

PROVINCIA DE TUCUMÁN

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ANÁLISIS DE PRESTACIONES DE MICROCRÉDITOS Y SUBSIDIOS A
EMPREENDEDORES OTORGADOS A TRAVÉS DE LA SUBSECRETARÍA DE
ECONOMÍA SOCIAL DEL MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA
PROVINCIA DE TUCUMÁN.

INFORME FINAL

SEPTIEMBRE 2023

MG. Lic. LAURA VERÓNICA GERVASI

Resumen

Esta investigación cualitativa aporta conocimientos acerca de los efectos sobre los emprendimientos de los programas de otorgamiento de subsidios y créditos de la Dirección de Economía Social y de la Subdirección de Microcréditos, respectivamente, dependientes de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria de la Secretaría de Articulación Territorial y Desarrollo Local del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia. Es decir, este estudio examina las actividades económicas y su relación con los servicios financieros inclusivos proporcionados por el Estado.

Este estudio tiene un diseño cualitativo en el cual se combinan dos fuentes de información, por un lado, las bases de datos de emprendedores brindada por la Subsecretaría y, por otro lado, el relevamiento realizado a través de entrevistas semiestructuradas de manera presencial. La muestra está compuesta por 73 usuarios de la línea de créditos y 27 beneficiarios de la línea de subsidios, en ambas muestras se trabajó con el criterio de saturación de la información. La muestra incluye casos de la capital de la provincia y del interior de la misma.

Luego de analizar cada una de las poblaciones en estudio, se puede concluir, tal como lo han expresado en las entrevistas los operadores y responsables de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria, que la población atendida es homogénea independientemente del tipo de programa del que es beneficiaria.

En cuanto a las características demográficas se releva que las muestras están compuestas por personas con perfiles similares, entre las que se puede mencionar que la mayoría son mujeres, que viven con sus familias nucleares, en cuanto al nivel educativo a la mayoría tiene estudios secundarios completos y, en muchos casos, los hijos superan en educación a los padres alcanzando niveles terciarios y universitarios. Por otro lado, más de la mitad de las personas entrevistadas es propietaria de la casa que habita.

Los motivos que llevaron a las personas a iniciar los emprendimientos son variados, la razón preponderante se refiere a la generación de ingresos, esto varía entre quienes ya tenían ingresos y necesitaban incrementarlo como quienes no tenían una actividad económica, también se reflejan los motivos vocacionales o actividades que se transmitieron o heredaron de una generación a otra, así como aquellas

personas que buscaban independencia económica o lograr ingresos sin delegar o descuidar las tareas de cuidado de la familia.

En cuanto al rubro que desarrollan se concluye que el mayor número se ocupa de la elaboración de alimentos, pero hay una gran variedad de rubros como servicios de estética, imprenta y diseño, textil, bar, marroquinería, herrería, carpintería, organización de eventos, negocios de ventas de artículos de almacén, calzados, artículos del hogar, entre otros.

Además, se observa que la mayoría tiene una larga trayectoria, de 8 años o más de antigüedad del emprendimiento, y se distingue otro grupo importante que se inicia a partir del aislamiento y posterior distanciamiento generado por la pandemia COVID-19 a partir del año 2020.

La mitad de la muestra cuenta con un local para sus actividades y la otra mitad comercializa en ferias, de manera ambulante, desde la casa, y la combinación de todas las categorías anteriores. Se advierte una gran identificación y vocación en la actividad en ferias.

En ambas muestras habitualmente compran y venden de manera minorista, acerca de este tema muchos indican que el crédito les permitió hacer compras mayoristas y así mejorar los costos y por lo tanto las ganancias.

La promoción de las actividades las realiza por variados canales, tanto los tradicionales como cartelería, radios, el “boca a boca” como la incorporación de las nuevas tecnologías a través de los perfiles en las redes sociales, sobre todo en Facebook e Instagram, así como también en los estados de WhatsApp.

La mayoría trabajan solos o con la colaboración de la familia o amigos, solo eventualmente contratan otras personas.

En general, quienes llevan adelante los emprendimientos no se ocupan de otras actividades económicas, solo un grupo pequeño combina el emprendimiento con el desempeño en otro trabajo.

Es frecuente que, en los hogares de los emprendedores, tanto de los beneficiarios de subsidios como de créditos, cuenten con otros ingresos que suelen ser mayores a los obtenidos a través de la actividad independiente.

Los entrevistados cuentan que los créditos se solicitaron para la compra de mercadería, en gran medida, y en otros casos para la adquisición de equipamiento como también para mejorar los espacios de trabajo.

En cuanto a los subsidios, fueron solicitados para cubrir necesidades de herramientas y máquinas: equipos de cocina como mezcladoras, batidora, máquina para picar carne, cocina industrial, freidora de papas, horno pizzero, balanza (30 k), licuadora, moldes; equipos de costura y diseño, tales como, máquina de coser overlock, máquina de coser industrial, máquina de coser doméstica, bordadora, plancha sublimadora, plotter de corte, máquina estampadora, para oficios varios: cepilladora, baldes, palas de albañilería, equipos de estética y peluquería, entre los que se encuentran banquetas, maquilladores, espejos, plancha de pelo, secador de pelo, silla de peluquería, buclera, torno para uñas, cabina de secado.

Sobre la atención recibida en la Subdirección de Microcréditos y en la Dirección de Economía Social se percibe un 95% de satisfacción, esta alta valoración del servicio recibido se debe a varias dimensiones entre las que la gente recalca: la baja complejidad del trámite, la facilidad de reunir los requisitos, el asesoramiento recibido, los adecuados tiempos de espera entre la solicitud y la recepción y que recibieron lo que habían solicitado. Además, reconocen que los cursos brindados en diversas temáticas los fortalece y los ayuda a crecer. Las personas manifiestan que aprenden y se actualizan no solo a través de los cursos tradicionales sino también a través de los tutoriales de plataformas como *Youtube*, por búsquedas en Internet y contando con la ayuda de sus familias o amigos que les enseñan la actividad.

En cuanto a la modalidad en que toman los créditos, grupal o individual, la garantía grupal es la forma más preponderante frente a la modalidad individual de crédito. Las personas se sienten conformes y contenidas en grupo, solo muy pocos piensan que la modalidad individual sería una mejor opción. La frecuencia de los pagos suele ser mensual debido a la orientación que brindan los asesores y las personas se sienten conformes con esta frecuencia.

