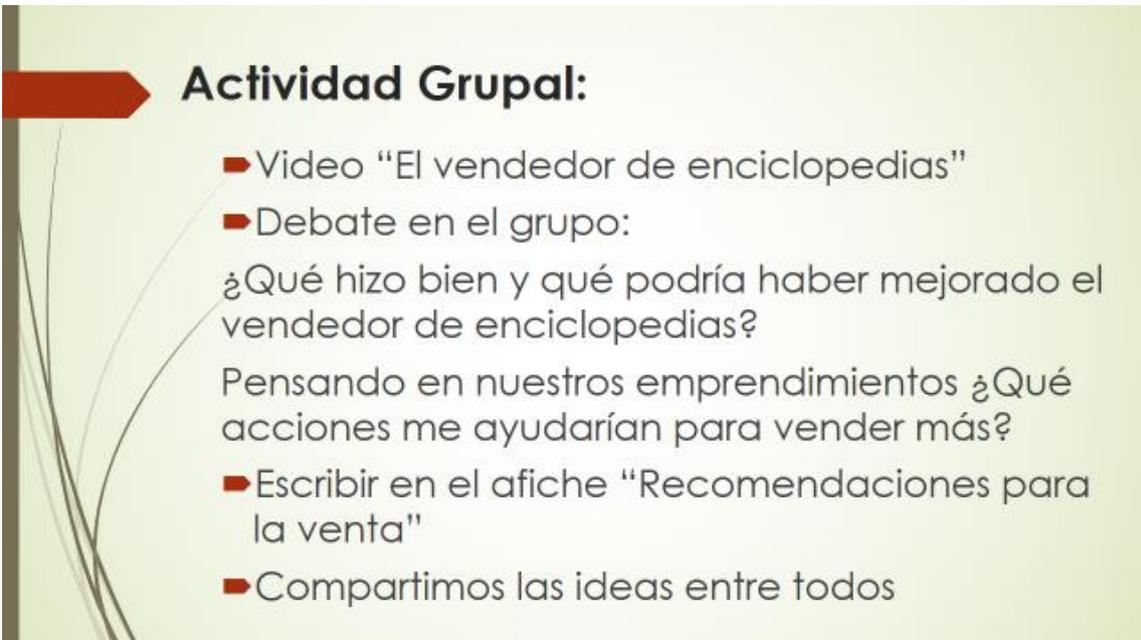
4.5 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.
Encuentro I

El encuentro fue organizado por la Subdelegación Zona Norte y la convocatoria fue abierta a emprendedores de la localidad además de invitar a personas vinculadas a la institución por otras acciones y no exclusivamente por el Programa En Desarrollo.

El Taller se desarrolló en las instalaciones de la Subdelegación al que asistieron alrededor de 50 personas, de las cuales algunas ya tienen en marcha un emprendimiento propio y otras se encuentran en la etapa previa de comenzar a trabajar por su cuenta.

La dinámica se inició con una introducción a cargo de la experta sobre cómo definir la oferta del producto o servicio para utilizar durante el proceso de venta en el encuentro con un potencial cliente. Seguidamente se propuso mirar el video “El vendedor de enciclopedias”² y reunirse en grupos para trabajar las siguientes consignas:



Actividad Grupal:

- ▶ Video “El vendedor de enciclopedias”
- ▶ Debate en el grupo:
¿Qué hizo bien y qué podría haber mejorado el vendedor de enciclopedias?
Pensando en nuestros emprendimientos ¿Qué acciones me ayudarían para vender más?
- ▶ Escribir en el afiche “Recomendaciones para la venta”
- ▶ Compartimos las ideas entre todos

Luego del debate grupal cada equipo escribió las principales ideas en un afiches que posteriormente fue compartido con todos los presentes, algunas de las anotaciones fueron:

- “Discurso simple, claro y atractivo”
- “Sobrellevar la charla y hacer que el cliente se interese”
- “Tener seguridad sobre lo que vamos a vender”.
- “Destacar cualidades y beneficios”
- “Dar la mayor información posible”
- “Promocionar: tarjetas personales, uso de redes sociales, folletos, radio”
- “Tener estética personal”
- “Practicar habilidades comunicacionales”
- “Buena actitud y predisposición”

² Video “El vendedor de enciclopedias”: <https://www.youtube.com/watch?v=mboSCTQp1yc>

“Capacitarse”

“Analizar a los potenciales clientes”

Finalmente se construyó de manera colectiva y participativa recomendaciones para mejorar las ventas, mientras cada grupo compartía sus reflexiones la experta ampliaba la idea y mencionaba algunos ejemplos. Es así que surgió la importancia de saber escuchar y preguntar para que sea el vendedor quien guie la charla hacia el objetivo de concretar la venta prestando atención a todos aquellos detalles que nos permitan personalizar el trato y que el producto o servicio sea los más ajustado posible a las necesidades del cliente.

Respecto de conocer con seguridad y tener confianza sobre lo que estamos ofreciendo, es preciso tener en claro cuáles son los beneficios y desventajas de la oferta para dominar el dialogo y también se recomienda practicar con conocidos, amigos o familiares si se siente inseguridad inicialmente.

La presentación e imagen del vendedor como así también de la oferta hace a la percepción del cliente sobre el emprendimiento e influye en la decisión de compra. Lo mismo ocurre con tener presencia en diferentes medios de comunicación a lo que se agregó, además de los mencionados por los participantes, la opción de concurrir a eventos o ferias establecidas en la localidad sobre todo en aquellos casos que aún no disponen de local para exhibir. Esto también aplica en el caso de servicios como oportunidad para dar conocer lo que se ofrece.

Foto: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”. Encuentro I. Intendente Alvear



4.6 Localidad Seleccionada: Intendente Alvear

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”.
Encuentro II

La propuesta del segundo Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores” se centró en el cálculo de costos y precio. Al encuentro asistieron alrededor de 50 personas y se desarrolló en la sede de la Subdelegación con la presencia de la Delegada Vanesa Acedo y la Lic. Sol Garmendia.

Para comenzar con la actividad se dio la bienvenida a los presentes y se entregó el siguiente material a cada uno de los participantes:



Herramientas de Gestión para Emprendedores



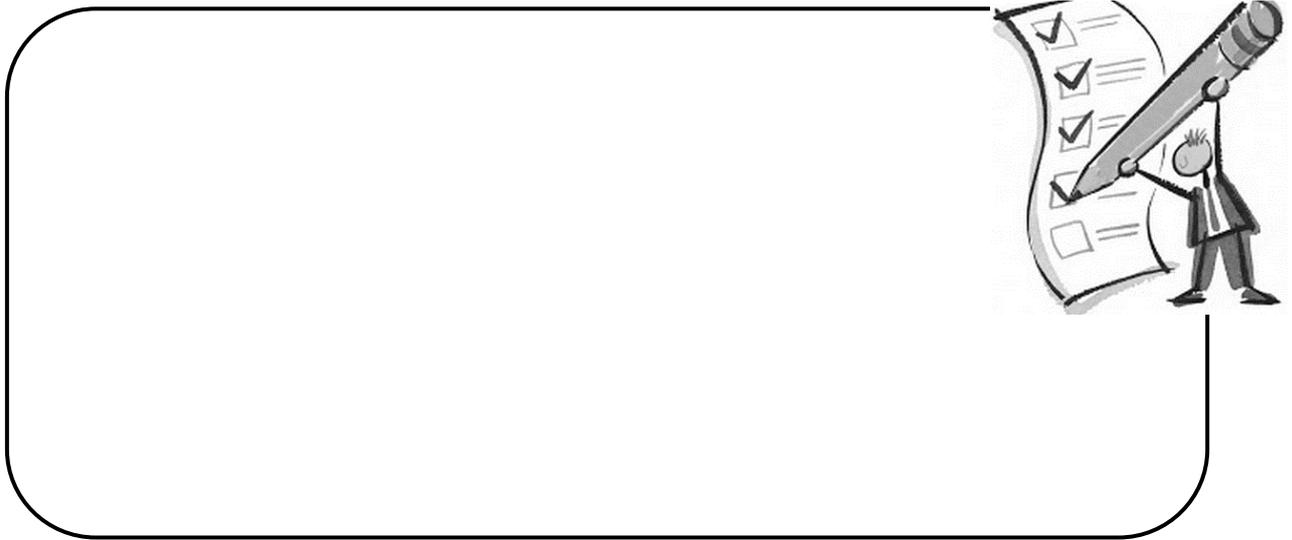
¿Qué son los costos?

Todo sacrificio o esfuerzo económico para producir un bien u ofrecer un servicio.

En otras palabras...

Todos los recursos y esfuerzos que necesitamos e invertimos para producir u ofrecer algo. Por ejemplo, materiales y tiempo de trabajo.

Hacemos una lista de lo necesario para producir o prestar el servicio:



Tipos de costos según su variación:



Aumentan o disminuyen cuando sube o baja mi volumen de producción o venta

Ejemplo: materias primas, tiempo de trabajo.



Se deben pagar sí o sí todos los meses sin importar cuanto produzco y vendo

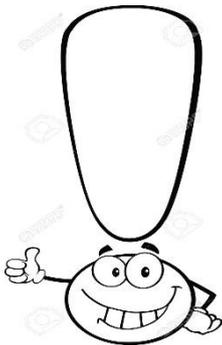
Ejemplo: monotributo, alquiler, luz, amortizaciones, teléfono, gas, seguros.

COSTOS TOTALES

Agrupamos los costos enumerados anteriormente por tipo:

COSTOS
VARIABLES

COSTOS
FIJOS



Cuantos menos costos fijos tenga, mejor, ya que será menos lo que tendré que pagar si no vendo o no produzco lo suficiente.

Es importante conocer el costo por unidad de producto o por hora de servicio, es decir una cuenta detallada de cuánto cuesta elaborar una unidad, esto se llama **COSTO UNITARIO**



COSTO VARIABLE UNITARIO:

Si no es tan sencillo calcular los materiales y tiempo de trabajo por unidad, se pueden sumar todo los gastos necesarios para una tanda de producción y dividirlo por la cantidad de productos elaborados.

Por ejemplo, si amaso y quiero calcular el costo una docena de tapas de empanada debería conocer cuántos gramos exactos y cuánto tiempo es necesario para cada docena. Pero si en el día elabore 15 docenas, sumo lo gastado para amasar esa cantidad y lo divido por 15. Luego se le asigna un valor al tiempo de trabajo.

¿Cómo estimar el tiempo de trabajo? Simplemente anotando el horario de comienzo y finalización que se dedican a ese producto o servicio

¿Cómo estimar el costo de una hora de trabajo? Cada emprendedor debe asignar el valor de su hora de trabajo, comparado con un trabajo anterior o con el costo de la hora de un trabajador en relación de dependencia.

COSTO FIJO UNITARIO:

Este cálculo requiere de métodos más complejos para asignar a cada unidad una parte de los costos fijos totales.

Una forma puede ser estimar la cantidad promedio de producción por mes y dividir los costos fijos totales por dicha cantidad. Otra manera sería establecer un porcentaje a aplicar sobre el costo variable unitario y considerarlo el costo fijo unitario.

¿Por qué es importante conocer nuestros costos?

- ✓ Para calcular el precio de venta
- ✓ Para saber si nuestro emprendimiento genera ganancias

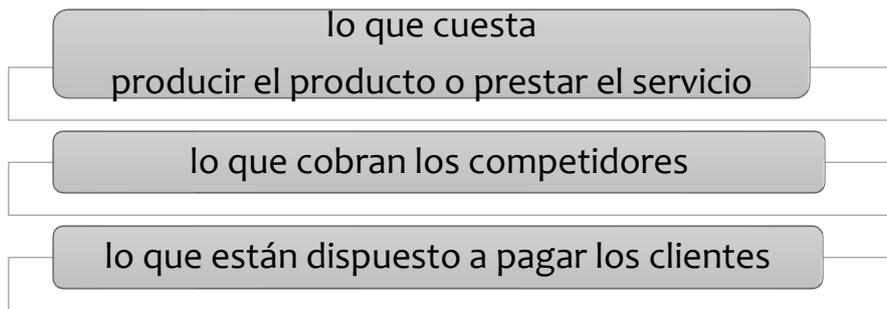


Calcular el PRECIO

$$\text{Precio} = \text{Costo Unitario Total} + \% \text{ de ganancia deseado}$$

(Costo Unitario Total = Costo Unitario Variable + Costo Unitario Fijo)

ATENCIÓN! Cuando decido el precio de venta debo considerar tres puntos:



Calcular la GANANCIA

GANANCIA =

INGRESOS POR VENTAS TOTALES – COSTOS TOTALES

COSTOS TOTALES =

COSTOS VARIABLES DE LO VENDIDO + COSTOS FIJOS TOTALES

(Porque decimos los costos variables de lo vendido? Porque si durante el mes se compraron materiales o insumos que se dejan guardados o se produce más de lo vendido eso forma parte del stock que queda guardado pero no se considera un costo de lo vendido.)

El encuentro se desarrolló de manera participativa dado que mientras la experta exponía los conceptos teóricos los presentes aportaban ejemplos de sus propios emprendimientos y se compartían dudas de interés común. Al inicio fue importante diferenciar, a partir de las preguntas formuladas, entre las nociones de costo e inversión y que la amortización y mantenimiento de estas últimas deben ser consideradas como parte de los costos.

Seguidamente se propuso la clasificación de los costos identificados por cada emprendedor y aspectos puntuales de cálculo. Por ejemplo la utilización de la regla de tres simple e equivalencias entre diferentes unidades de medida cuando hablamos de materiales, la importancia de registrar los tiempos de producción y que valor asignarle a la hora de trabajo. El encuentro se enriqueció cuando se comenzó a pensar colectivamente en cómo asignar los costos fijos al costo unitario del producto o servicio y los participantes compartieron sus ideas generando el debate sobre cuál es lo más conveniente de acuerdo a cada tipo de negocio.

Luego cuando se habló de calcular el precio se mencionó que en este punto se agrega un porcentaje de ganancia indicando que no es lo mismo que el

costo de su mano de obra. Además es necesario tener en cuenta el precio de bienes o servicios de los competidores o sustitutos y lo que el cliente está dispuesto a pagar para definir el precio final de venta.

El encuentro propició que cada participante reflexionará sobre la información de su propio proyecto y así resolver cuestiones particulares que surgen desde una actividad comercial hasta un servicio profesional de equino terapia.

Para finalizar se comentó que un adecuado cálculo de costos permitirá tomar decisiones respecto de los precios, analizar qué aspectos mejorar o agregar a la oferta, incorporar personal, conocer la ganancia real del negocio, entre otras.

Foto: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”. Encuentro II. Intendente Alvear

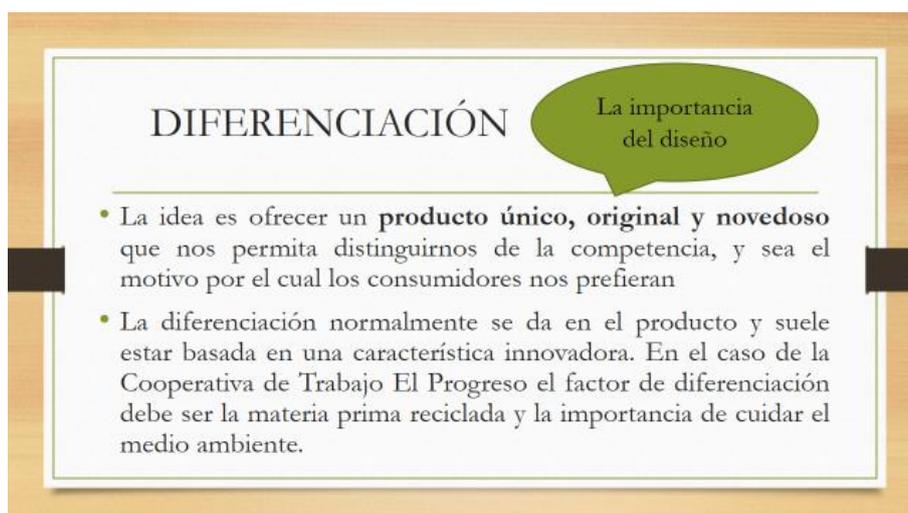
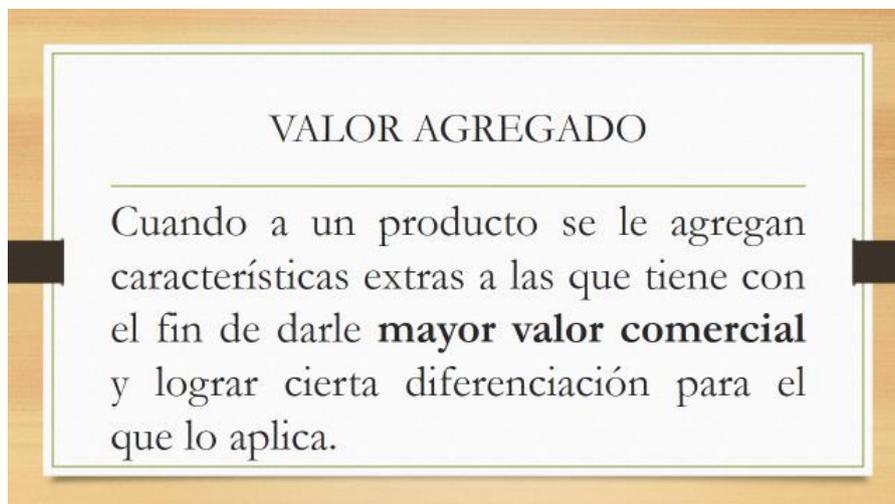


4.7 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi

Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro: “Cómo agregar valor”

El encuentro se llevó a cabo en las instalaciones del Café-Bar de la Terminal de Ómnibus de la localidad reservada exclusivamente para la actividad en la que participaron los 11 asociados de la Cooperativa, el equipo técnico de la Municipalidad conformado por la Sra. Claudia Aime, la Sra. Alejandra Bugstaller y el Sr. Bernardo Bilbao, y en representación del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa la Subsecretaria de Descentralización Patricia Lavin.

La dinámica se organizó a partir de la siguiente presentación de Power Point:



SUSTENTABLES

EMPRESAS B: es una empresa comprometida a generar un cambio, que considera en sus decisiones a los consumidores, a los trabajadores, a la comunidad y al medio ambiente. Su objetivo es combinar el negocio con aportes sociales y el cuidado del hábitat en el que se desarrolla.

TRIPLE IMPACTO



LOS CONSUMIDORES

Cada vez mayor número de personas se encuentran dispuestas a pagar un plus por un producto o servicio sustentable. Es importante **informar** las características de nuestros productos para certificar el origen de las materias primas y por tanto los beneficios sociales y ambientales

Para comenzar se abordaron algunos conceptos teóricos como soporte para uno de los objetivos del encuentro de pensar diferentes alternativas que le permitan agregar valor a los materiales separados para su posterior comercialización a un precio mayor que el material en bruto. Para ello se presentó la idea de Valor Agregado, Diferenciación, la importancia del diseño, Empresas B y Triple Impacto.

Los mismos temas se presentaron vinculados al contexto mediante videos para identificar que los consumidores comenzaron a valorar productos y servicios amigables con el medioambiente y que cada vez son más los emprendedores y organizaciones que tienen en cuenta aspectos sustentables en toda la cadena de valor.

Con ésta intención se proyectó un fragmento de “Entrevista a Victor Mochkofsky. Espacio Abasto.”³ Donde menciona que “el mercado está cambiando” y “los emprendedores incorporan cada vez más soluciones sociales y ambientales a sus planes de negocio”. El siguiente video fue “Triple Impacto, pilares de las empresas sustentables”⁴ a partir del cual comenzaron a identificar la importancia de su trabajo para la comunidad revalorizando su aporte desde lo social.

Posteriormente se propuso una actividad en grupo para confeccionar una lista de todos los materiales separados ordenados de mayor a menor según la cantidad obtenida de cada uno, a partir de la cual identificaron:

- Material orgánico
- Plástico
- Papel / Cartón
- Vidrio / Frascos
- Bolsas de polietileno
- Latas de aluminio

En la comunidad también observan la presencia de cubiertas, telgopor y bidones que no son descartados para la recolección domiciliaria.

A continuación se propuso realizar una “Lluvia de ideas” para pensar con cada uno de los materiales en nuevos productos a partir de sus procesamiento. En ésta instancia se identificaron ideas a realizar con baja inversión y otras opciones que requieren de la compra e instalación de maquinarias para convertir

³ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5LaSquGlaJs&t=461s>

⁴ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=d0zZBYE2t2k&t=5s>

los materiales en bienes intermedios de otras industrias como por ejemplo en el caso del plástico.

Paralelamente se les indicó que mientras pensaban en la factibilidad de producir debían analizar su posibilidad de comercialización visualizando a los potenciales clientes y puntos de ventas. Para ello se les planteó los siguientes interrogantes:

¿A quién queremos venderle? ¿A personas físicas y/u organizaciones?

¿Dónde queremos vender?

¿Producimos a baja escala y/o pensamos en procesos más industrializados?

¿Diversificamos, es decir ofrecemos variedad de productos o nos enfocamos en unos pocos?

¿Cómo aprovechamos fechas especiales y eventos importantes?

Lo comentado quedó registrado en sus anotaciones personales con la propuesta continuar con ésta iniciativa. Además compararon sus ideas con otros bienes ya disponibles en distintas organizaciones del país mediante la proyección de imágenes y videos de portales de internet y redes sociales.

Foto: Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro “Cómo agregar valor”. Ingeniero Luiggi



4.8 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi

Actividad: Asistencia técnica a la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro: “Estableciendo metas”

Al encuentro “Estableciendo metas” asistieron todos los asociados de la Cooperativa de Trabajo El Progreso y el equipo técnico de la Municipalidad de Ingeniero Luiggi. Para dar inicio se entregó a cada participante el siguiente material:



Desayunos Cooperativos

Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Ingeniero Luiggi

El Plan

Es una hoja de ruta que indica los **objetivos** de la organización, las **estrategias** para lograr esos objetivos y los **recursos** a utilizar. Explica **el qué, el cómo y el cuándo**.

La Misión

A que se dedica la organización, es la Razón de Ser.

La Visión

A dónde se quiere llegar como organización, cómo se imaginan en muchos años

Los Objetivos

Indican que se quiere alcanzar, en qué medida y en qué tiempo.
Son la dirección de las decisiones. Se pueden medir y controlar

Las Estrategias

Las actividades y acciones necesarias para alcanzar los objetivos

Una vez explicados los conceptos teóricos enumerados anteriormente se habló de la importancia de pensar de manera anticipada las acciones de la organización, para evitar imprevistos y desperdicios de recursos como dinero y tiempo, como así también la necesidad de construir colectivamente la idea de a dónde quieren llegar como cooperativa para que las decisiones tengan una dirección en procura del crecimiento económico de sus miembros y del bienestar de la comunidad. Se mencionó además que identificar su misión, visión y objetivos comienza a ser parte de la carta de presentación de la Cooperativa para las relaciones institucionales y comerciales con otras organizaciones.

Cómo actividad para iniciar éste recorrido se les entregó el siguiente material que comenzaron a desarrollar en el encuentro:

NUESTRA MISIÓN y VISIÓN

--

NUESTROS OBJETIVOS

**COOPERATIVA DE TRABAJO EL PROGRESO LTDA
PLAN 2019**

OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA y TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES	RECURSOS / OBSERVACIONES

Este cuadro se les entregó impreso en una lámina colgante, en dos copias, una que iniciaron a completar durante la actividad y otra a utilizar para las futuras reuniones de asociados ante nuevas propuestas.

Mientras comenzaron a pensar sus metas la experta les insistía en considerar cuánto quieren lograr y para qué fecha teniendo una unidad de medida y plazo de referencia para el control periódico de su plan y reformulación de las acciones necesarias. Además se los invitó a planificar en relación a todas las áreas organizacionales: su imagen, su alcance comercial, procesos productivos a incorporar y su respectiva inversión, el manejo de las finanzas y destino de los fondos estableciendo prioridades acordes a la misión y visión.

Foto: Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Encuentro “Estableciendo metas”. Ingeniero Luiggi



En este encuentro se invitó a la Cooperativa a ser parte del Primer Foro Regional de Economía Social y Nuevas Economías organizado por el Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa y la Universidad Nacional de La Pampa. Su objetivo principal fue promover la articulación entre los actores territoriales y el sector público para propiciar el debate en relación a las políticas públicas en la materia. Para ello organizaron dos exposiciones a cargo del Lic. Daniel Arroyo y de la Lic. Fernanda Alonso y posteriormente conversatorios con los siguientes temas:

- a.- Economía Social y Sustentabilidad ambiental
- b.- Economía Social y Responsabilidad social

- c.- Economía Social y Equidad e inclusión
- d.- Economía Social y Tecnología e innovación
- e.- Economía Social y Agro alimentos
- f.- Economía Social y Producción
- g.- Economía Social y Cultura y medios de comunicación
- h.- Economía Social en territorio: articulación entre sectores.

Con anterioridad al Foro la experta se reunió con los asociados de la Cooperativa con el fin de pensar las siguientes preguntas para ordenar la exposición durante el conversatorio de “Economía Social y Sustentabilidad ambiental”:

- ¿Qué hacen? ¿Dónde?
- ¿Para quién? ¿Con qué actores de la sociedad trabajan?
- ¿Cómo llevan adelante la iniciativa?
- Mencionar obstáculos y estrategias para superarlos.
- Logros: ¿En qué se sienten orgullosos?
- Mencionar un fracaso y que aprendieron del mismo.
- Pensar en desafíos a futuro.
- Definirse con una palabra o frase.

Al Foro asistieron 5 de los 11 asociados quienes compartieron su experiencia junto a otros expositores y posteriormente recorrieron diferentes mesas de trabajo donde conversaron con los oyentes sobre dudas que se generaron y estos últimos realizaron aportes para los desafíos planteados en el panel como así otras sugerencias para mejorar.

Así mismo la actividad permitió contactarse con la Cooperativa de Trabajo Don Alberto encargada de la separación de residuos urbanos en la ciudad de General Pico e intercambiar información sobre aspectos organizativos, modalidad de trabajo y contactos comerciales.

Foto: representantes de la Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Primer Foro Regional de Economía Social y Nuevas Economías. Conversatorio “Economía Social y Sustentabilidad ambiental”.



4.9 Localidad Seleccionada: Realicó

Actividad: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”

Alrededor de 60 emprendedores se reunieron en la Delegación Zona Noreste con sede en Realicó para el curso “Herramientas de Gestión para Emprendedores” convocados por el equipo técnico.

Se dio comienzo a la actividad con la presentación del Delegado Fernando Rezza y se hizo entrega del siguiente material:

Ministerio de Desarrollo Social
Subsecretaría de Descentralización Territorial
Dirección General de Economía Social



Herramientas de Gestión para Emprendedores

MI NEGOCIO: “.....”

(Si mi emprendimiento todavía no tiene nombre tengo que ir pensando en uno fácil de recordar, pronunciar y escribir. Además no debe tener connotaciones negativas)

Productos y/o Servicios que ofrezco:.....

.....

¿Qué VENDO? Lo describo con cualidades



- 1).....
- 2).....
- 3).....



iiiPensar en el PLUS!!! Aquello que nos hace diferentes y por lo que nuestros clientes nos eligen

PARA EL MOMENTO DE LA VENTA EN EL CONTACTO CON LOS CLIENTES ES IMPORTANTE CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS (ventajas y desventajas) DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

¿Cómo son nuestros CLIENTES?



- Hombre o Mujer
- Niños, Jóvenes o Adultos
- Individuos o Empresas o instituciones
- Viven en radio urbano o zona quintas

Conocer nuestros clientes ayuda a decidir...
¿Dónde y cómo ofrecer mi producto o servicio?



Potencial Cliente	Punto de Venta	Medio de Comunicación	Costos

La tarjeta de presentación:

iNunca debe faltar!

Nombre del negocio

Tu nombre

Contactos: número de teléfono / celular, dirección (si es necesario), correo electrónico y/o página de Facebook (si los usas)

Logo/Imagen



La COMPETENCIA

Observar mi competencia para aprender y ofrecer algo distinto



Competidor	Precio	Características distintivas



Organizando Mi TRABAJO

Lugar / Instalaciones: ¿Dónde? ¿Tengo un lugar propio o se debe alquilar?

Máquinas / Herramientas: ¿Qué herramientas preciso? ¿Cuáles son imprescindibles?

Mano de Obra: ¿Puedo trabajar solo? ¿Necesito colaboradores? ¿Para qué tareas?

Transporte: ¿Qué medio de movilidad necesito?

Horarios de trabajo: ¿Cuál es el momento del día adecuado para trabajar y que sea conveniente para mis clientes?

Calidad: ¿Cómo ofrecer un producto o servicio de buena calidad? ¿Cómo presentarlo para que sea atractivo?

Los PROVEEDORES

Hacer un listado de proveedores e identificar las ventajas de cada uno:

Ubicación

Precio

Calidad

Financiación

Descuentos

Transporte (modalidad y costos)

Otras: garantías, seguros



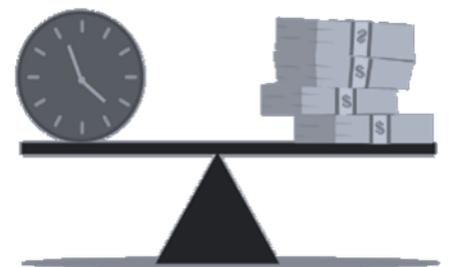
Así podemos comparar y elegir el más conveniente para cada situación!