Por otro lado, el cumplimiento del pago de las cuotas no representa dificultades pudiendo efectivizarlo con el ingreso generado en el propio emprendimiento.

La mayoría no había tomado créditos anteriormente y llegan a las Subsecretaría a través de recomendación de conocidos. Contados emprendedores tienen otro crédito, además del otorgado por la Subdirección de Microcréditos, algunos son el Procrear y otro caso un prestamista.

Sobre los efectos percibidos por los emprendedores luego de contar con una línea de crédito o con el subsidio, destacan que pudieron mejorar los costos, los ayudó a mejorar las ventas, ganar tiempo y así producir más y aumentar el capital de trabajo.

En cuanto a los planes para el futuro en ambas muestras se destaca el deseo y, a veces, la necesidad de incrementar los ingresos y para ello plantean diversas estrategias como mejorar el local, abrir local para quienes no tienen, contar con más mercaderías o insumos y adquirir equipamiento, entre otros.

Los emprendedores indican que les gusta lo que hacen, en aislados casos manifiestan que cambiarían por un trabajo con mayores ingresos.

Todos recomendarían estos servicios, por la gratuidad en el caso de la línea de subsidios, por el bajo interés que pagan los usuarios de los créditos y por lo ya mencionado acerca de la facilidad de los procesos y de los requisitos que aseguran la accesibilidad a los programas, pero además se destaca que los consideran confiable, un aspecto a resaltar en una política pública.

En síntesis, los emprendedores valoran positivamente la accesibilidad a los programas de crédito y subsidio, la mayoría de ellos considera que el emprendimiento es un complemento importante para los ingresos familiares. Se destaca la satisfacción con los servicios financieros, tanto en términos de atención como de facilidad de pago. Por lo tanto, se confirma que los programas brindados son adecuados a las necesidades y el perfil de los usuarios, por ejemplo, la conformación de grupos solo de dos personas, la planificación de pagos de las obligaciones y el asesoramiento, entre otros.

En resumen, este estudio subraya el papel vital de los servicios financieros inclusivos en el apoyo al emprendedurismo y su contribución al desarrollo social y económico de la población. La inclusión financiera no solo impulsa los negocios de los emprendedores, sino que también les permite planificar y enfrentar las crisis y como consecuencia pueden lograr una mayor autosuficiencia y bienestar económico.

Al final de documento se describen algunas dimensiones para optimizar las acciones ofrecidas por el Estado Provincial, entre las que sobresalen a partir de los testimonios de los entrevistados, que se acorten los plazos de entregas del crédito una vez concluido el repago; atender las

fechas de mayores ventas al programar los desembolsos, que se otorguen mayores montos y, sobre todo, asegurar fuentes de financiamiento permanentes.

Por todo lo anteriormente descrito se destaca la importancia de los servicios financieros para para esta población particular.

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.2	Antecedentes.....	1
1.3	Finalidad	2
1.4	Objetivo general	2
1.5	Objetivos específicos:	3
2.	Metodología	3
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACION	3
2.2	Equipo de trabajo	5
3.	ENTREVISTAS A OPERADORES Y RESPONSABLES.....	6
3.1	Microcréditos a emprendedores urbanos:.....	6
3.2	Microcréditos a emprendedores rurales:.....	8
3.3	Línea de subsidios a emprendedores	9
4.	Usuarios de servicios de crédito y subsidios: Descripción demográfica.....	10
4.1	Información demográfica: perfil de las personas que participan en el programa de Créditos	10
4.2	Información demográfica: perfil de las personas que participan en el programa de Subsidios	14
5.	trayectorias de las actividades económicas de beneficiarios de la línea de crédito	16
5.1.1	Tradición emprendedora	17
5.1.2	Ocupaciones anteriores	17
5.1.3	Motivos por los que iniciaron el camino del emprendedurismo	19
5.1.4	Realización de actividades económicas simultáneas	24
5.1.5	Antigüedad de los emprendimientos	24
5.1.6	Rubros	25
5.1.7	Tipo de actividad	26
5.1.8	Comercialización	28
5.1.9	Clientes y espacios de venta.....	29
5.1.10	Personas que trabajan en la actividad	29
5.1.11	Como aprendió la actividad.....	30
5.1.12	Ingresos del hogar.....	31
5.1.13	Aportes a la economía familiar	32
5.2	Análisis de la percepción del crédito solicitado en la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria	33

5.2.1	Tiempo.....	33
5.2.2	Atención de la Subdirección.....	34
5.2.3	Asesoramiento y capacitación.....	34
5.2.4	Destino y monto del crédito solicitado.....	35
5.2.5	Nivel de endeudamiento de los usuarios.....	36
5.2.6	Efecto del crédito.....	37
5.2.7	Modalidad del crédito.....	38
5.2.8	Interés en renovar el crédito y evaluación de la experiencia.....	40
5.2.9	Planes para el futuro.....	42
5.2.10	Sugerencias.....	43
6.	Trayectorias de las actividades económicas de beneficiarios del programa de subsidios.....	44
6.1.1	Tradición emprendedora.....	44
6.1.2	Ocupaciones anteriores.....	44
6.1.3	Motivos para empezar el emprendimiento.....	45
6.1.4	Actividades simultáneas que desarrolla.....	48
6.1.5	Antigüedad de los emprendimientos.....	49
6.1.6	Modos de aprender la actividad.....	49
6.1.7	Rubros y tipos de actividad.....	50
6.1.8	Modalidad de compra de mercadería o insumos.....	52
6.1.9	Personas que trabajan en la actividad.....	53
6.1.10	Como aprendió su actividad.....	54
6.1.11	Otros ingresos en el hogar.....	54
6.1.12	Aporte económico al hogar.....	55
6.1.13	Análisis de la percepción del subsidio solicitado.....	56
6.1.14	Tiempo.....	56
6.1.15	Nivel de endeudamiento. Subsidios.....	57
6.1.16	Atención y asesoramiento.....	58
6.1.17	Destinos y efectos percibidos del programa de subsidios.....	59
6.1.18	Interés en renovar el subsidio.....	60
6.1.19	Planes y futuro.....	61
6.1.20	Sugerencias.....	62
7.	Conclusiones.....	62
8.	Oportunidades de mejoras.....	66
9.	Anexos:.....	69
9.1	Geolocalización y galería de fotos.....	69
9.2	Fotos de encuentros de capacitación.....	69
9.3	Fotos de emprendedores entrevistados.....	70
9.4	Guía de entrevistas.....	77
9.5	Lista de entrevistados.....	97
9.6	Documentación de entrevistas realizadas.....	101

Índice de gráficos

Gráfico 1 Género (Crédito). Fuente: elaboración propia..... 11

Gráfico 2 Educación (Créditos). Fuente: elaboración propia. 12

Gráfico 3 Situación habitacional. Fuente: elaboración propia..... 13

Gráfico 4 Enfermedades crónicas en el emprendedor o grupo familiar..... 13

Gráfico 5 Género beneficiarios (Subsidios). Fuente propia. 14

Gráfico 6 Nivel educativo beneficiarios (Subsidios). Elaboración propia. 15

Gráfico 7 Situación habitacional beneficiarios subsidios. Fuente: elaboración propia. 15

Gráfico 8 Enfermedades crónicas en el emprendedor o grupo familiar. Fuente: elaboración propia..... 16

Gráfico 9 Tradición emprendedora en la familia (Créditos). Fuente: elaboración propia. 17

Gráfico 10 Relación entre ocupación anterior y rubro actual (Créditos). Fuente: elaboración propia..... 19

Gráfico 11 Motivos para emprender (Créditos). Fuente: elaboración propia. 23

Gráfico 12 Antigüedad de los emprendimientos (Créditos). Fuente: elaboración propia. 25

Gráfico 13 Rubros (Créditos). Fuente: elaboración propia. 26

Gráfico 14 Tipos de actividad (Créditos). Fuente: elaboración propia. 26

Gráfico 15 Relación entre rubros y actividad (Créditos). Fuente: elaboración propia. 27

Gráfico 16 Modos de comercialización (Créditos). Fuente: elaboración propia. 28

Gráfico 17 Modos de compras (Créditos). Fuente: elaboración propia 28

Gráfico 18 Espacios de ventas (Créditos). Fuente: elaboración propia..... 29

Gráfico 19 Personas que trabajan en el emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia. 30

Gráfico 20 Modos de aprender (Créditos). Fuente: elaboración propia..... 31

Gráfico 21 Otros ingresos en el hogar (Créditos). Fuente: elaboración propia. 31

Gráfico 22 Otros ingresos mayores (Créditos). Fuente: elaboración propia. 32

Gráfico 23 Aporte económico del emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia. 32

Gráfico 24 Aporte económico según género (Créditos). Fuente: elaboración propia..... 33

Gráfico 25 Tiempo desde que recibió el primer crédito. Fuente: elaboración propia. 34

Gráfico 26 Asesoramiento (Crédito). Fuente: elaboración propia..... 34

Gráfico 27 Monto del crédito recibido. Fuente: elaboración propia. 36

Gráfico 28 Tiempo de espera del crédito. Fuente: elaboración propia. 38

Gráfico 29 Evaluación de la experiencia en grupos. Fuente: elaboración propia..... 38

Gráfico 30 Cumplimiento de los pagos. Fuente: elaboración propia. 39

Gráfico 31 Dinero para el pago de cuotas. Fuente: elaboración propia. 39

Gráfico 32 Fondos y complejidades de pagos. Fuente: elaboración propia. 40

Gráfico 33 Tipo de crédito. Fuente: elaboración propia. 41

Gráfico 34 Motivos para recomendar (Crédito). Fuente: elaboración propia..... 42

Gráfico 35 Planes para el emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia..... 43

Gráfico 36 Gusto por lo que hace (Crédito). Fuente: elaboración propia. 43

Gráfico 37 Tradición emprendedora en la familia (Subsidio). Fuente: elaboración propia. 44

Gráfico 38 Ocupaciones anteriores (Subsidio). Fuente: elaboración propia. 45

Gráfico 39 Motivos para emprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia. 47

Gráfico 40 Motivos para emprender por género (Subsidio). Fuente: elaboración propia..... 48

Gráfico 41 Actividades económicas simultáneas (Subsidio). Fuente: elaboración propia..... 49

Gráfico 42 Antigüedad del emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia..... 49

Gráfico 43 Formas de aprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia..... 50

Gráfico 44 Tipo de actividad..... 51

Gráfico 45 Tipo de actividad y rubros (Subsidio). Fuente: elaboración propia. 51

Gráfico 46 Modalidad de compras (Subsidio). Fuente: elaboración propia..... 52

Gráfico 47 Promoción de las actividades (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	52
Gráfico 48 Espacios de ventas (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	53
Gráfico 49 Personas que trabajan en el emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	53
Gráfico 50 Formas de aprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	54
Gráfico 51 Otros ingresos en el hogar	54
Gráfico 52 Aporte económico del emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	55
Gráfico 53 Aporte económico en relación a otros ingresos (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	55
Gráfico 54 Tiempo desde el último subsidio. Fuente: elaboración propia.	56
Gráfico 55 Motivos de elección de la SESS (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	58
Gráfico 56 Relación con los asesores (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	58
Gráfico 57 Temas de asesoramiento (Subsidios). Fuente: elaboración propia.	59
Gráfico 58 Estrategias para adquirir equipamiento complementario (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	61

Índice de tablas

Tabla 2 Asesoramiento y lugar de residencia (Crédito). Fuente: elaboración propia.	35
Tabla 4 Diferencias entre lo pedido y lo recibido (Subsidio). Fuente: elaboración propia.	60

1. INTRODUCCIÓN

El Gobierno de Provincia de Tucumán desarrolla acciones sostenidas para apoyar e incentivar las actividades de pequeños emprendedores como una estrategia de fortalecimiento de las unidades productivas, generación de ocupación y creación de nuevos puestos de trabajo.

Las principales acciones se llevan a cabo desde la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria dependiente de la Secretaría de Articulación Territorial y Desarrollo Local del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia y consisten en servicios de microcrédito y asignación de subsidios.

La creación del Consorcio de Gestión para el Desarrollo Local, en el año 2006, significó el inicio de la intervención pública en servicios de microcréditos en la provincia.

Mientras tanto, la Dirección de Economía Social, dependiente de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria, durante los últimos años ha apoyado a emprendedores con el otorgamiento de subsidios.

Sin embargo, no se han completado estudios que determinen los resultados alcanzados con estas prestaciones. Esta investigación se localiza en la provincia de Tucumán y busca identificar oportunidades de mejora en los servicios de microcréditos y subsidios ofrecidos desde la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria dependiente de la Secretaría de Articulación Territorial y Desarrollo Local del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia. La percepción de los destinatarios de estas líneas es fundamental ya que la experiencia indica que los mejores datos provienen de los usuarios, esas observaciones son esenciales para identificar problemas desde que se inicia el proceso con el primer contacto con las personas hasta la ejecución y el seguimiento.