Es importante tener contacto con más de un proveedor

Proveedor	Ventajas

Los COSTOS y la INVERSIÓN

Es importante saber cuáles son los gastos mensuales del emprendimiento (1) y cuánto cuesta producir un producto o prestar el servicio (2) para calcular los ingresos por ventas que se necesitan para pagar estos costos. Además para calcular el precio del producto o servicio que ofrecemos



(1)Costos Fijos: se deben pagar si o si todos los meses aunque no produzca o venda (impuestos, alquiler, teléfono, mantenimiento de herramientas o máquinas, amortización de la inversión)

(2)Costos Variables: dependen de la cantidad producida (valor de las horas de trabajo y de los materiales e insumo)

Costo no es lo mismo que INVERSIÓN. Esta representa lo que se necesita para trabajar y su amortización o desgaste significa un costo.

ASPECTOS FORMALES

Aspectos importantes para que nuestro negocio sea serio y confiable:



Entregar un presupuesto escrito cuando pasamos el precio. Un modelo:

Es importante conocer los requerimientos impositivos (nacionales, provinciales y municipales), urbanísticos y sanitarios (en los casos que corresponda, ejemplos cuando se trabaja con alimentos). Algunos son:

- **Habilitación Comercial en Municipalidad (si es obligatoria).**
- **Inscripción a Monotributo en AFIP**

IVA + Seguridad Social (Jubilación y Obra Social).

Es un importe fijo mensual.



- **Inscripción en Dirección General de Rentas de La Pampa (Impuesto a los Ingresos Brutos).**

Se abona el 3 % de lo facturado



No se paga si sos Monotributista Social pero igual se presentan las declaraciones juradas mensuales y anuales.

Estas inscripciones nos permiten emitir facturas tipo C

¿Por qué es útil?

- **Tengo cobertura social de jubilación y obra social**
- **Es una forma de captar potenciales clientes: grandes empresas, instituciones (por ej. una cooperadora), o ser proveedor del estado**
- **Puedo acceder a otras fuentes de financiamiento (bancos u otras instituciones)**

UN CONSEJO!

Averiguar, preguntar, consultar, hablar con otros emprendedores, con los proveedores, con los clientes, con instituciones de asesoramiento a emprendedores. Generar una red de conocidos y reunir información es importante para tomar mejores decisiones.

Entre los presentes se identificaron dos grupos, aquellas personas con un emprendimiento en marcha y otras que se encuentran en proceso de formación en oficios con la intención de pensar en un proyecto propio.

Se comenzó la exposición invitando a reflexionar sobre qué ofrecer, para ayudar a las personas interesadas en iniciar un emprendimiento a pensar en una necesidad a resolver como potencial oportunidad de negocio y a los que ya se encuentran trabajando como una herramienta para delinear su argumento de venta y detectar aspectos que lo diferencian de los competidores.

Seguidamente como tema central se habló de los clientes, conocer a quién le vendo, sus características en común, para definir otros aspectos del emprendimiento: qué producir, cómo vender y comunicar en consonancia con el contexto, por ejemplo que hacen los competidores, que modas surgen, como influyen las nuevas tecnologías de producción y comunicación.

A continuación se planteó la organización de la producción, es aquí donde se evidencia mayor pericia por parte de los emprendedores y de los alumnos del Centro de Formación cursando diferentes talleres de oficios. Tienen conocimientos sobre maquinarias, herramientas, materiales y tiempos de elaboración instándolos a pensar en su propio proyecto: priorizar los elementos a comprar, cuantificar dicha inversión, analizar diferentes proveedores, entre otros aspectos.

En este punto se pudo diferenciar entre los conceptos de inversión y costos resaltando la importancia de calcular todos sus componentes. Es fundamental para calcular el precio teniendo en cuenta que, luego de mencionar los costos variables y fijos, el valor de su mano de obra no es lo mismo que la ganancia. Es decir, una vez que se calcula el costo unitario debe adicionarse la ganancia y este valor final se debe comparar con los precios de los competidores y cotejar con los clientes su disposición a pagarlo.

Posteriormente para finalizar se enumeraron aspectos formales de un emprendimiento: inscripciones impositivas, habilitaciones comerciales y/o sanitarias y comprobantes comerciales como presupuestos, facturas y recibos.

El encuentro fue participativo ya que los presentes compartieron experiencias y dudas y en el caso de los alumnos del Centro de Formación fueron acompañados por docentes de los Talleres poniendo en valor la importancia de la gestión de todas las actividades organizacionales para la prosperidad del emprendimiento.

Fotos: Taller “Herramientas de Gestión para Emprendedores”. Realicó



4.10 Localidad Seleccionada: General Pico

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

En la localidad de General Pico, el Programa En Desarrollo se organizó en dos grupos diferenciados por el Módulo 2, uno de Pastelería y otro de Fitocosméticos, responsabilidad del Sr. Diego Córdoba y de la Sra. Marina Roucco, respectivamente. Los módulos 1 y 3 se trabajaron para el conjunto total de participantes.

Durante el Módulo 1 “Identificación de saberes del trabajo y empoderamiento” a cargo de la Lic. Andrea Sánchez Addario conversaron durante el segundo encuentro sobre las habilidades emprendedoras y revisaron algunos temas propuestos en el Lienzo Canvas referidos al Plan de Negocios. Es así que se seleccionó como tema central del Módulo 3 de Emprendedurismo abordar los conceptos de Costo y Precio para posteriormente realizar el cálculo para uno de los productos elaborados durante la cursada del Módulo 2 correspondiente al oficio.

Para dar comienzo al encuentro la Lic. Yolanda Carrizo en representación de la Dirección General de Economía Social perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social les dio la bienvenida a las presentes y la experta hizo entrega del siguiente material:

A practicar costos...

Para calcular **el precio** de nuestro producto o servicio necesitamos conocer su COSTO UNITARIO

PRIMERO, calcular el COSTO VARIABLE UNITARIO, cuyo principal componente será la materia prima o insumos y la mano de obra (es decir el valor de nuestro trabajo)

SEGUNDO, asignar a cada unidad de producto o servicio un porcentaje de los COSTOS FIJOS MENSUALES (todos los gastos necesarios para que nuestro emprendimiento funcione sin importar cuánto produzco o vendo, por ejemplo: alquiler, impuestos, luz, gas, entre otros)

$$\text{COSTO UNITARIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \text{COSTO FIJO UNITARIO}$$

$$\text{PRECIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \% \text{ DE GANANCIA DESEADO}$$

Para calcular el costo de las materias primas utilizadas tenemos que hacer algunas cuentas...

En general compramos insumos en kilos y utilizamos gramos, por eso tenemos que saber que

1 kilo = 1.000 gramos, 2 kilos = 2.000 gramos, 3 kilos = 3.000 gramos y así....

Por ejemplo, compramos 1 kilo de harina 0000 a \$50 y utilizamos en una receta 350 gramos, ¿Cuánto cuestan esos 350 gramos?

1.000 gramos de harina \$50

350 gramos de harina\$ ¿?

La cuenta es $(350 \times 50) / 1.000 = \$17,50$

Otro dato importante en todo negocio es conocer **cuánto ganamos**. Para ello es muy importante **anotar y registrar**

PRIMERO anotar **las ventas** (todas! No importa si algún cliente todavía no pago algo que debe)

SEGUNDO, sumar **los costos**. Los costos variables de los productos o servicios **vendidos** y los costos fijos mensuales

Porque decimos los costos variables de lo vendido? Porque si durante el mes se compraron materiales o insumos que se dejan guardados o se produce más de lo vendido eso forma parte del stock que queda guardado pero no se considera un costo de lo vendido.

UTILIDAD o GANANCIA / PERDIDA = INGRESOS POR VENTAS TOTALES – COSTOS TOTALES

COSTOS TOTALES = COSTOS VARIABLES DE LO VENDIDO + COSTOS FIJOS TOTALES (MENSUAL)

La experta expuso el concepto de costo y seguidamente se habló de los costos variables y fijos. En referencia a los primeros se mencionó que además de no olvidar ningún componente de los insumos utilizados se debe incorporar el importe del flete o del envío en caso de compras fuera de la ciudad. Además que el costo variable debe incluir el valor de la mano de obra acorde al tiempo de elaboración.

Posteriormente se listaron los gastos que se deben afrontar mensualmente sin importar el volumen de producción o venta como servicios, alquiler, abono de celular e internet, combustible, seguros, monotributo en caso de inscribirse impositivamente, entre otros.

Luego se profundizó sobre el cálculo del costo unitario pensando diferentes maneras de computar los costos fijos a cada unidad de producto para que sea representativo de la realidad de cada participante. Por ejemplo si la actividad se inicia en la casa propia observar de qué manera asignar gastos compartidos entre el emprendimiento y la economía familiar.

Para comenzar con los cálculos de los costos y precio de un producto ya elaborado durante el transcurso del Programa el grupo de Pastelería seleccionó el Budín y el grupo de Fitocosméticos optó por el bálsamo labial.

Cuando realizaron las primeras cuentas surgieron las dudas de las equivalencias entre kilos y gramos como así también entre litros y centímetros cúbicos. En el diálogo sobre los valores de cada materia prima algunas participantes contaban con tickets de compra de los mismos y surgieron recomendaciones respecto de proveedores por precio y calidad.

Se mencionó como parte de los costos variables los componentes de envases, etiquetas y presentación siendo más significativos desde el punto de vista monetario para los artículos de cosmética natural y por tanto la importancia de su incidente en la formación del precio.

También se aclaró que se debe contemplar el gasto del envío a domicilio en el caso de que la entrega esté a cargo de la emprendedora y que si bien es una estrategia de venta indicar que es “sin cargo” debe ser incluido en el precio u organizar las entregas de manera de minimizar el costo del reparto.

Como resultado final obtuvieron el monto del precio de cada producto, debatieron acerca de si es acorde a lo que los consumidores están dispuestos a pagar como así también consideraron los precios de sus competidores. Al mismo tiempo comentaron sobre diferentes variantes en cuanto a la combinación de materiales o reemplazos entre estos que inciden en el costo y por tanto les permite ofrecer otros productos de mayor o menor precio.

Foto: Encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo. General Pico.



4.11 Localidad Seleccionada: Realicó

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

En la localidad de Realicó el Módulo 2 del Programa En Desarrollo corresponde a Diversificación Textil a cargo de la emprendedora Isidora Caseres.

Para el encuentro organizado en el marco del Módulo de Emprededurismo se presentó el siguiente material luego de que el Delegado Fernando Rezza diera comienzo a la actividad:



Pensando Mi Emprendimiento

¿PARA QUÉ ME SIRVE PENSAR Y ESCRIBIR MI PROYECTO?

Para ver si la idea de negocio es viable, es decir si generará ingresos y ganancias.

Para anticiparnos a problemas o imprevistos.

EL PROYECTO

El Plan es mi hoja de ruta para pensar **qué** quiero hacer y **cómo** lo voy a lograr.

ALGUNOS PASOS...

- ✓ PENSAR IDEAS
- ✓ REUNIR INFORMACIÓN
- ✓ DETECTAR LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
- ✓ HACER UN DIAGNOSTICO
- ✓ MIRAR EL MERCADO
- ✓ PENSAR CÓMO PRODUCIR O PRESTAR EL SERVICIO

- ✓ CALCULAR LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO
- ✓ CONSIDERAR ASPECTOS FORMALES (IMPUESTOS Y HABILITACIONES)
- ✓ ANALIZAR LOS INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO

1) PENSAR IDEAS "Lluvia de Ideas"

Muchas ideas para detectar una posible



2) REUNIR INFORMACIÓN



Antes de comenzar un emprendimiento o proyecto de crecimiento para mi negocio es necesario contar con la mayor cantidad de **información** posible.

Esto nos va a permitir **tomar decisiones** acerca del rumbo del mismo. Si la información con la que contamos es escasa no vamos a poder identificar nuestro mercado ni conocer sus necesidades.

INFORMACIÓN



TOMAR DECISIONES

3) DETECTAR UNA **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**. Es necesario que la idea reúna tres características para ser considerada una oportunidad de negocio:

- Una **necesidad insatisfecha**: Debe haber algo que los potenciales clientes están necesitando.
- **Alguien debe estar dispuesto a pagar**: Los potenciales clientes deben darle al producto el valor necesario para efectuar la compra.
- **Dar un valor agregado** a lo que actualmente se consume: El producto estará satisfaciendo una necesidad, por lo tanto debe estar diferenciándose del que ya existe en el mercado.

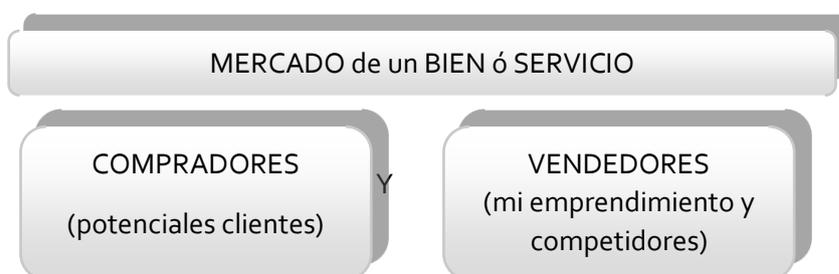
4) HACER UN **DIAGNÓSTICO**

Es tomar una foto de la situación actual.
Se deben analizar aspectos internos y externos que colaboran o representan un obstáculo para el objetivo de mi emprendimiento.



INTERNO	EXTERNO
POSITIVO: ¿Qué se hacer? ¿En que soy bueno? ¿Qué tengo? ¿Máquinas o herramientas? ¿Un lugar de trabajo? ¿Alguien que me ayuda?	Aspectos del entorno que me influyen a favor o en contra de mi proyecto: ¿Hay otros negocios que hacen lo mismo o algo parecido? ¿Las personas estarían dispuestas a comprar y pagar por lo que ofrezco? ¿Hay una legislación nueva, requerimientos nuevos que son la oportunidad para producir y/o comercializar algo?
NEGATIVO: ¿Qué necesito aprender? ¿Qué me falta? ¿Máquinas o herramientas? ¿Un lugar de trabajo? ¿Alguien que me ayude?	

5) MIRAR EL **MERCADO**



Competidores:

La competencia es aquel emprendimiento que ya se encuentra inserto en el mercado y que ofrece un servicio o producto similar al nuestro. Debe ser pensada como aquel emprendimiento que cuenta con una estructura similar a la nuestra. Es importante averiguar y observar de los competidores:

- ✓ Ubicación
- ✓ Cantidad
- ✓ Calidad y diseño de sus productos
- ✓ Características de sus clientes
- ✓ Precio
- ✓ Publicidad
- ✓ Canales de venta



Cientes (Actuales y Potenciales)

Aquellas personas, empresas u organizaciones que compran o comprarán nuestros productos o servicios.

Para llegar a nuestros potenciales clientes es necesario que los conozcamos. Pero ...

¿Qué necesitamos conocer de nuestros clientes?

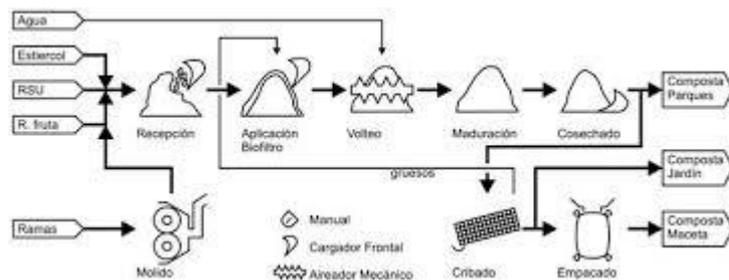


- ✓ qué necesidad tienen
- ✓ sus gustos y hábitos
- ✓ dónde están ubicados
- ✓ si están agrupados
- ✓ qué ingresos tienen

6) PENSAR CÓMO PRODUCIR O PRESTAR EL SERVICIO

Es un Proceso....