1.2 Antecedentes

La población a las que están destinados los servicios que aquí se estudian, identificados a los efectos de estas políticas como emprendedores, forman parte de lo que se denomina trabajo independiente.

Según la definición de la Clasificación Internacional de la Situación del Empleo (CISE), los trabajadores independientes son definidos como “aquellos trabajadores cuya remuneración depende directamente de los beneficios derivados de los bienes o servicios producidos”. Dentro de esta definición es posible identificar distintos subgrupos, como los empleadores, los integrantes de

cooperativas de productores, los trabajadores familiares auxiliares y, lo que aquí nos ocupa, los trabajadores por cuenta propia.

En la región la cantidad de trabajadores por cuenta propia muestra un aumento sostenido (CEPAL-OIT, 2019) y en la Argentina han crecido desde el 20 % de la Población Económicamente Activa en 2017 al 25 % en 2020 (Mercado de trabajo, tasas e indicadores económicos, EPH, INDEC).

Si bien el trabajo por cuenta propia presenta características contra cíclicas respecto del mercado de empleo registrado y no registrado, su tendencia a crecer parece también responder a dinámicas más permanentes, como el crecimiento del área de los servicios, el peso específico del comercio en la tasa de ocupación y la menor dinámica de creación de empleo asociada a la aplicación de tecnología (Pauselli, 2011, 2021).

La eficacia de los servicios que, desde el sector público en este caso, se puedan brindar a esta franja de trabajadores adquiere así una creciente importancia.

A su vez, desde ciertas definiciones se asocia el apoyo a emprendedores con las estrategias de lucha contra la pobreza. Se seleccionan así, para este tipo de servicios, a titulares de unidades económicas muy pequeñas o, en ciertos casos, se los apoya para que puedan iniciar una actividad.

1.3 Finalidad

Esta investigación busca identificar aquellas buenas prácticas que más han favorecido a los usuarios de los servicios de microcréditos y subsidios.

Tal como se indica más arriba, la solicitud de realización de este estudio la hizo el propio Gobierno de la Provincia de Tucumán para brindar información a través de la evidencia de los datos que arroje la investigación y posibilite optimizar las políticas públicas que despliegan la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria dependiente de la Secretaría de Articulación Territorial y Desarrollo Local del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia, la Dirección de Economía Social y el Consorcio de Gestión para el Desarrollo Local.

1.4 Objetivo general

Contribuir al conocimiento acerca de los efectos que tienen los programas de microcréditos y subsidios otorgados por la provincia de Tucumán para fortalecer las actividades de las personas que trabajan por cuenta propia, la

incidencia que logran en la mejora de sus ingresos y de esta manera propender a su mejora.

1.5 Objetivos específicos:

- Determinar características de los productos que alcanzaron mayor eficacia en orden a la mejora del emprendimiento y de los ingresos personales o familiares.
- Relacionar la efectividad de los servicios prestados con la experiencia social de los emprendedores. Es decir, saber si los supuestos y requisitos para que los microcréditos y subsidios colaboren en las estrategias de superación de los emprendedores se ajustan a la trayectoria laboral y habilidades personales de quienes los toman.
- Buscar concordancias entre resultados y rubros a los que han sido destinados. Se indaga si en algunos rubros los servicios prestados adquieren mayor relevancia para el desarrollo del emprendimiento que en otros y, en tal caso, por qué.
- Reconocer principales obstáculos para el acceso al servicio. Se busca saber cuán difícil o no fue acceder a estos servicios.

La presentación del presente informe tiene el siguiente orden:

- Análisis de los testimonios de los responsables y operadores de cada uno de los programas.
- Descripción del perfil de las personas beneficiarias de los dos programas.
- Descripción y análisis de la trayectoria, experiencias y planes a futuro de los beneficiarios de la línea de créditos de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria.
- Descripción y análisis de la trayectoria, experiencias y planes a futuro de los beneficiarios de la línea de subsidios.
- Conclusiones.
- Propuestas de mejoras.
- Anexos.

2. METODOLOGÍA

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

La metodología de abordaje se basó en un diseño descriptivo cualitativo. El universo a investigar estuvo compuesto por personas que recibieron microcréditos o subsidios a través de la Sub Dirección de Microcréditos y la Dirección de Economía Social respectivamente de la provincia de Tucumán. Las muestras para cada grupo fueron seleccionadas a partir de bases de usuarios brindadas por la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria.

El espacio temporal se determinó entre los años 2019 a 2022 como el período en que hayan recibido el último crédito o subsidio, aunque cada solicitante pueda tener más años de antigüedad como beneficiario de alguna o de las dos líneas.

En cuanto a las dimensiones de la estrategia metodológica: es una investigación transversal, es decir, que el tiempo no es una variable. Se hizo triangulación de fuentes ya que se utilizaron las bases de usuarios de microcrédito y la de beneficiarios de subsidios y la fuente primaria fue obtenida a través de entrevistas en profundidad y observaciones. El diseño fue proyectado, es decir, que se planearon con antelación los pasos y operaciones para llegar a los productos de la investigación, respetando la flexibilidad necesaria para captar la subjetividad de los actores.

Para cada uno de los grupos se analizó los discursos de los testimonios de los usuarios, de los operadores y de los responsables del servicio, quienes se toman como unidades de observación.

Dado el diseño cualitativo no se pretendió que la muestra sea representativa, aun así, se diseñó una muestra que contempla cada uno de los rubros de los emprendedores, se distinguió por género, también se observó la antigüedad del emprendimiento y el tiempo que hace que es beneficiario de alguna de las líneas. La composición de la muestra lograda es de 73 usuarios de microcrédito y 27 receptores de subsidios. Para ambos grupos de estudio se utilizó el criterio de saturación de la información, con el cual se tomaron casos hasta que los nuevos repetían las experiencias de los ya entrevistados, es decir, no aportaban riqueza al estudio.