Pensarlo en etapas



Para desarrollar el proceso productivo se debe pensar y resolver los siguientes aspectos:

Proveedores: ¿a quienes comprar los insumos o materias primas? ¿Dónde se localizan? ¿Transporte? ¿Financiamiento? ¿Calidad? ¿Garantías? ¿Seguros?

Lugar / Instalaciones: ¿Dónde? ¿Tengo un lugar propio o se debe alquilar?

Máquinas / Herramientas: ¿Qué herramientas preciso? ¿Cuáles son imprescindibles?

Mano de Obra: ¿Puedo trabajar solo? ¿Necesito colaboradores?

Calidad: ¿Cómo ofrecer un producto o servicio de buena calidad y con diseño? ¿Cómo ofrecerlo y presentarlo para que sea atractivo?

7) CALCULAR LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO

Hacer una lista de los elementos a comprar y buscar 2, 3 ó 4 presupuestos para comparar

Detalle	Importe
Materias primas	\$
Máquinas	\$
Herramientas	\$
Reparaciones o acondicionamiento del lugar	\$
Servicios profesionales	\$
Tasas e impuestos	\$
TOTAL	\$

Financiamiento: ¿de dónde obtener el dinero?

- ✓ Ahorros
- ✓ Donaciones / Elementos reutilizados
- ✓ Compras en Cuotas
- ✓ Préstamos de familiares o amigos
- ✓ Créditos



8) CONSIDERAR LOS **ASPECTOS FORMALES**: los impuestos y las habilitaciones

Es importante conocer los requerimientos impositivos (nacionales, provinciales y municipales), urbanísticos y sanitarios (en los casos que corresponda, ejemplos cuando se trabaja con alimentos). Algunos son:

- ✓ Habilitación Comercial
- ✓ Inscripción en AFIP ó Monotributo Social
- ✓ Inscripción en Dirección General de Rentas de La Pampa (Impuesto a los Ingresos Brutos)

9) ANALIZAR LOS **INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO**

Por último, debemos pensar en los números del proyecto y calcular aproximadamente cuáles serán los gastos y costos para que el objetivo de ventas e ingresos superen estos egresos.

Empecemos por conocer los costos...



¿Cómo calcular cuánto cuesta elaborar mi producto o prestar mi servicio?



COSTOS VARIABLES:

Aumentan o disminuyen cuando sube o baja mi volumen o cantidad de producción o venta

Ejemplo: materias primas o insumos, tiempo de trabajo.

Se pueden calcular por unidad de producto o por hora de servicio, es decir es una cuenta detallada de cuánto cuesta elaborar una unidad, esto se llama COSTO VARIABLE UNITARIO

Si esto no es tan sencillo se pueden sumar todos los gastos necesarios para una tanda de producción y dividirlo por la cantidad de productos elaborados.

Por ejemplo, si amaso y quiero calcular el costo una docena de tapas de empanada debería conocer cuántos gramos exactos y cuánto tiempo es necesario para cada docena. Pero si en el día elabore 15 docenas, sumo lo gastado para amasar esa cantidad y lo divido por 15. Luego se le asigna un valor al tiempo de trabajo.

COSTOS FIJOS:

Se deben pagar sí o sí todos los meses sin importar cuánto produzco y vendo

Ejemplo: monotributo, alquiler, luz, seguros, combustibles, abono de celular y de internet, gasto de mantenimiento de una cuenta bancaria, amortización o desgaste de equipos o máquinas por el uso o paso del tiempo como así también su mantenimiento por fallas o roturas.

GANANCIA = INGRESOS TOTALES POR VENTAS – COSTOS TOTALES (VARIABLES + FIJOS)

Entonces para que el **proyecto sea viable** es importante pensar en los costos fijos que tendremos, es decir sumar los gastos que se deben pagar todos los meses, para saber cuánto dinero es necesario reunir con las ventas para cancelar dichos gastos y el costo de los materiales y mano de obra que se necesitan para producir o prestar el servicio.



Otras cuentas...

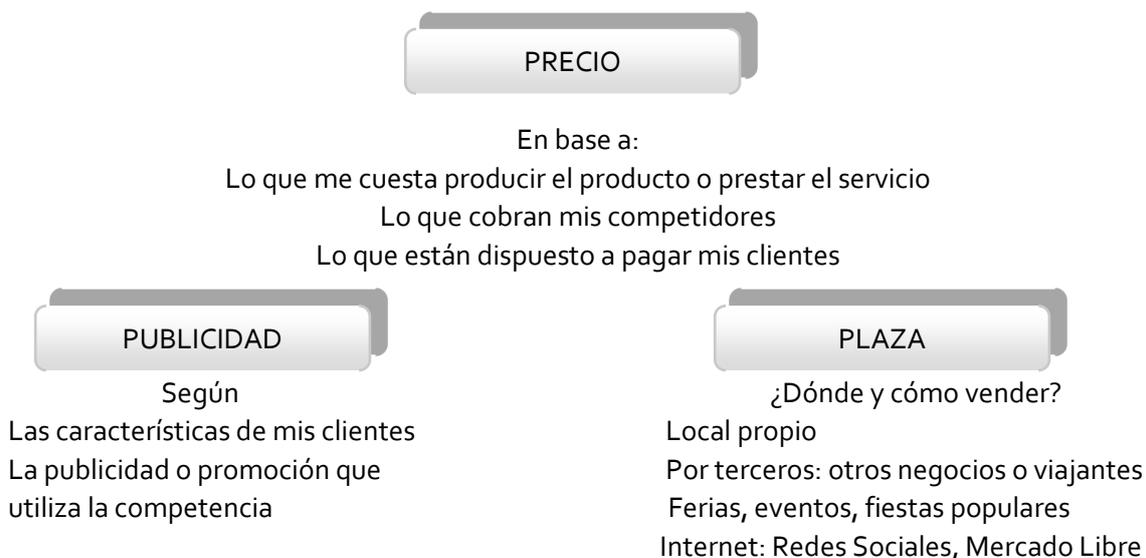
**MARGEN = PRECIO UNITARIO – COSTO VARIABLE UNITARIO ó
INGRESOS TOTALES – COSTOS VARIABLES TOTALES**

Este número significa "cuánto dinero disponible me queda de los ingresos una vez que pague los costos variables, para cubrir los costos fijos y obtener mi ganancia"

Si al monto de Costos Fijos Totales lo divido por el Margen el resultado indica la cantidad de unidades de producto que se necesitan vender para no perder ni ganar, es decir que la Ganancia sea igual a cero.

PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS FIJOS TOTALES / MARGEN

La información reunida hasta el momento también permite anticipar decisiones cuando empezamos a trabajar:



Éste proceso de pensar nuestro emprendimiento en el futuro (en meses o años) se llama:



La mayoría de las participantes se encuentran en la etapa inicial de su proyecto aun pensando en la idea, es así que parte del encuentro se centró en las distintas aplicaciones que tiene lo aprendido, en las clases de la emprendedora textil Isidora, convalidadas por las posibilidades de venta en su localidad.

En cuanto a lo productivo algunas de las presentes mencionaron la necesidad de continuar capacitándose en costura y sus compañeras le indicaban el Centro de Formación Profesional como una alternativa. Además surgió la idea de combinar la confección con distintas técnicas como sublimación, estampado y tejidos.

Seguidamente otro punto de relevancia fue pensar a quien venderle, donde se encuentran sus potenciales clientes y que caracterizada a cada uno. En relación a la venta surgió la importancia de comunicar lo que hacen, darse a conocer y propiciar una venta proactiva.

Identificaron que el trabajo en equipo y colaborativo les permite complementar destrezas y habilidades potenciándose para un futuro emprendimiento como así también compartir herramientas y lugares de trabajo.

Otro tema tratado fue la provisión de materiales dado que han comenzado a practicar con retazos y telas recicladas además de la reparación y mantenimiento de las máquinas de coser.

El grupo se muestra entusiasmado con la idea de iniciar un proyecto propio siendo para la mayoría de las presentes su primer intento de emprender algo personal.

Foto: Encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo. Realizó



4.12 Localidad Seleccionada: Ingeniero Luiggi

Actividad: Módulo de Emprendedurismo en el marco del Programa En Desarrollo

En la localidad de Ingeniero Luiggi la temática elegida para capacitar dentro del Módulo 2 fue Automatización y Robótica dictado por el Sr. David Figueroa. Durante el mismo con el aprendizaje de los conceptos básicos fueron delineando como idea de negocio el desarrollo de una Huerta Urbana Hidropónica y en segunda instancia distintas alternativas de automatización de elementos y sistemas de una casa familiar.

En relación a la primera idea se proyectó el video: “Jaula de Negocios Argentina. Capítulo 1. Temporada 2”⁵. Fragmento de la exposición del Emprendedor Fundador de Verdeagua a partir del cual los participantes fueron mencionando que aspectos de un emprendimiento son fundamentales para su

⁵ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq80UbwICBU>. (Minuto 11 a 18)

supervivencia y haciendo consultas sobre términos desconocidos como por ejemplo qué es el margen bruto.

Posteriormente se comentó que todo emprendimiento surge en torno a muchas ideas pero sólo algunas pueden representar una verdadera oportunidad de negocio. Sobre esto se reprodujo el video “La hoja en blanco: Jorge Villegas at TEDxUTN”⁶, el fragmento donde explica la metodología Breef como cuestionario cuyas preguntas son útiles para validar una idea: ¿quién?, ¿qué?, ¿ahora qué?, ¿cómo? y ¿por qué?.

En el video el orador menciona que la pregunta fundamental a responder es ¿a quién? dando inicio al debate sobre quienes pueden ser sus potenciales clientes y que necesidades se resuelven a partir de la idea. Como identifican que sus productos son novedosos reconocen la importancia de informar y comunicar lo que ofrecen además de visibilizar diferentes canales de comercialización como medios electrónicos para superar las barreras geográficas de un mercado local o provincial.

Esto requiere conocer que hacen otras empresas o emprendedores del rubro para saber dónde se ubican, a quien le venden, sus precios y costos, formas de comercialización, oferta disponible entre otros datos.

Para observar todos los aspectos a tener en cuenta a la hora de pensar en su negocio se utilizó el Modelo Canvas haciendo entrega del lienzo con los 9 puntos que hacen a un Plan de Negocios y sus preguntas orientativas como así también el mismo diagrama en blanco para que vayan completando con sus ideas y propuestas. Sobre este tema se les mostro el video “Modelo Canvas. Como aplicar el modelo Canvas en el lienzo”⁷

⁶ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGLMOnmTwS0>. (Minuto 6:45 a 9:14)

⁷ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>

<p>Socios clave</p>  <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros suministradores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>motivaciones para socios optimización y economía reducción de riesgo e incertidumbre adquisición de recursos y actividades particulares</p>	<p>Actividades clave</p>  <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿cuáles canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>categorias producción resolución de problemas plataforma/web</p>	<p>Propuesta de Valor</p>  <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver? ¿qué paquete de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p> <p>características novedad rendimiento personalización "pasar al trabajo" diseño marca/estatus precio reducción de coste reducción de riesgo accesibilidad conveniencia usabilidad</p>	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? ¿cuáles hemos establecido? ¿cómo están integrados con nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan? ejemplos asistencia personal, asistencia personal dedicada, autoservicio, servicios automatizados, comunidades y co-creación</p>	<p>Segmentos de cliente</p>  <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>mercado de masas segmentado diversificado plataforma multilateral</p>
<p>Estructura de costes</p>  <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son las más caras? tu negocio está basado en: coste (estructura de coste más esbelta, propuesta de valor de precio bajo, max automatización, outsourcing extensiva...) valor (centrado en creación de valor, propuesta de valor premium...) características de ejemplo: costes fijos (salarios, rentas, estructuras...) bajo, max automatización, o costes variables, economía de escala, economía de alcance...</p>	<p>Fuentes de ingresos</p>  <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿por qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo preferirían pagar? ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <p>tipos: Venta de activos, pago por uso, cuota de suscripción, préstamo/alquiler/leasing, licencias, tasas intermediación, publicidad precio fijo: lista de precios, dependiente de la funcionalidad del producto, dependiente del segmento del cliente, dependiente del volumen precio dinámico: negociación, gestión de rendimientos, mercado en tiempo real.</p>			

Fotos: Encuentro Módulo de Emprendedurismo del Programa En Desarrollo. Ingeniero Luiggi



5. Diagnóstico de Situación de las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA

El Plan Integral de Economía Social de la Dirección General de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa fue aprobado por Decreto 1629/17 y una de las actividades contempladas es el "Otorgamiento de Microcréditos a través de convenios con Organizaciones Sociales y entidades de la Economía Social distribuidas en el territorio."

Los fondos necesarios para esta actividad fueron obtenidos a través de la presentación del Plan Integral de Economía Social al Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y por medio del Plan Nacional de Economía Social Creer y

Crear se recibieron tres millones de pesos a repartir en partes iguales entre las organizaciones seleccionadas a los fines de la entrega de microcréditos con el acompañamiento de la Dirección General de Economía Social de La Pampa.

La transferencia de los fondos desde dicha Dirección a las tres Organizaciones Sociales se realizó por intermedio de un Convenio firmado con cada una como marco legal estableciendo los derechos y obligaciones de ambas partes. Esto se concretó el 20 de julio de 2017 con APROHPAM, el 7 de septiembre de 2017 en el caso de la Fundación Nuestros Pibes y el 9 de enero de 2018 con la cooperativa COSEGA. El mencionado instrumento establecía un plazo de siete meses para cumplir con la operatoria crediticia que garantizara la entrega de créditos por el total del millón de pesos.

Las entrevistas se realizaron durante el mes de enero de 2019 en el siguiente orden:

5.1 Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA

COSEGA es la cooperativa de servicios públicos de la localidad de General Acha ubicada en la zona sur de la provincia. Además de la prestación de servicios esenciales es una entidad comprometida con la promoción de la Economía Social como forma de organización democrática con interés de desarrollar otro tipo de actividades como energías renovables.

La entrevista se desarrolló en la sede de la cooperativa ubicada en la calle General San Martín esquina Balcarce durante casi dos horas y estuvieron presentes el Presidente, Sr. Juan Matías Maissonave y el Tesorero, Sr. Norberto Decristofaro.

Para la gestión de los microcréditos la cooperativa cuenta con infraestructura administrativa y física además del asesoramiento de profesionales tanto del área económica como social.