Las dos guías de entrevistas¹, de microcrédito y subsidio, están conformadas por pocas preguntas cerradas con opciones predeterminadas de respuestas y una gran mayoría de preguntas o ítems con respuestas abiertas, es decir, que las personas pudieron brindar libremente su testimonio. Para el procesamiento de las preguntas abiertas se optó por la técnica de codificación y categorización, lo que significa detectar ejes vinculados a los objetivos del estudio

¹ Las guías se presentan en Anexos

bajo los cuales se puedan aglutinar respuestas con el mismo sentido, se trata aquí del sentido subjetivo de las palabras de los actores entrevistados. Una vez categorizadas las respuestas abiertas se procesaron con el programa Excel² con el objetivo de conocer frecuencias de respuestas similares o porcentajes que permitan indagar diferentes relaciones entre indicadores y variables. Todos los gráficos y tablas que se incluyen en el presente informe parten de la información relevada exclusivamente para este estudio.

2.2 Equipo de trabajo

La investigación se realizó con un grupo de personas seleccionadas y capacitadas especialmente para este trabajo. A lo largo del desarrollo del estudio fueron acompañadas y monitoreadas de manera personal y remota a través de correos electrónicos, comunicaciones telefónicas, de *Whatsapp* y por la plataforma *Meet*.

El equipo de asesores entrevistadores estuvo conformado por una Lic. en Administración de Empresas, un Lic. en Trabajo Social, una estudiante avanzada en Lic. en Psicología y un estudiante de Abogacía, todos oriundos y residentes de la ciudad de Tucumán.

Se desplegaron una serie de capacitaciones al equipo de entrevistadores. Estas capacitaciones estuvieron a cargo de profesionales especializados en cada temática que se describe a continuación:

- Conocimiento e interpretación del presente proyecto de estudio, a cargo del Prof. Emilio Pauselli.
- Metodología de la Investigación: introducción el enfoque cualitativo, a cargo de la Mg. Laura Gervasi.
- Sistemas de medición de la pobreza, con la colaboración del Lic. Luis Arias.
- Impacto de la tecnología en el mercado de trabajo de Tucumán, con la colaboración del Ing. Agr. Roberto Páez.
- Dinámica de las intervenciones sociales generadas a través de programas públicos, con la colaboración de la Lic. Romina García.

Se dictaron tres talleres titulados “Distintas estrategias de inserción en el mercado de trabajo de las personas entrevistadas”, “Textualidad en el contexto de investigaciones cualitativas” y “Análisis cualitativo: herramientas a utilizar y proceso de definición de categorías”.

² La base está disponible en Anexos

3. ENTREVISTAS A OPERADORES Y RESPONSABLES

A continuación, se presenta una síntesis de los testimonios vertidos por los operadores y responsables, los cuales fueron relevados a través de una entrevista no estructurada con el objetivo de conocer el funcionamiento de cada programa y, además, conocer sus percepciones desde su rol en el proceso y en la línea de jerarquía que ocupan.

Se realizaron entrevistas a las personas responsables de cada una de las siguientes reparticiones:

- Sub Secretaría de Economía Social
- Sub Dirección de Microcrédito
- Dirección de Economía Social
- Asesores de cada área

3.1 Microcréditos a emprendedores urbanos:

La población beneficiaria se compone de emprendedores que ya tienen una actividad funcionando, aunque sea incipiente.

En cuanto al financiamiento de fondos para microcréditos, se nutre de fondos enviados por el gobierno nacional y provincial. Estos fondos llegan al Consorcio de Microcrédito, lo que permite trabajar articuladamente con otros sectores, con distintos niveles de gobierno y organizaciones, así en forma de red, se posibilita llegar a distintos puntos de la provincia.

Existen 3 líneas de créditos:

- Cooperativas y asociaciones como, por ejemplo, la comunidad rural boliviana, cooperativas textiles, entre otras.
- Crédito individual con garantía de un tercero que perciba ingresos, puede ser jubilación o pensión.
- Crédito con garantía solidaria, se da en grupos de entre 2 y 4 personas quienes se respaldan entre sí, es decir, si una persona no puede pagar sus compañeros responden por ella.

Respecto a los montos³ para los créditos iniciales, en los créditos con garantía grupal se otorga hasta \$20.000 para cada uno de los miembros, el monto otorgado puede ser diferente entre ellos y en los créditos individuales se otorga en la primera vez hasta \$30.000. En cualquiera de las modalidades de garantías, pueden elegir cuotas semanales, quincenales o mensuales.

³ Valores del mes de febrero 2023

Los grupos pueden estar conformados por personas que tengan parentesco entre ellos o no, pero no pueden compartir la misma vivienda, aunque pueden compartir el mismo terreno viviendo en casas separadas. Los miembros de los grupos se eligen entre sí. Desde la Sub Secretaría se valora que sean cercanos en el barrio, es decir, que sea una micro-red. Es destacable que hay grupos que están desde 2008.

En cuanto a los requerimientos para solicitar el crédito las personas deben completar una ficha, a la vez que mantienen encuentros presenciales o virtuales con los asesores, quienes cuentan que:

“La constancia y el tiempo de trabajo en su actividad es parte importante de la evaluación de la solicitud”.

A través de las entrevistas realizadas se pudo saber que antes los asesores iban a los domicilios de los emprendedores para conocer las actividades y hacer el diagnóstico, pero a partir de la pandemia COVID-19 no se hacen tantas visitas sino contactos telefónicos o comunicaciones por medio de plataformas de Internet, tales como *Meet* o video llamada de *Whatsapp*, a su vez, los testimonios de los usuarios son respaldados con las publicaciones en las redes sociales (Facebook, Instagram y estados de *Whastapp*), donde los emprendedores exponen sus actividades y, ocasionalmente, los asesores pueden pedir teléfonos de alguna persona que les compre sus productos o servicios. Los emprendedores también mandan fotos de las actividades, de los locales (si tuvieran) y de las herramientas de trabajo. Además, los asesores recorren las ferias y observan sus espacios de comercialización.

La mayoría de los emprendedores una vez que cancelan un crédito solicitan renovación. Para aumentar los montos de créditos, los asesores evalúan la evolución del emprendimiento, esta evaluación se hace en conjunto entre el emprendedor y el asesor mediante charlas presenciales o remotas, más aún con quienes viven en el interior de la provincia donde no hay asesores de microcréditos. Por ello se trabaja articuladamente con todos los gobiernos locales e instituciones, desde la capital de la provincia atienden a todas las localidades, solo a veces se trasladan al interior.

El pago de las cuotas, se puede hacer en la oficina de la Subsecretaría o en bocas de cobro que hay en todo el territorio provincial.

Con respecto a la demanda, cuentan que hay emprendedores esperando, que no pueden atender a todos, sobre todo después de la pandemia porque mucha gente comenzó su emprendimiento.

No se presentan problemas importantes con beneficiarios que incurran en

mora, pero en los casos que esto sucede los asesores cuentan que los motivos más comunes son, la falta de espacios de ventas, la competencia en algunos rubros de reventa, por ejemplo, almacén, pollería, verdulería, suele haber más de un negocio en una manzana y eso se agravó luego de la pandemia. En algunos casos, la mora se genera por problemas de salud del emprendedor.

Las Direcciones que conducen estos dos programas ofrecen capacitaciones gratuitas con entrega de certificados. Dichas capacitaciones son dictadas por diversos organismos de la Provincia e incluso por los mismos emprendedores, entre las temáticas brindadas se ofrece marketing, bromatología, venta por redes, fotografía y para las actividades rurales se dicta poda e injerto de rosas y algunos frutales, entre otras temáticas.

En palabras de una de las personas entrevistadas: *“Se espera que el crédito colabore a sumar a la inversión que ellos ya tienen”*.

3.2 Microcréditos a emprendedores rurales:

La población atendida se compone de emprendedores con diversos cultivos tales como la caña de azúcar, papa, maíz, etc. En estos casos son pequeños productores con espacios de hasta 10 hectáreas. Por otro lado, están los que cultivan frutillas, tomate, acelga, entre otros, estas producciones son intensivas en poco espacio, hasta 1 hectárea. Es decir, todos son pequeños productores de entorno familiar, donde trabaja la familia, lo que producen lo utilizan para consumo familiar y queda un excedente que se vende. En general, tienen los mismos requisitos y encuadre que los créditos para los emprendedores urbanos.

Con los microcréditos se fortalecen las actividades, en muchos casos con la compra de insumos: fertilizantes, plásticos, mangueras de riego, labores culturales como arado, plantines de frutillas que traen del sur, además de maquinarias. En cambio, en la crianza de ganado suelen usar el crédito para alimentos balanceados.

La atención, asesoramiento y seguimiento son realizadas por un técnico dependiente de la Subdirección de Microcrédito y técnicos del área de Agricultura Familiar, de esta manera se cubre toda la provincia. El personal del Instituto de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena va al territorio y trabajan allí con los productores, elaboran la carpeta de solicitud de crédito, la elevan para la supervisión y se pasa al Comité de Crédito, el cual está compuesto por la Subsecretaria, la subdirectora, el Técnico territorial y los asesores, quienes deciden el monto y el plazo.

Con respecto a la modalidad de garantía, la mayoría lo hace a través de grupos con garantía solidaria los cuales están compuestos, en general, entre dos o tres emprendedores, aunque se permite hasta 4 personas. La garantía individual no es tan frecuente entre los créditos para actividades rurales.

El repago de las cuotas es pactado con los productores, hay quienes lo hacen en 2 o 3 cuotas dependiendo de la cosecha o la producción, en cambio, otros trabajan por ciclos: tomates, lechuga, cultivos por estación, en estos casos son créditos cortos con rápida renovación. La frutilla es el ciclo más largo, es un crédito más largo porque se dedican exclusivamente a eso. Si el precio sube suelen pagar 2 o 3 cuotas juntas, se va evaluando mes a mes con el emprendedor.

Los montos⁴ a otorgar dependen de la entrevista con el emprendedor, en el primer crédito el monto ronda entre los \$60.000 y los \$70.000. Casi el 100% de los usuarios solicita la renovación, así los montos van creciendo en un 20% aproximadamente.

Para finalizar este recorrido construido a partir de las entrevistas realizadas, se deja un comentario, en palabras de un entrevistado:

“Cuando uno inicia la conversación con el emprendedor, aún más cuando son rurales, que no son tan dados con otras personas, ellos cuentan que son como una clase golpeada a los que nunca llega el gobierno. Que las ayudas siempre van a los agricultores grandes. Con nosotros van a aflojando y empiezan a entender esto de otras maneras. Reciben el dinero en efectivo, sin descuentos y así empiezan a creer en esto”.

3.3 Línea de subsidios a emprendedores

Esta línea tiene como objetivo el fortalecimiento de las personas que tienen un emprendimiento a través de fondos no reintegrables para la adquisición de equipamiento y herramientas, además de ofrecer asesoramiento, capacitaciones y puntos de ventas como las ferias y la góndola del supermercado Carrefour.

La población tiene las mismas características de la que atiende toda la Sub Secretaría, es decir, son personas que tienen un emprendimiento y que, generalmente, están en condiciones de vulnerabilidad. Esta actividad puede ser incipiente, no es necesario que esté certificada, por otro lado, se observa que la

⁴ Valores del mes de febrero 2023

persona no tenga acceso a créditos formales o bancarios y, además, que no cuente con un trabajo en blanco.

La Subsecretaría no entrega el dinero en efectivo, sino que entrega las herramientas o maquinarias solicitadas. Los montos⁵ oscilan alrededor de los \$300.000 por emprendedor y se les brindan asesoramiento sobre el monto y las mejores oportunidades.

En este programa no se trabaja con los grupos solidarios, sino con emprendedores en forma individual.

Luego de otorgado el primer subsidio, pueden presentar otro proyecto para complementar el anterior, para mejorar la producción. Se busca acompañar el crecimiento de la persona.

Ante la demanda que es mayor de lo que se puede responder, se prioriza el otorgamiento a quien no recibió aún.

En cuanto al acceso al programa, el área de Atención al Público se ocupa de la formulación del proyecto. Realizan una entrevista con la persona indagando acerca de la experiencia y las características de la actividad. Los solicitantes deben completar un formulario y con esta información se elabora un informe de evaluación social y otro de evaluación económica, que son revisados por profesionales de las áreas social y de economía.

Los emprendedores alejados de la oficina de San Miguel de Tucumán llegan a través de los referentes de los gobiernos locales, quienes hacen el contacto, pero desde la Dirección de Economía Social se hace todo el proceso hasta llegar al otorgamiento del equipamiento.

4. USUARIOS DE SERVICIOS DE CRÉDITO Y SUBSIDIOS: DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA.

4.1 Información demográfica: perfil de las personas que participan en el programa de Créditos

La muestra de los usuarios de la línea de crédito incluyó emprendedores de las siguientes localidades: San Miguel de Tucumán, Leales, Amaicha del Valle, Yerba Buena, Cruz Alta, Tafí Viejo, Las Talitas, Tafí del Valle y El Manantial⁶.