Para la recepción de las solicitudes de microcréditos organizaron la información a través de un legajo con la siguiente información:

Planilla de Solicitud del Crédito

Informe Socioeconómico a cargo de un trabajador social

Fotocopia de DNI y Recibo de luz (del titular y garante)

Presupuestos del destino de los fondos en caso de recibir el monto solicitado

Una vez realizada la selección de los aspirantes a convertirse en beneficiarios del crédito el legajo se completó con la documentación que a continuación se detalla:

Contrato de Mutuo

Pagare firmado por el garante

Copia del cheque y comprobante de entrega de éste

Detalle del plan de cuotas mensuales (sistema de amortización francés con una tasa de interés del 6% anual)

Otorgaron trece créditos en total de un monto promedio de \$75.000, el de menor valor fue por \$15.000 y el de mayor por \$100.000. Las actividades financiadas fueron: venta de celulares (con accesorios y servicio de reparación), gastronomía, imprenta, carnicería y chacinados, pollería y derivados, metalúrgica, costura, elaboración de cerveza artesanal y servicios profesionales como nutricionista y profesor de educación física. Las mismas son desarrolladas por emprendedores individuales que ya se encontraban con la actividad en marcha y por tanto entre los créditos otorgados no hay proyectos a iniciar ni tampoco asociativos.

El método de cobro es por medio de la factura del servicio eléctrico y hasta el momento el recupero asciende cerca del 100% de las cuotas vencidas ya que solo un beneficiario no ha regulado sus pagos ante una situación de desocupación y desintegración familiar.

Como actividad de seguimiento realizaron una visita a cada uno de los emprendimientos financiados y mensualmente se hace el control del pago de cuotas. No realizan otro tipo de actividades relacionadas al acompañamiento de dichos emprendimientos.

Los entrevistados manifestaron que es la primera vez que realizan una experiencia de éste tipo y obtuvieron buenas respuestas de parte de los usuarios, del total de aspirantes al crédito unas 30 personas no pudieron acceder a la financiación.

Como temas pendientes para un próximo encuentro y como parte de la Tarea 6 a presentar en el Informe Parcial III se planteó pensar diferentes alternativas a considerar para el destino de los fondos de recupero que se relacione a fomentar la conformación de un proyecto cooperativo. Y por otra parte tener en cuenta a los treinta aspirantes cuyos emprendimientos quedaron sin financiación.

5.2 Fundación Nuestros Pibes

La Fundación Nuestros Pibes se ubica en la capital de la provincia, Santa Rosa, y tiene amplia trayectoria en la incursión de actividades de índole productiva y de formación profesional laboral destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

La entrevista se realizó en la ciudad de Santa Rosa a la Sra. Stella García, Presidenta de la Fundación donde comentó que los fondos recibidos para la entrega de microcréditos complementó un proyecto productivo relacionado a la elaboración de milanesas de pollo en las instalaciones de la institución.

Para el inicio de este proyecto contaron con asesoramiento profesional, del Instituto de Promoción Productiva del Ministerio de la Producción de la provincia de La Pampa, en cuanto a infraestructura y métodos de fabricación acordes a normativas vigentes respecto de alimentos.

En este marco otorgaron dos créditos de \$107.000 cada uno a personas encargadas de desarrollar las tareas operativas dentro de la planta de producción y ocho créditos de alrededor \$96.000 cada uno a distintas personas para la apertura de emprendimientos comerciales, despensas, como punto de venta de las milanesas elaboradas en la planta. La misma se planificó con una capacidad de producción de 1.000 kilogramos diarios con el trabajo de cuatro operarios y dos administrativos.

De los ocho comercios financiados solo cuatro se encuentran en funcionamiento y uno por abrir situación que derivó en un bajo volumen de ventas y altos costos de funcionamiento que no se pudieron pagar con los ingresos por ventas del escaso volumen de demanda y por ende de producción (aproximadamente 100 kilogramos diarios). Esta situación evidenció como error la falta de un plan de producción y ventas combinados de manera progresiva.

Como consecuencia de ésta situación se suspendió la fabricación y ahora se evalúa de qué manera garantizar otros puntos de ventas que le permita reanudar las actividades de elaboración acorde a la demanda. Es importante aclarar que la finalidad de ésta iniciativa es de carácter social ya que se propone generar mano de obra durante el proceso productivo pero también ofrecer los alimentos a precios accesibles a las personas de menores recursos.

Para la entrega de los créditos firmaron un contrato de mutuo entre la organización y los beneficiarios pero no se solicitó la firma del pagaré por parte del titular. Actualmente no han comenzado con el cobro de las cuotas por tanto

otro objetivo es planificar el método de recupero de los fondos otorgados. Hasta la fecha no han realizado otras actividades con los beneficiarios más que un seguimiento de la situación actual de los comercios financiados. Estos serían los temas pendientes a conversar en el siguiente encuentro.

5.3 Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APRHOPAM)

La Asociación es una organización autogestionada, proactiva y con inserción en el territorio desde hace seis años. Nuclea a productores hortícolas y florícolas de la provincia y su sede se ubica en la ciudad de General Pico.

Para la operatoria crediticia la Asociación conto con el asesoramiento y acompañamiento de la Dirección General de Economía Social a través de la experta Lic. Lucy Alainez en el marco del Proyecto "Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social". Esta instancia fue de utilidad para la institución dado que no cuentan con personal profesional para tareas administrativas.

Por cada persona que inició el requerimiento del financiamiento se organizó un archivo individual con la siguiente información:

Planilla de solicitud

Fotocopia certificada de DNI del Titular

Constancia de Domicilio (de Policía o Juez de Paz)

Constancia de Inscripción en AFIP

Constancia de Inscripción en DGR

Constancia de Inscripción Sanitaria (si corresponde)

Constancia de Habilitación Comercial (si corresponde)

Presupuestos

Fotocopia certificada de DNI de la Garantía

Documentación que acredite ingresos de la Garantía (Recibo de Sueldo, Declaración Jurada de Ingresos -AFIP o DGR-)

Una vez definido a los titulares de los créditos a otorgar se agregó en cada legajo el contrato de mutuo, el pagare y luego de 30 días como plazo de rendición se anexaron las facturas de lo comprado a partir del crédito.

Con el millón de pesos recibido entregaron 19 créditos a 10 productores hortícolas, a 3 productores florícolas, a 1 productor de miel y a 5 emprendedores de otros sectores económicos (elaboración de conservas, confección de artículos de marroquinería, diseño y fabricación de bijouterie, servicios de alquiler para armado de fiestas infantiles y venta de ropa)

El recupero de los fondos asciende casi a la totalidad de las cuotas vencidas dado que sólo dos beneficiarios no han regulado su deuda a la fecha pagando solo las primeras 5 cuotas de un total de 13. Esto les permitió hacer uso del dinero recaudado para beneficio de los asociados dado que se realizó una compra de insumos (nailon, fertilizantes, macetas) obteniendo mejores precios por volumen y posteriormente adquirido por los productores mediante contratos de mutuo a devolver en cuotas monetarias. Es decir, que sostienen un vínculo con los beneficiarios de los créditos asociados, por la propia actividad de la institución, pero no sucede lo mismo para el caso de los emprendedores financiados que desarrollan otro tipo de actividades.

6. Asistencia Técnica a las 3 Entidades adheridas al Proyecto Integral de Economía Social con las que se trabajará: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APROHPAM), Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA

6.1 Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA

La experta se reunió con el Presidente y Tesorero de la Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA en la sede de la localidad de General Acha, Sr. Juan Matias Maissonave y Sr. Norberto Decristofaro respectivamente para conversar sobre temas pendientes del primer encuentro propiciado por la Tarea 5 de Diagnostico de Situación.

En primer lugar, mencionaron que ya tiene un monto recaudado a partir del cobro de las cuotas, para el cual consideran importante utilizarlo para la promoción y conformación de un proyecto asociativo acorde a los valores de su institución. Mientras analizan qué actividad económica sería conveniente y cuáles serían las personas interesadas en participar, la experta les recomienda que hagan uso de los fondos para evitar perder poder adquisitivo por efecto de la inflación. La propuesta fue que contemplen a aquellas personas que realizaron su inscripción como aspirantes y no pudieron acceder al crédito y en este sentido la segunda recomendación fue tener en cuenta proyectos a iniciar y no solo financiar actividades en marcha. Si bien en un emprendimiento a iniciar la necesidad de fondos puede ser mayor y se debe propiciar un acompañamiento es importante generar nuevas oportunidades de trabajo para cumplir con el espíritu de los microcréditos en la órbita de la Economía Social.

En segundo lugar se trabajó sobre el objetivo de colaborar en la formación de un proyecto cooperativo, aquí la experta comentó dos cuestiones a tener en cuenta para la viabilidad de la idea, una es trabajar en el relevamiento de necesidades en la comunidad y ayudarlos a pensar en una primera lista de

aquellos rubros factibles de funcionar económicamente, así indicaron los siguientes sectores de acuerdo a sus conocimientos de la localidad: oficios, energías renovables, artesanos y textil. La segunda cuestión tiene que ver con sensibilizar y acompañar el proceso de conformación del grupo de personas en la dinámica de trabajo en una cooperativa y por ende de sus ventajas. Posteriormente pensar en la educación cooperativa propiamente dicha luego de abordar las cuestiones humanas que surgen de las relaciones en cualquier grupo.

Otro punto puesto a consideración por la experta fue la de cómo propiciar otros vínculos con los emprendedores financiados que permita fortalecer el ecosistema emprendedor local, ya sea a través de capacitaciones, instancias de comercialización y encuentros que permita ampliar las redes de contacto de los emprendedores y fomentar el asociativismo entre los mismos.

Es importante mencionar que en la localidad de General Acha se ubica la sede de la Delegación Zona Sur del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa y junto a otros actores de la comunidad pueden planificar algunas de las actividades mencionadas hacia el objetivo común de promocionar y acompañar a los emprendedores locales.

Dado que para la COSEGA es de relevancia velar por la Educación Cooperativa, se les comentó la idea de vincularse al sistema educativo para el fomento de cooperativas escolares en el ámbito de la educación primaria y/o secundaria y la posibilidad de apadrinar algún proyecto por ejemplo a través de la financiación de alguna de ellos.

6.2 Fundación Nuestros Pibes

En reunión con la Sra. Stella García, Presidente de la Fundación, en la ciudad de Santa Rosa, se pusieron a consideración temas tratados durante la Tarea de Diagnostico para comentar sugerencias y propuestas respecto de los mismos.

Un aspecto a solucionar se refiere a la falta de recupero de los fondos otorgados en créditos a emprendimientos de tipo comercial, los cuales incluirían en su oferta las milanesas de pollo elaboradas en la planta de producción de la Fundación. Para esto se recomienda en primer lugar una reunión individual con cada beneficiario para conocer su situación actual y las causas de la falta de pago con la intención de llegar a un acuerdo para comenzar con la restitución de las cuotas. En el caso que se planteara la opción de reducir el importe mensual extendiendo el número total de cuotas es posible agregar un anexo al contrato

de mutuo firmado inicialmente con la modificación de la cláusula correspondiente al pago de las cuotas y establecer un nuevo régimen de devolución. Si no se logra pautar una nueva forma de pago se debe informar que el siguiente paso es por vía judicial a través de la ejecución del contrato de mutuo.

Es importante sostener el vínculo por medio de diferentes actividades con los beneficiarios para detectar necesidades en común y así propiciar la supervivencia de los emprendimientos mediante el acompañamiento y asesoramiento. Para esto es posible pensar en la articulación con otras organizaciones del ecosistema emprendedor como puede ser el mismo Ministerio de Desarrollo Social entre tantas otras.

Otro de los temas abordados fue la decisión de suspender la producción por no lograr los ingresos por ventas necesarios para el costo de producción utilizando la totalidad de la capacidad instalada. Para evitar dejar ociosa la planta se sugiere comenzar con un volumen mínimo de producción que junto a la promoción del producto les permita incrementar las ventas y por ende la producción de manera progresiva. En el área de ventas pueden tener en cuenta algunas alternativas como pensar en la venta directa, es decir habilitar una ventanilla de atención al público en la sede de la Fundación y otra opción es considerar a comercios que no sean los financiados y que ya dispongan de una base de clientes como nuevos puntos de venta. En cuanto a comunicación es importante dar a conocer la nueva actividad de la Fundación y poner en valor el fin social que dicha actividad representa. Uno de los medios más accesibles es el uso de redes sociales y también publicaciones y notas en medios de comunicación locales como diarios y radios para promocionar e informar bajo el formato de una noticia.

6.3 Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos (APRHOPAM)

El Presidente de la institución, Adolfo Martínez, manifestó que el asociativismo representó nuevas oportunidades para los productores hortícolas y florícolas locales. Una vez constituidos han podido articular con diferentes organismos y programas que les permitió mejorar aspectos productivos e incorporar actividades que representen valor agregado como por ejemplo la elaboración de conservas.

En este sentido se les recomendó ampliar sus canales de venta y propiciar el contacto directo con los clientes atendiendo a nuevas tendencias en el consumo de artículos saludables desde el punto de vista de lo orgánico y fresco. Es así que surge la idea de una feria semanal los días miércoles y la posibilidad de utilizar el predio al aire libre contiguo a la Delegación Zona Norte del Ministerio

de Desarrollo Social ubicada en las calles 14 y 103 de General Pico colaborando por medio de ésta en algunas cuestiones básicas como la limpieza del lugar y la provisión de energía eléctrica para la utilización de balanzas y audio.

A partir de esta actividad observaron la importancia del proceso de venta y la necesidad de mejorar el servicio de atención del público, por tanto se les sugirió tener en cuenta una buena presentación del stand y de los productos, comenzando por cuestiones sencillas como el envasado previo, etiquetas con nombre, entregar recetas para utilizar la variedad de productos frescos que ofrecen, entre otras cosas.

Fotos: Feria Florihortícola organizada por APROHPAM y el acompañamiento del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa



7. Relevamiento de organizaciones relacionadas a la Economía Social en la provincia de La Pampa

En primer lugar se enumeran algunas definiciones de Economía Social y seguidamente se define qué tipo de organizaciones serán las relevadas.

En 1990 se logró una definición con amplio consenso a partir de la propuesta por el Comité Nacional de Enlace de las Actividades Mutualistas Cooperativas y Asociaciones de Francia: “La Economía Social está compuesta por actividades económicas ejercida por sociedades, principalmente cooperativas, mutualidades y asociaciones cuya ética traduce los siguientes principios: finalidad de servicio a los miembros o a la colectividad más que beneficio; autonomía de gestión; procesos de decisión democrática; primacía de las personas y del trabajo sobre el capital en el reparto de beneficios”. (Defourny, 1992)

Según Monzón (1992) la Economía Social concibe a la economía al servicio del hombre y de la sociedad, armonizando las dimensiones social e individual, y pretende conectar los problemas económicos con el entorno natural-ecológico, ampliando la visión centrada en la problemática de la asignación de recursos de la economía ortodoxa hacia los conflictos relativos a la distribución, condiciones de producción, desempleo, pobreza y calidad de vida.

En Argentina, Carello (1996) cita como antecedentes inmediatos a la conformación del “área de economía social”, integrada por las empresas que constituyen “formas de propiedad social constituida con fines de servicio y no de lucro”, en el Congreso Argentino de la Cooperación de 1983.

El Dr. Jorge Bragulat adopta como definición de Economía Social, la que comprende aquellas entidades sin fines de lucro y que tengan una gestión de tipo democrática; es decir que se sostenga el principio de un hombre un voto y que no tengan una representación de tipo corporativa. Quedan fuera de este concepto de Economía Social, las Fundaciones y las entidades que nuclean a los Profesionales, los Sindicatos y las Cámaras Empresarias.

Además se agrega otro aporte brindado por Ballesterro (1990), quien se aleja de aquellas posiciones que consideran que los rasgos distintivos de las empresas de la Economía Social son la ausencia del ánimo de lucro, la no especulación, la no maximización de beneficios y el asociativismo democrático. Para este autor, la Economía Social es el sector que reúne a empresas donde no hay una división especializada de funciones entre empresario y trabajador, pues los roles de responsabilidad e iniciativa empresarial, por un lado y ejecución

de tareas, por el otro, son asumidos por la misma persona. Esta definición comprende como constituyentes del sector a los siguientes grupos:

a) Empresas autogestionadas, como cooperativas de trabajo asociado, sociedades laborales y otras análogas.

b) Cooperativas, mutualidades y asociaciones, con objetivos y prácticas sociales.

c) Trabajadores autónomos y empresas que utilizan única o predominantemente trabajo familiar.

Por otra parte revisando la definición de los destinatarios establecida en el Proyecto Integral de la Dirección General de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa se lee:

“Los sujetos a quienes se destinan las acciones se pueden clasificar en:

a) PEA (Población económicamente activa): jóvenes, mujeres que se constituyen en único sostén de hogar, hombres que están en proceso de reconversión laboral, personas con discapacidad, miembros de los pueblos originarios de las 13 comunidades existentes en nuestra provincia. Todos ellos en condiciones de desempleo u sub-empleo o que iniciaron un proceso autogestivo individual o asociativo.

b) Entidades: clubes, cooperadoras, asociaciones, cooperativas de trabajo, mutuales de servicios.

El perfil de los sujetos que participen de estas propuestas se caracteriza por las dificultades de acceso al trabajo decente, y a crédito bancario. Son dueños de microempresas o forman parte de organizaciones de la economía social. Promueven su participación de estas líneas programáticas, sus objetivos económicos como sociales, y de principios como la solidaridad y la participación democrática.”

Sobre lo expuesto y en reunión con la contraparte se decide relevar como organizaciones relacionadas a la Economía Social a las asociaciones, cooperativas de trabajo y otras organizaciones que desarrollen actividades vinculadas a emprendedores entendiendo que la Subsecretaría de Deportes, Recreación y Turismo Social del Ministerio de Desarrollo Social dispone del registro de los clubes de la provincia y en tanto las cooperadoras y asociaciones simples se encuentran inscriptas en la Coordinación de Fiscalización – Registro de Entidades de Bien Público también dependiente de dicho Ministerio.

El orden del listado de las organizaciones relevadas será por regiones de acuerdo a la división geográfica establecida en el Artículo 2 de la Ley 2358 de Descentralización y según su agrupación por Delegación del Ministerio de Desarrollo Social. La información para la elaboración de dicho listado se reunió por intermedio del representante de cada una de éstas dado por su conocimiento sobre el territorio de influencia.

Delegación Zona Noreste:

Comprende la Región 1: Realicó, Rancul, Quetrequén, Maisonnave, Adolfo Van Praet, Falucho, Ingeniero Luiggi, Embajador Martini y Parera.-

Sede Realicó. Delegado Sr. Fernando Rezza

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de Productores.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Fundación para el Bienestar. La organización atiende a las personas más vulnerables (niños, madres, adultos mayores, personas con discapacidad) para crear un entorno que genere inclusión y desarrollo personal y social mediante capacitaciones y otros servicios.

Consortio de pequeños y medianos productores de Realicó y la zona. La organización se dedica a la producción de cerdos y de alimento balanceado.

Agrupación política y sindical “Corriente Clasista y Combativa”. La organización desarrolla actividades de panificación y de conservas de manera grupal.

Sede Rancul. Delegada Sra. Verónica Larreta.

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de productores.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Agrupación política y sindical “Corriente Clasista y Combativa”. La organización desarrolla actividades de panificación para abastecer un merendero y llevan adelante actividades de capacitación, producción y venta en el rubro textil, carpintería y de huerta. Participan en la organización alrededor de 40 personas.

Sede Alta Italia. Delegado Sr. Juan Carlos Piazza.

Cooperativa de Trabajo El Progreso Ltda. Dirección: Ruta Provincial 2 y Juan José Castelli. Ingeniero Luiggi.

La Organización se dedica a la separación y tratamiento de los residuos sólidos urbanos recolectados en la localidad.

Delegación Zona Norte:

Comprende la Región 2: General Pico, Coronel Hilario Lagos, Sarah, Bernardo Larroudé, Intendente Alvear, Ceballos, Vértiz, Alta Italia, Trenel, Speluzzi, Agustoni, Dorila, Metileo, Monte Nievas, Villa Mirasol, Quemu Quemu, Miguel Cané y Colonia Barón.

Sede General Pico. Delegada Sra. Daniela Cabrino.

Cooperativa de Trabajo La Histórica Ltda. Dirección: 32 N° 921. General Pico.

La Organización se dedica a la producción y venta de tuercas, bulones, arandela plana y una variedad de tornillos.

Cooperativa de Trabajo Don Alberto Ltda. Dirección: Ruta Provincial 1, Lote 8, Parcela 16. General Pico.

La Organización se dedica a la separación y tratamiento de los residuos sólidos urbanos recolectados en la localidad.

Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos. Dirección: 12 N° 447. General Pico.

La organización nuclea a productores hortícolas, florícolas, apícolas y de conservas de la provincia para fortalecer las actividades de producción y venta de los asociados.

Cooperativa Apícola Patagonia Lda. Dirección: Jose Kozac 55. General Pico.

La organización posee la concesión del Parque Apícola Agroalimentario del Gobierno de La Pampa prestando servicios comunitarios de extracción y depósito de miel a los productores apícolas.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

El Movimiento de Trabajadores Excluidos conformó dos Cooperativa de trabajo, Textilera y Panificadora, y desarrolla actividades de producción y venta de premoldeados de cemento y de huerta de manera grupal.

Cooperativa La Comunitaria. Es una cooperativa social y cultural de provisión de servicios. Brinda a sus asociados talleres de formación artística y capacitaciones en oficios.

Sede Intendente Alvear. Delegada Sra. Vanesa Acedo.

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de productores.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Asociación San Francisco de Asís. La organización presta servicios de equinoterapia.

Delegación Zona Centro:

Comprende la Región 3 y la Región 6.

Región 3: Eduardo Castex, La Maruja, Pichi Huinca, Calefú, Arata, Conhella y Rucanelo.

Región 6: Santa Rosa, Winifreda, Toay, Ataliva Roca, Anguil y Mauricio Mayer.

Cooperativa de Trabajo Textil Pampeana Ltda. Dirección: Liberato Rosas 952. Santa Rosa.

La organización se dedica a la confección y venta de camisas, bolsas de tela, indumentaria en general.

Vital Asistencia Cooperativa de Trabajo Ltda. Dirección: Payne 320. Santa Rosa.

La organización brinda servicios de atención sanitaria domiciliaria a personas con enfermedades graves o de edad avanzada que necesitan ayuda diaria.

COOPECAD Cooperativa de Trabajo de Mandaderos Ltda. Dirección: Miguel Cane 2234. Santa Rosa.

La organización brinda servicios de mensajería y cadetería.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Fundación Nuestros Pibes. La organización desarrollo actividades de índole productiva y brinda formación profesional laboral destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

Consortio de Industrias Lácteas Pampeanas. Su comisión directiva se conforma por dos representantes de los municipios, dos de las empresas lácteas y un representante del gremio ATILRA. La organización tiene como objetivo agregarle valor a la producción láctea de La Pampa.

Delegación Zona Noroeste:

Comprende la Región 4: Santa Isabel, La Humada, Puelén y Algarrobo del Aguila.

Sede Santa Isabel. Delegada Sra. Silvia Rodríguez.

Asociación de Criadores de Cabra Colorada. Dirección: Ruta Nacional 151 Km 323. Santa Isabel.

La organización tiene como objetivo mejorar los sistemas productivos de los criadores de cabra colorada y con ello la calidad de vida de sus integrantes y de la producción caprina en general en la provincia.

Delegación Zona Oeste:

Comprende la Región 5: Victorica, Telén, Carro Quemado, Loventuel y Luan Toro.

Sede Victorica. Delegada Sra. Mónica Rubin.

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de productores.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Sociedad Rural, Fundación Lovenute y Centros Gauchos por sus actividades de colaboración con la comunidad. Por ejemplo cediendo espacios o instalaciones para el desarrollo de capacitaciones destinadas a emprendedores u oficios.

Delegación Zona Este:

Comprende la Región 7 y la Región 9.

Región 7: Macachín, Relmo, Catrilo, Tomás M. Anchorena, Lonquimay, Miguel Riglos, Uriburu, Doblás y Rolón.

Región 9: Guatraché, Unanue, Colonia Santa María, Alpachiri, General Campos, Perú, Colonia Santa Teresa, Abramo, Bernasconi, General San Martín y Jacinto Arauz.

Sede Guatrache. Delegada Sra. Adriana Schiller.

Cooperativa de Trabajo Textil Alpa Pampa Ltda. Dirección: Argentino Valle 170. Alpachiri.

La organización se dedica a la producción y venta de indumentaria y accesorios.

Cooperativa de Agua Potable y Otros Servicios Públicos de Doblas Ltda. Dirección: F. Lizaso 740. Doblas.

La organización presta servicios comunitarios de extracción y depósito de miel a los productores apícolas.

Delegación Zona Sur:

Comprende la Región 8: General Acha, Limay Mahuida, La Reforma, Chacharramendi, Puelches, Cuchillo Có y Quehué.

Sede General Acha. Delegada Sra. Sonia Rivero.

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de productores.

Identifican como organizaciones relacionadas a:

Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA a través de sus actividades de difusión y promoción del Cooperativismo Escolar y de las jornadas anuales para Cooperativas de Trabajo.

Delegación Zona Suroeste:

Comprende la Región 10: Colonia 25 de Mayo, Casa de Piedra, Gobernador Duval y La Adela.

Sede 25 de Mayo. Delegada Sra. Mercedes Pineda

No tienen registros de Cooperativas de Trabajo ni Asociaciones de productores.

8. Propuestas para favorecer el desarrollo de una Red de la Economía Social en la provincia de La Pampa

A fines del año 2015 en La Pampa se incorpora por primera vez al organigrama del gobierno provincial un área específica de Economía Social, poniendo de manifiesto que los valores y prácticas de la Economía Social son indispensables en un objetivo más amplio de Desarrollo para los pampeanos.

Parece infructuoso que dicho paradigma solo quede como iniciativa de un gobierno sino que se observa como imperiosa la institucionalización de diferentes mecanismos de cooperación hacia la construcción de nuevas formas de producción y organización aspirando a la inclusión social de los ciudadanos mediante prácticas solidarias, sostenibles, democráticas y de soberanía alimentaria y energética apelando a los principios de justicia y equidad.

Una de las formas de pensar en este camino es mediante la consolidación de redes de apoyo entre agentes públicos, privados y de la sociedad civil a través de políticas públicas orientadas a fortalecer el grado y nivel de relacionamiento entre instituciones, organizaciones y empresas propiciando simultáneamente la construcción de un capital social como herramientas indispensables para el desarrollo emprendedor (individual, social y asociativo) mediante los valores de confianza, reciprocidad y corresponsabilidad.

Fomentar la participación requiere tomar conciencia sobre los vínculos de los protagonistas de las redes propiciando prácticas de debate y reflexión sobre sus roles, conflictos e intereses que permitan construir alternativas redefiniendo las acciones en función de sus necesidades.

Mediante las redes de apoyo se debe garantizar la circulación de información para compartir conocimientos y experiencias que facilite el intercambio y reduzca las asimetrías al poner en contacto personas, empresas o ideas que de otra manera no se vincularían.

Es posible pensar en un abanico de alternativas con el objetivo de propiciar lo colectivo entre diferentes actores y con distintos fines específicos. Así se pueden mencionar opciones como Redes Institucionales o Redes Profesionales. Las primeras conformadas por el Estado, las instituciones públicas, privadas y sociales. Comprenden, entre otras, a las escuelas, las universidades, y los municipios y los organismos civiles como ONGs, fundaciones, institutos u organizaciones sociales. En tanto las Redes Profesionales involucran a los actores económicos, empresas, emprendedores, asociaciones, cooperativas, entes reguladores, técnicos y bancos, entre otros. Esta última también podría organizarse en función de sectores productivos, comerciales o de servicios atendiendo a las particularidades de cada rubro. Y por último identificar una instancia de encuentro entre lo institucional y lo profesional.

Los medios para viabilizar lo expuesto pueden tomar diferentes formas como Asociaciones, Comisiones, Convenios de Colaboración, Ferias estables, y

otros eventos establecidos e institucionalizados con cierta periodicidad como Foros, Congresos o Jornadas.

Los objetivos pueden ser generar y difundir conocimientos, elaborar propuestas para marcos normativos y regulatorios, fomentar el comercio justo, el consumo responsable, los mercados sociales, las finanzas éticas y solidarias, la soberanía alimentaria y energética, el arraigo rural, entre otros horizontes acordes a la realidad provincial.

Su continuidad en el tiempo y la profundización de estas alternativas dependerá de que sean asumidas por actores colectivos consolidados y en permanente diálogo con los gobiernos como así también de su visibilización a toda la comunidad mediante una efectiva comunicación, ya sea por intermedio de acciones concretas o la utilización de los medios de información a nuestro alcance dados los avances tecnológicos.

9. Documentación de las acciones realizadas

En la última tarea del cronograma de trabajo correspondiente al Proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Sujetos de la Economía Social – Parte II se recopilan los materiales de apoyo utilizados por la experta en la ejecución de las actividades de formación y asistencia a los actores de la Economía Social (Tarea 3) quedando a disposición de la contraparte provincial.

Durante la Tarea 3 se concretaron encuentros con emprendedores en los cuales se abordaron diversos temas en relación a la planificación y gestión de proyectos individuales y asociativos. Con una propuesta teórico-práctica se utilizó material impreso conceptualizando de manera sencilla el temario acordado para cada grupo y ejemplificando o realizando ejercicios con datos del contexto local o provincial.

Seguidamente se enumera dicho material como punteo de los temas más importantes, a criterio de la experta, con el objetivo de acercar a cada emprendedor nociones básicas de administración invitándolos a profundizar los mismos en un proceso continuo de aprendizaje y formación. Estos son:

a.- “Pensando Mi Emprendimiento”: En este caso la propuesta hace hincapié en “pensar antes de hacer” presentando el proceso de planificación en 9 pasos:

- Pensar ideas.
- Reunir información.

- Detectar la oportunidad de negocio.
- Hacer un diagnóstico.
- Mirar el mercado.
- Pensar cómo producir o prestar el servicio
- Calcular la inversión y su financiamiento.
- Considerar aspectos formales (impuestos y habilitaciones).
- Analizar los ingresos y gastos del proyecto.