⁵ Valores del mes de febrero 2023

⁶ En el Anexo Fotos se puede ver la geolocalización de las zonas incluidas en las muestras

Al analizar las estructuras familiares se observan que varían ampliamente, desde personas que viven solas hasta aquellas que viven con sus parejas o cónyuges, hijos mayores e hijos menores. Esto refleja la diversidad de las circunstancias familiares de los emprendedores. Se encuentra la siguiente distribución: el 12% de los emprendedores vive solo, el 20% vive con los padres y el 54% vive con su pareja o cónyuge, de los cuales el 77% tiene alguna actividad económica en una amplia gama de ocupaciones, desde empleados y estudiantes hasta emprendedores.

En cuanto los hijos menores a cargo, se observa que la mayoría (16 familias) tienen 1 hijo, 9 familias tienen 2 hijos, 4 familias tienen 3 hijos y 2 familias tienen 4 hijos menores. Esta diversidad puede influir en las decisiones que conciernen al emprendimiento y en la dinámica familiar.

En cuanto al género de las personas entrevistadas, la mayoría corresponde al género femenino (73%) y el resto son varones (27%), tal como se puede ver en el siguiente gráfico. Se utiliza la palabra género y no sexo porque se registra la autopercepción de género de las personas y no el sexo biológico, es decir, que las personas son registradas tal como se auto perciben.

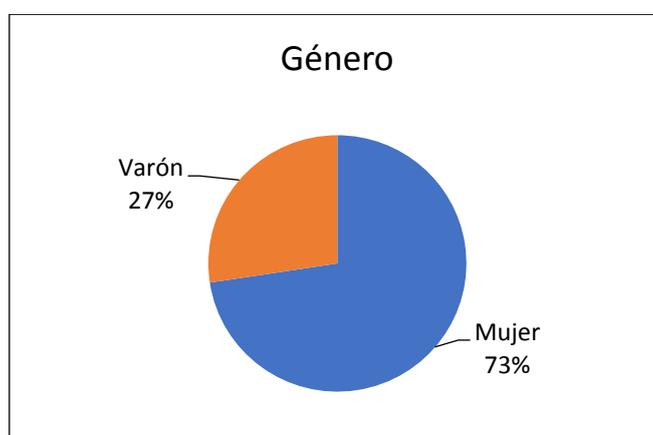


Gráfico 1 Género (Crédito). Fuente: elaboración propia

La edad de las personas oscila entre los 18 años, en el caso de la entrevistada más joven y 70 años del entrevistado de mayor edad, la media de edad es de 44 años.

Si se analiza la relación entre edades y género se observa que el segmento de menor edad, entre 18 y 24 años, son mujeres mientras que entre los 25 a los 70 años la distribución de edad y género es homogéneo.

En cuanto al nivel educativo de los entrevistados, tal como muestra el siguiente cuadro, se puede afirmar que la mayoría de las personas (40%) alcanzó el nivel secundario completo, seguido por quienes hicieron el secundario incompleto (18%) y además, si se suman las personas que tienen nivel técnico o universitario completo o incompleto se obtiene casi el 25% de la muestra.

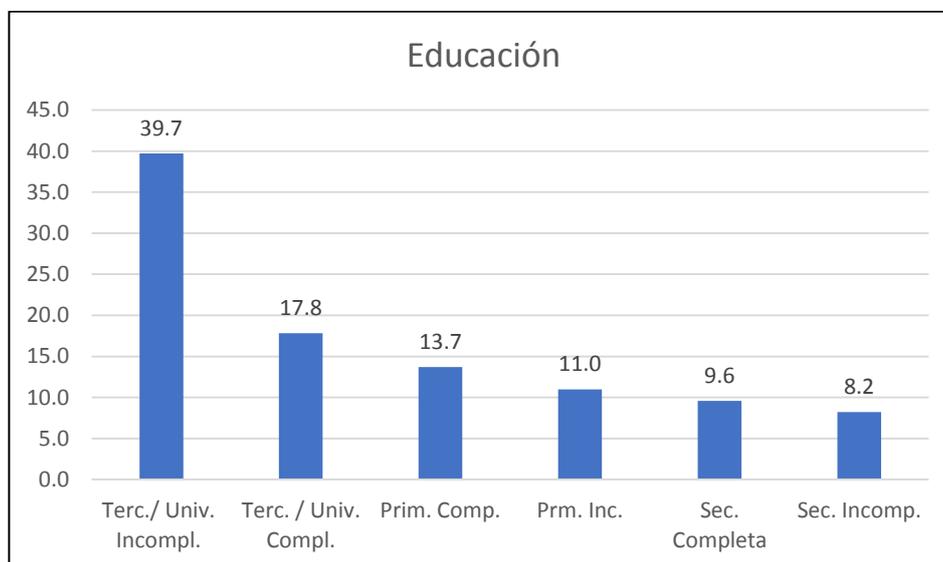


Gráfico 2 Educación (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Se considera importante destacar que en 17 familias la educación de los hijos es superior a la de sus padres, en estos casos los hijos ya son egresados universitarios o terciarios o están cursando actualmente, lo que demuestra movilidad social entre generaciones y, particularmente en este estudio, se detecta movilidad intergeneracional en las familias cuyos ingresos provienen de emprendimientos (parcial o exclusivamente).

Al indagar si tiene alguna especialización, sin importar si la obtuvo a través de canales formales o informales, la mayoría de las personas refirió como especialización al rubro al que se dedica en su emprendimiento.

Acerca de la vivienda en la que habitan se observan las siguientes realidades: más de la mitad de las personas es propietaria de su casa, el 66%, el 9% alquila la casa donde vive, el 7% construyó su casa en terrenos de propiedad de algún familiar, el 6% comparte la casa con sus padres o suegros y el 10% manifiestan otras opciones, tal como se puede observar en el siguiente gráfico.