Es dable aclarar que el tema se considera importante antes de comenzar con un emprendimiento y mientras se encuentra en marcha ante expectativas de crecimiento.

b.- “Herramientas de Gestión para Emprendedores”: esta segunda propuesta hace referencia como tema central a la propuesta de valor, es decir a la oferta del emprendimiento, y a cuestiones organizativas prestando atención a:

- Diferenciarse.
- Los clientes.
- La venta y la comunicación.
- La competencia.
- La organización del trabajo.
- Los proveedores.
- Los costos y la inversión.
- Los aspectos formales.

c.- “Costos”: por último uno de los temas que se observa de mayor interés en los encuentros con emprendedores:

- Costo.
- Costos Variables.
- Costos Fijos.
- Costo Unitario.
- Estimación del tiempo y valor de la hora de trabajo.
- Asignación de costos fijos al costo por unidad.
- Calcular el precio.
- Cálculo de la ganancia.

A continuación se presentan los tres materiales mencionados:

Pensando Mi Emprendimiento

¿PARA QUÉ ME SIRVE PENSAR Y ESCRIBIR MI PROYECTO?

Para ver si la idea de negocio es viable, es decir si generará ingresos y ganancias.

Para anticiparnos a problemas o imprevistos.

EL PROYECTO

El Plan es mi hoja de ruta para pensar **qué** quiero hacer y **cómo** lo voy a lograr.

ALGUNOS PASOS...

- ✓ PENSAR IDEAS
- ✓ REUNIR INFORMACIÓN
- ✓ DETECTAR LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
- ✓ HACER UN DIAGNOSTICO
- ✓ MIRAR EL MERCADO
- ✓ PENSAR CÓMO PRODUCIR O PRESTAR EL SERVICIO
- ✓ CALCULAR LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO
- ✓ CONSIDERAR ASPECTOS FORMALES (IMPUESTOS Y HABILITACIONES)
- ✓ ANALIZAR LOS INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO

1) PENSAR IDEAS "Lluvia de Ideas"

Muchas ideas para detectar una posible



2) REUNIR INFORMACIÓN



Antes de comenzar un emprendimiento o proyecto de crecimiento para mi negocio es necesario contar con la mayor cantidad de **información** posible.

Esto nos va a permitir **tomar decisiones** acerca del rumbo del mismo. Si la información con la que contamos es escasa no vamos a poder identificar nuestro mercado ni conocer sus necesidades.

INFORMACIÓN



TOMAR DECISIONES

3) DETECTAR UNA **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**. Es necesario que la idea reúna tres características para ser considerada una oportunidad de negocio:

- Una **necesidad insatisfecha**: Debe haber algo que los potenciales clientes están necesitando.
- **Alguien debe estar dispuesto a pagar**: Los potenciales clientes deben darle al producto el valor necesario para efectuar la compra.
- **Dar un valor agregado** a lo que actualmente se consume: El producto estará satisfaciendo una necesidad, por lo tanto debe estar diferenciándose del que ya existe en el mercado.

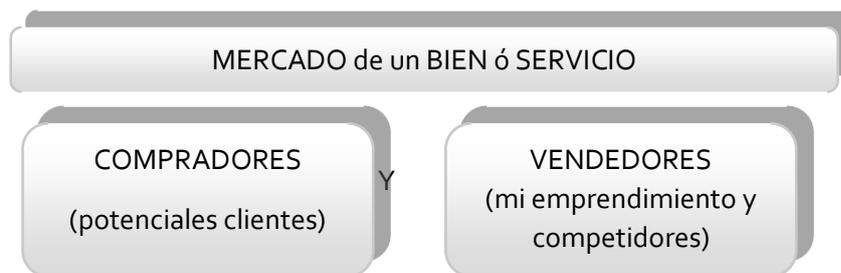
4) HACER UN **DIAGNÓSTICO**

Es tomar una foto de la situación actual.
Se deben analizar aspectos internos y externos que colaboran o representan un obstáculo para el objetivo de mi emprendimiento.



INTERNO	EXTERNO
POSITIVO: ¿Qué se hacer? ¿En que soy bueno? ¿Qué tengo? ¿Máquinas o herramientas? ¿Un lugar de trabajo? ¿Alguien que me ayuda?	Aspectos del entorno que me influyen a favor o en contra de mi proyecto: ¿Hay otros negocios que hacen lo mismo o algo parecido? ¿Las personas estarían dispuestas a comprar y pagar por lo que ofrezco? ¿Hay una legislación nueva, requerimientos nuevos que son la oportunidad para producir y/o comercializar algo?
NEGATIVO: ¿Qué necesito aprender? ¿Qué me falta? ¿Máquinas o herramientas? ¿Un lugar de trabajo? ¿Alguien que me ayude?	

5) MIRAR EL MERCADO



Competidores:

La competencia es aquel emprendimiento que ya se encuentra inserto en el mercado y que ofrece un servicio o producto similar al nuestro. Debe ser pensada como aquel emprendimiento que cuenta con una estructura similar a la nuestra. Es importante averiguar y observar de los competidores:

- ✓ Ubicación
- ✓ Cantidad
- ✓ Calidad y diseño de sus productos
- ✓ Características de sus clientes
- ✓ Precio
- ✓ Publicidad
- ✓ Canales de venta



Cientes (Actuales y Potenciales)

Aquellas personas, empresas u organizaciones que compran o comprarán nuestros productos o servicios.

Para llegar a nuestros potenciales clientes es necesario que los conozcamos. Pero ...

¿Qué necesitamos conocer de nuestros clientes?

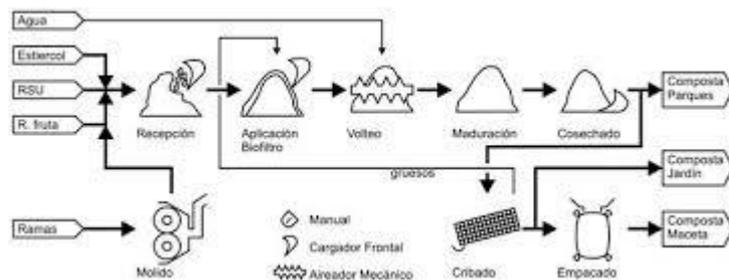


- ✓ qué necesidad tienen
- ✓ sus gustos y hábitos
- ✓ dónde están ubicados
- ✓ si están agrupados
- ✓ qué ingresos tienen

6) PENSAR CÓMO PRODUCIR O PRESTAR EL SERVICIO

Es un Proceso....

Pensarlo en etapas



Para desarrollar el proceso productivo se debe pensar y resolver los siguientes aspectos:

Proveedores: ¿a quienes comprar los insumos o materias primas? ¿Dónde se localizan? ¿Transporte? ¿Financiamiento? ¿Calidad? ¿Garantías? ¿Seguros?

Lugar / Instalaciones: ¿Dónde? ¿Tengo un lugar propio o se debe alquilar?

Máquinas / Herramientas: ¿Qué herramientas preciso? ¿Cuáles son imprescindibles?

Mano de Obra: ¿Puedo trabajar solo? ¿Necesito colaboradores?

Calidad: ¿Cómo ofrecer un producto o servicio de buena calidad y con diseño? ¿Cómo ofrecerlo y presentarlo para que sea atractivo?

7) CALCULAR LA **INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO**

Hacer una lista de los elementos a comprar y buscar 2 , 3 ó 4 presupuestos para comparar

Detalle	Importe
Materias primas	\$
Máquinas	\$
Herramientas	\$
Reparaciones o acondicionamiento del lugar	\$
Servicios profesionales	\$
Tasas e impuestos	\$
TOTAL	\$

Financiamiento: ¿de dónde obtener el dinero?

- ✓ Ahorros
- ✓ Donaciones / Elementos reutilizados
- ✓ Compras en Cuotas
- ✓ Préstamos de familiares o amigos
- ✓ Créditos



8) CONSIDERAR LOS **ASPECTOS FORMALES**: los impuestos y las habilitaciones

Es importante conocer los requerimientos impositivos (nacionales, provinciales y municipales), urbanísticos y sanitarios (en los casos que corresponda, ejemplos cuando se trabaja con alimentos). Algunos son:

- ✓ Habilitación Comercial
- ✓ Inscripción en AFIP ó Monotributo Social
- ✓ Inscripción en Dirección General de Rentas de La Pampa (Impuesto a los Ingresos Brutos)

9) ANALIZAR LOS **INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO**

Por último, debemos pensar en los números del proyecto y calcular aproximadamente cuáles serán los gastos y costos para que el objetivo de ventas e ingresos superen estos egresos.

Empecemos por conocer los costos...



¿Cómo calcular cuánto cuesta elaborar mi producto o prestar mi servicio?



COSTOS VARIABLES:

Aumentan o disminuyen cuando sube o baja mi volumen o cantidad de producción o venta

Ejemplo: materias primas o insumos, tiempo de trabajo.

Se pueden calcular por unidad de producto o por hora de servicio, es decir es una cuenta detallada de cuánto cuesta elaborar una unidad, esto se llama COSTO VARIABLE UNITARIO

Si esto no es tan sencillo se pueden sumar todo los gastos necesarios para una tanda de producción y dividirlo por la cantidad de productos elaborados.

Por ejemplo, si amaso y quiero calcular el costo una docena de tapas de empanada debería conocer cuántos gramos exactos y cuánto tiempo es necesario para cada docena. Pero si en el día elabore 15 docenas, sumo lo gastado para amasar esa cantidad y lo divido por 15. Luego se le asigna un valor al tiempo de trabajo.

COSTOS FIJOS:

Se deben pagar sí o sí todos los meses sin importar cuanto produzco y vendo

Ejemplo: monotributo, alquiler, luz, seguros, combustibles, abono de celular y de internet, gasto de mantenimiento de una cuenta bancaria, amortización o desgaste de equipos o máquinas por el uso o paso del tiempo como así también su mantenimiento por fallas o roturas.

GANANCIA = INGRESOS TOTALES POR VENTAS – COSTOS TOTALES (VARIABLES + FIJOS)

Entonces para que el **proyecto sea viable** es importante pensar en los costos fijos que tendremos, es decir sumar los gastos que se deben pagar todos los meses, para saber cuánto dinero es necesario reunir con las ventas para cancelar dichos gastos y el costo de los materiales y mano de obra que se necesitan para producir o prestar el servicio.



Otras cuentas...

MARGEN = PRECIO UNITARIO – COSTO VARIABLE UNITARIO ó
INGRESOS TOTALES – COSTOS VARIABLES TOTALES

Este número significa "cuánto dinero disponible me queda de los ingresos una vez que pague los costos variables, para cubrir los costos fijos y obtener mi ganancia"

Si al monto de Costos Fijos Totales lo divido por el Margen el resultado indica la cantidad de unidades de producto que se necesitan vender para no perder ni ganar, es decir que la Ganancia sea igual a cero.

PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS FIJOS TOTALES / MARGEN

La información reunida hasta el momento también permite anticipar decisiones cuando empezamos a trabajar:

PRECIO

En base a:

Lo que me cuesta producir el producto o prestar el servicio

Lo que cobran mis competidores

Lo que están dispuesto a pagar mis clientes

PUBLICIDAD

Según

Las características de mis clientes

La publicidad o promoción que utiliza la competencia

PLAZA

¿Dónde y cómo vender?

Local propio

Por terceros: otros negocios o viajantes

Ferias, eventos, fiestas populares

Internet: Redes Sociales, Mercado Libre

Éste proceso de pensar nuestro emprendimiento en el futuro (en meses o años) se llama:

PLANIFICAR

Herramientas de Gestión para Emprendedores

MI NEGOCIO: “

(Si mi emprendimiento todavía no tiene nombre tengo que ir pensando en uno fácil de recordar, pronunciar y escribir. Además no debe tener connotaciones negativas)

Productos y/o Servicios que ofrezco:.....

.....

¿Qué VENDO? Lo describo con cualidades



1).....

2).....

3).....



iiiPensar en el PLUS!!! Aquello que nos hace diferentes y por lo que nuestros clientes nos eligen

PARA EL MOMENTO DE LA VENTA EN EL CONTACTO CON LOS CLIENTES ES IMPORTANTE CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS (ventajas y desventajas) DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

¿Cómo son nuestros CLIENTES?



- Hombre o Mujer
- Niños, Jóvenes o Adultos
- Individuos o Empresas o instituciones
- Viven en radio urbano o zona quintas

Conocer nuestros clientes ayuda a decidir...

¿Dónde y cómo ofrecer mi producto o servicio?



Potencial Cliente	Punto de Venta	Medio de Comunicación	Costos

La tarjeta de presentación:

iNunca debe faltar!

Nombre del negocio

Tu nombre

Contactos: número de teléfono / celular, dirección (si es necesario), correo electrónico y/o página de Facebook (si los usas)

Logo/Imagen



La COMPETENCIA

Observar mi competencia para aprender y ofrecer algo distinto



Competidor	Precio	Características distintivas



Organizando
Mi
TRABAJO

Lugar / Instalaciones: ¿Dónde? ¿Tengo un lugar propio o se debe alquilar?

Máquinas / Herramientas: ¿Qué herramientas preciso? ¿Cuáles son imprescindibles?

Mano de Obra: ¿Puedo trabajar solo? ¿Necesito colaboradores? ¿Para qué tareas?

Transporte: ¿Qué medio de movilidad necesito?

Horarios de trabajo: ¿Cuál es el momento del día adecuado para trabajar y que sea conveniente para mis clientes?

Calidad: ¿Cómo ofrecer un producto o servicio de buena calidad? ¿Cómo presentarlo para que sea atractivo?

Los PROVEEDORES

Hacer un listado de proveedores e identificar las ventajas de cada uno:

Ubicación

Precio

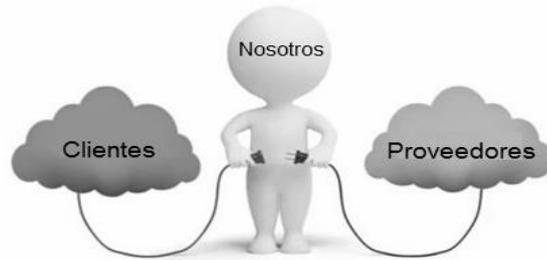
Calidad

Financiación

Descuentos

Transporte (modalidad y costos)

Otras: garantías, seguros



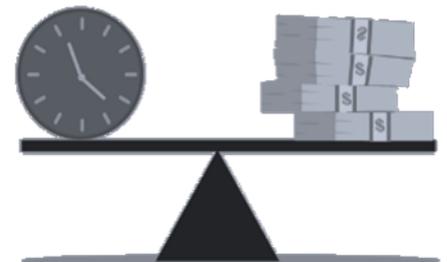
Así podemos comparar y elegir el más conveniente para cada situación!

Es importante tener contacto con más de un proveedor

Proveedor	Ventajas

Los COSTOS y la INVERSIÓN

Es importante saber cuáles son los gastos mensuales del emprendimiento (1) y cuánto cuesta producir un producto o prestar el servicio (2) para calcular los ingresos por ventas que se necesitan para pagar estos costos. Además para calcular el precio del producto o servicio que ofrecemos



(1)Costos Fijos: se deben pagar si o si todos los meses aunque no produzca o venda (impuestos, alquiler, teléfono, mantenimiento de herramientas o máquinas, amortización de la inversión)

(2)Costos Variables: dependen de la cantidad producida (valor de las horas de trabajo y de los materiales e insumo)

Costo no es lo mismo que INVERSIÓN. Esta representa lo que se necesita para trabajar y su amortización o desgaste significa un costo.

Es importante conocer los requerimientos impositivos (nacionales, provinciales y municipales), urbanísticos y sanitarios (en los casos que corresponda, ejemplos cuando se trabaja con alimentos). Algunos son:

- **Habilitación Comercial en Municipalidad (si es obligatoria).**
- **Inscripción a Monotributo en AFIP**

IVA + Seguridad Social (Jubilación y Obra Social).

Es un importe fijo mensual.



- **Inscripción en Dirección General de Rentas de La Pampa (Impuesto a los Ingresos Brutos).**

Se abona el 3 % de lo facturado



No se paga si sos Monotributista Social pero igual se presentan las declaraciones juradas mensuales y anuales.

Estas inscripciones nos permiten emitir facturas tipo C

¿Por qué es útil?

- **Tengo cobertura social de jubilación y obra social**
- **Es una forma de captar potenciales clientes: grandes empresas, instituciones (por ej. una cooperadora), o ser proveedor del estado**
- **Puedo acceder a otras fuentes de financiamiento (bancos u otras instituciones)**

UN CONSEJO!

Averiguar, preguntar, consultar, hablar con otros emprendedores, con los proveedores, con los clientes, con instituciones de asesoramiento a emprendedores. Generar una red de conocidos y reunir información es importante para tomar mejores decisiones.

Costos



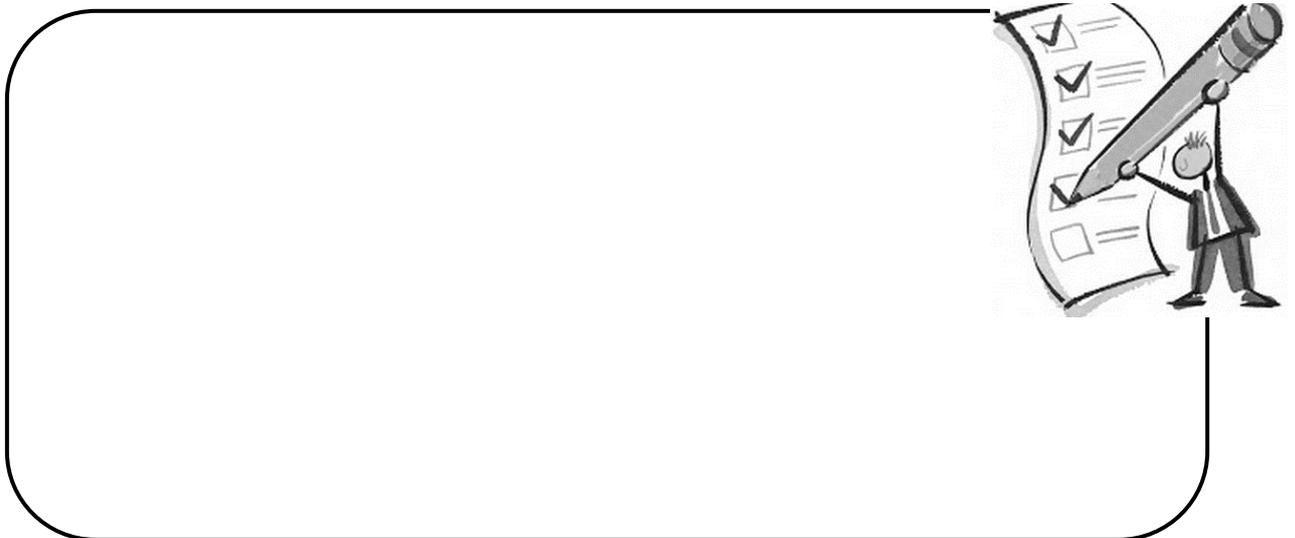
¿Qué son los costos?

Todo sacrificio o esfuerzo económico para producir un bien u ofrecer un servicio.

En otras palabras...

Todos los recursos y esfuerzos que necesitamos e invertimos para producir u ofrecer algo. Por ejemplo, materiales y tiempo de trabajo.

Hacemos una lista de lo necesario para producir o prestar el servicio:

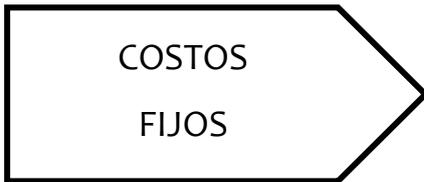
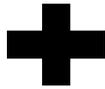


Tipos de costos según su variación:



Aumentan o disminuyen cuando sube o baja mi volumen de producción o venta

Ejemplo: materias primas, tiempo de trabajo.



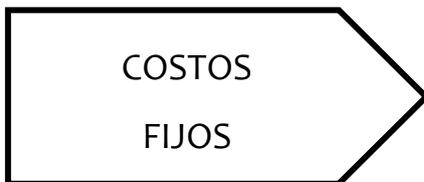
Se deben pagar sí o sí todos los meses sin importar cuanto produzco y vendo

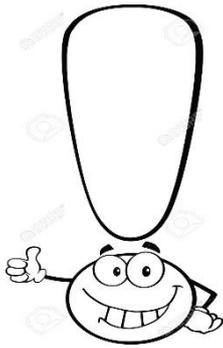
Ejemplo: monotributo, alquiler, luz, amortizaciones, teléfono, gas, seguros.



COSTOS TOTALES

Agrupamos los costos enumerados anteriormente por tipo:





Cuantos menos costos fijos tenga, mejor, ya que será menos lo que tendré que pagar si no vendo o no produzco lo suficiente.

Es importante conocer el costo por unidad de producto o por hora de servicio, es decir una cuenta detallada de cuánto cuesta elaborar una unidad, esto se llama **COSTO UNITARIO**



COSTO VARIABLE UNITARIO:

Si no es tan sencillo calcular los materiales y tiempo de trabajo por unidad, se pueden sumar todos los gastos necesarios para una tanda de producción y dividirlo por la cantidad de productos elaborados.

Por ejemplo, si amaso y quiero calcular el costo una docena de tapas de empanada debería conocer cuántos gramos exactos y cuánto tiempo es necesario para cada docena. Pero si en el día elabore 15 docenas, sumo lo gastado para amasar esa cantidad y lo divido por 15. Luego se le asigna un valor al tiempo de trabajo.

¿Cómo estimar el tiempo de trabajo? Simplemente anotando el horario de comienzo y finalización que se dedican a ese producto o servicio

¿Cómo estimar el costo de una hora de trabajo? Cada emprendedor debe asignar el valor de su hora de trabajo, comparado con un trabajo anterior o con el costo de la hora de un trabajador en relación de dependencia.

COSTO FIJO UNITARIO:

Este cálculo requiere de métodos más complejos para asignar a cada unidad una parte de los costos fijos totales.

Una forma puede ser estimar la cantidad promedio de producción por mes y dividir los costos fijos totales por dicha cantidad. Otra manera sería

establecer un porcentaje a aplicar sobre el costo variable unitario y considerarlo el costo fijo unitario.

¿Por qué es importante conocer nuestros costos?

- ✓ Para calcular el precio de venta
- ✓ Para saber si nuestro emprendimiento genera ganancias

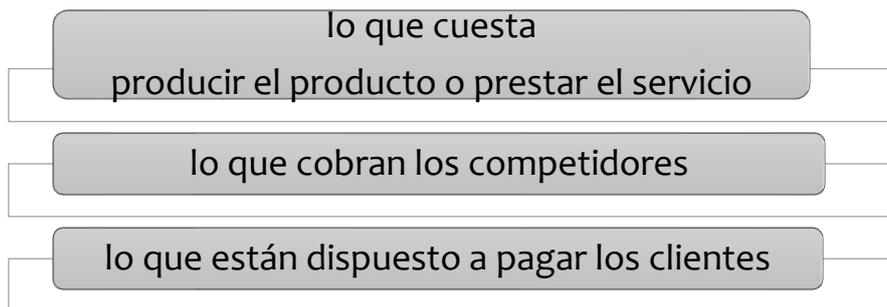


Calcular el PRECIO

$$\text{Precio} = \text{Costo Unitario Total} + \% \text{ de ganancia deseado}$$

(Costo Unitario Total = Costo Unitario Variable + Costo Unitario Fijo)

ATENCIÓN! Cuando decido el precio de venta debo considerar tres puntos:



Calcular la GANANCIA

$$\text{GANANCIA} =$$

$$\text{INGRESOS POR VENTAS TOTALES} - \text{COSTOS TOTALES}$$

$$\text{COSTOS TOTALES} =$$

$$\text{COSTOS VARIABLES DE LO VENDIDO} + \text{COSTOS FIJOS TOTALES}$$

(Porque decimos los costos variables de lo vendido? Porque si durante el mes se compraron materiales o insumos que se dejan guardados o se produce más de lo vendido eso forma parte del stock que queda guardado pero no se considera un costo de lo vendido.)

A practicar costos...

Para calcular **el precio** de nuestro producto o servicio necesitamos conocer su COSTO UNITARIO

PRIMERO, calcular el COSTO VARIABLE UNITARIO, cuyo principal componente será la materia prima o insumos y la mano de obra (es decir el valor de nuestro trabajo)

SEGUNDO, asignar a cada unidad de producto o servicio un porcentaje de los COSTOS FIJOS MENSUALES (todos los gastos necesarios para que nuestro emprendimiento funcione sin importar cuánto produzco o vendo, por ejemplo: alquiler, impuestos, luz, gas, entre otros)

$$\text{COSTO UNITARIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \text{COSTO FIJO UNITARIO}$$

$$\text{PRECIO} = \text{COSTO VARIABLE UNITARIO} + \% \text{ DE GANANCIA DESEADO}$$

Para calcular el costo de las materias primas utilizadas tenemos que hacer algunas cuentas...

En general compramos insumos en kilos y utilizamos gramos, por eso tenemos que saber que

1 kilo = 1.000 gramos, 2 kilos = 2.000 gramos, 3 kilos = 3.000 gramos y así....

Por ejemplo, compramos 1 kilo de harina 0000 a \$50 y utilizamos en una receta 350 gramos, ¿Cuánto cuestan esos 350 gramos?

1.000 gramos de harina \$50

350 gramos de harina\$ ¿?

La cuenta es $(350 \times 50) / 1.000 = \$17,50$

Otro dato importante en todo negocio es conocer **cuánto ganamos**. Para ello es muy importante **anotar y registrar**

PRIMERO anotar **las ventas** (todas! No importa si algún cliente todavía no pago algo que debe)

SEGUNDO, sumar **los costos**. Los costos variables de los productos o servicios **vendidos** y los costos fijos mensuales

Porque decimos los costos variables de lo vendido? Porque si durante el mes se compraron materiales o insumos que se dejan guardados o se produce más de lo vendido eso forma parte del stock que queda guardado pero no se considera un costo de lo vendido.

UTILIDAD = INGRESOS POR VENTAS TOTALES – COSTOS TOTALES

COSTOS TOTALES = COSTOS VARIABLES DE LO VENDIDO + COSTOS FIJOS TOTALES (MENSUAL)

Consideraciones Finales

El Proyecto descrito en el presente informe se ejecutó entre los meses de octubre de 2018 y septiembre del año 2019, dando continuidad a las acciones desarrolladas a partir del Proyecto “Fortalecimiento de las Capacidades Locales de los Promotores y Actores de la Economía Social”, acorde a los objetivos de la contraparte provincial representada por la Dirección General de Economía Social de la Subsecretaría de Descentralización Territorial perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social de La Pampa.

Las tareas se ejecutaron con el fin de contribuir al fortalecimiento de las capacidades de los sujetos de la Economía Social de la provincia mediante el asesoramiento y capacitación a equipos técnicos e idóneos de las Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social y de las Municipalidades o Comisiones de Fomento y a emprendedores, asociaciones, cooperativas de trabajo o proyectos asociativos en vías de formalización.

Los principales ejes de trabajo a cargo de la experta, Lic. en Administración Lucy Alainez, fueron afianzar los conocimientos y prácticas en cuestiones de planificación y gestión de proyectos en las distintas áreas organizacionales (comercial, productiva, económica y financiera), según las necesidades y características de los diversos grupos. Para cumplir con lo propuesto se realizaron las siguientes actividades:

El Taller sobre “Marketing. Pensar en el corto plazo mirando el futuro” en el marco del Segundo Foro Pampeano de Economía Social donde estuvieron presentes las siete Delegaciones del Ministerio de Desarrollo Social y los emprendedores vinculados a las mismas.

Se llevó a cabo el Módulo de Emprendedurismo correspondiente al Programa En Desarrollo de la Dirección General de Economía Social trabajando interdisciplinariamente, con especialistas en psicología y emprendedores consolidados en la prestación de diversos oficios, en las localidades de Alta Italia, Ingeniero Luiggi, Intendente Alvear, Victorica, General Pico y Realicó.

Además se organizaron encuentros sobre planificación y gestión de proyectos denominados “Pensando Mi Emprendimiento”, “Herramientas de Gestión para Emprendedores” y “Costos” en las Delegaciones de Intendente Alvear y Realicó.

En estas actividades han participado los representantes y equipos técnicos de las Delegaciones propiciando posteriormente el dialogo con la

experta sobre cuestiones técnicas y en otros casos con la asistencia necesaria para el abordaje de dicha población, por ejemplo en la localidades de General Pico, Ingeniero Luiggi e Intendente Alvear.

Por otra parte se ha trabajado con entidades de la Economía Social vinculadas a la contraparte provincial a través del Proyecto Integral de Economía Social mediante un Diagnóstico de Situación y sus respectivas recomendaciones a partir del mismo. Dichas organizaciones son: Asociación de Productores Hortícolas Pampeanos, Fundación Nuestros Pibes y Cooperativa de Servicios Públicos COSEGA.

Por último, es importante mencionar que entre los objetivos de la Dirección de Economía Social se aspira a visibilizar e institucionalizar nuevas formas de organización y producción con eje en el Ser Humano para que perduren en el tiempo prácticas solidarias autogestionadas y asociativas que mejoren la calidad de vida de los pampeanos. En este sentido se menciona hacia el final del informe la importancia de consolidar una Red de Economía Social en La Pampa y algunos de los mecanismos para fortalecer los vínculos entre los agentes públicos, privados y sociales hacia un fin común de Desarrollo Sostenible.

Bibliografía

Se consultó la siguiente bibliografía:

Dr. Javier Alejandro Salminis. Significados, alcances y perspectivas del sector de la Economía Social.

Dr. Jorge Bragulat. La Economía Social: un camino alternativo. Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas. Universidad Nacional de La Pampa. Curso de Posgrado en Economía Social

-