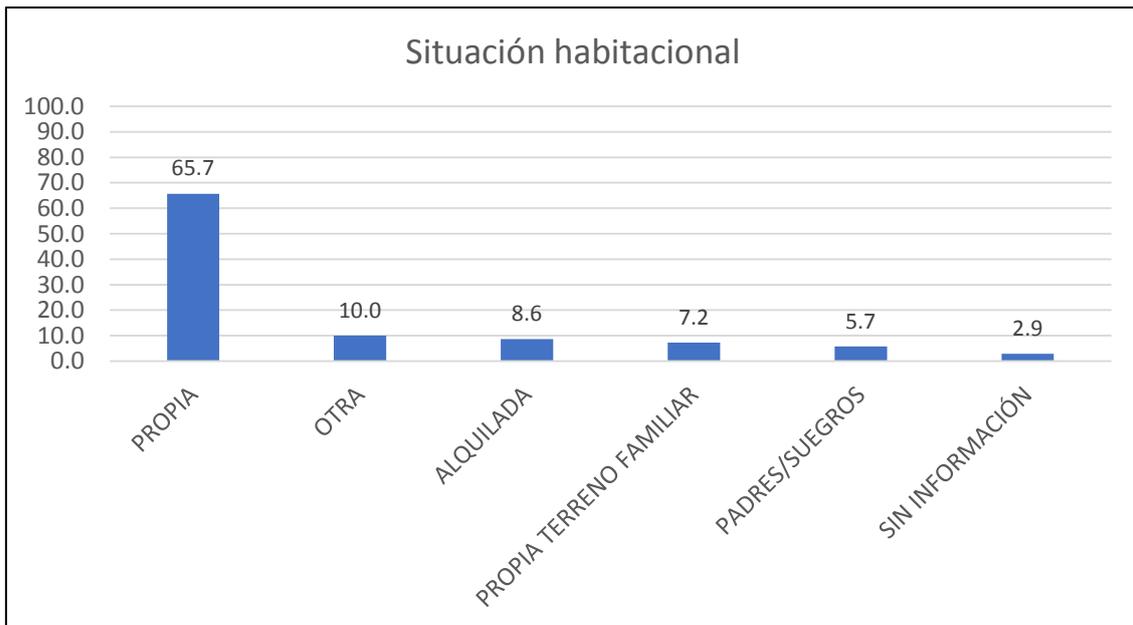


Gráfico 3 Situación habitacional. Fuente: elaboración propia.

Algunas respuestas de la opción “Otro” sobre a la casa donde viven:

- “El terreno está en disputa con otra persona”.
- “La casa es prestada, es de un familiar”.
- La casa en donde residen fue una herencia de su suegra.
- Vive en la casa que era de su abuelo. Actualmente está en sucesión.
- La casa en donde se encuentra residiendo fue cedida por su madre.
- Actualmente está pagando su vivienda al Instituto Provincial de la Vivienda.

Con el objetivo de conocer más acerca del contexto familiar de los entrevistados, se preguntó si algún miembro de su grupo familiar padece una enfermedad crónica o requiere cuidados especiales, incluida la persona entrevistada, y se concluye que el 70% no padecen enfermedades.

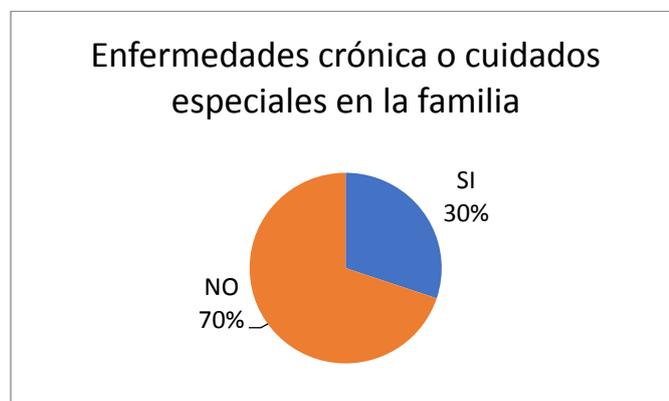


Gráfico 4 Enfermedades crónicas en el emprendedor o grupo familiar.

Fuente: elaboración propia.

4.2 Información demográfica: perfil de las personas que participan en el programa de Subsidios

La muestra de los usuarios de la línea de subsidio incluyó emprendedores de las siguientes localidades: San Miguel de Tucumán, Monteros, Tafí Viejo, El Cadillal y Cruz Alta⁷.

Al analizar las estructuras familiares se advierte que la mayoría de las personas emprendedoras viven con sus cónyuges o parejas e hijos, es decir, la familia nuclear; estas parejas cuando son varones cuentan que tienen ocupaciones laborales, en el caso de las parejas mujeres 2 de ellas son amas de casa y el resto también tiene ocupaciones laborales. Por otro lado, 3 de 27 entrevistados viven solos y 3 viven con la familia ampliada. En cuanto a la cantidad de hijos menores, tiene entre 1 y 3 hijos.

Respecto al género de las personas entrevistadas, se muestran una distribución similar a la muestra de usuarios de créditos, la mayoría corresponde son mujeres (74%) y el resto son varones (26%), tal como se puede ver en el siguiente gráfico.

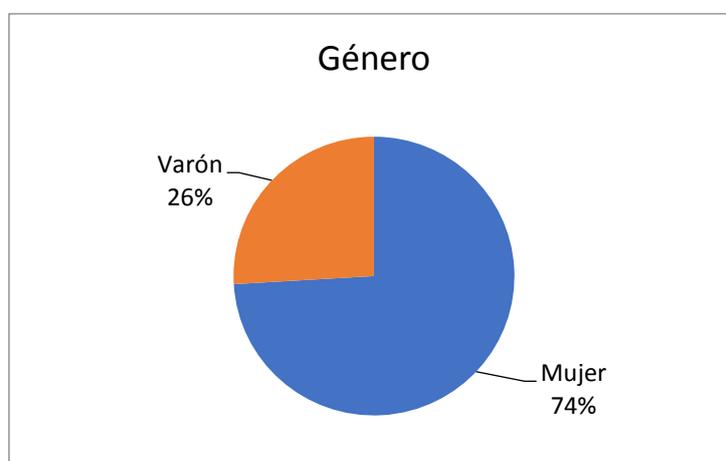


Gráfico 5 Género beneficiarios (Subsidios). Fuente propia.

La edad de las personas oscila entre los 20 años de la entrevistada más joven y 70 años del entrevistado de mayor edad, la moda de edad es de 42 años, es decir, la edad que más se repite.

Al analizar el nivel educativo, tal como muestra cuadro N° 6, se puede afirmar que la mayoría de las personas (30%) completó el secundario (SC),

⁷ En el Anexo Fotos se puede ver la geolocalización de las zonas incluidas en las muestras

seguido en por quienes tiene nivel terciario o universitario incompleto -TI-TU- (22.2%), un 15% finalizó el nivel primario (PC) y la misma proporción tiene secundario incompleto (SI), además, el 11% tiene primario incompleto (PI) y la misma medida tiene terminado el nivel terciario o universitario (TC-UC). También en cuanto al nivel educativo se dan similares situaciones que, en la muestra de crédito, pero hay una proporción levemente mayor de personas con estudios universitario o terciarios completos o incompletos.

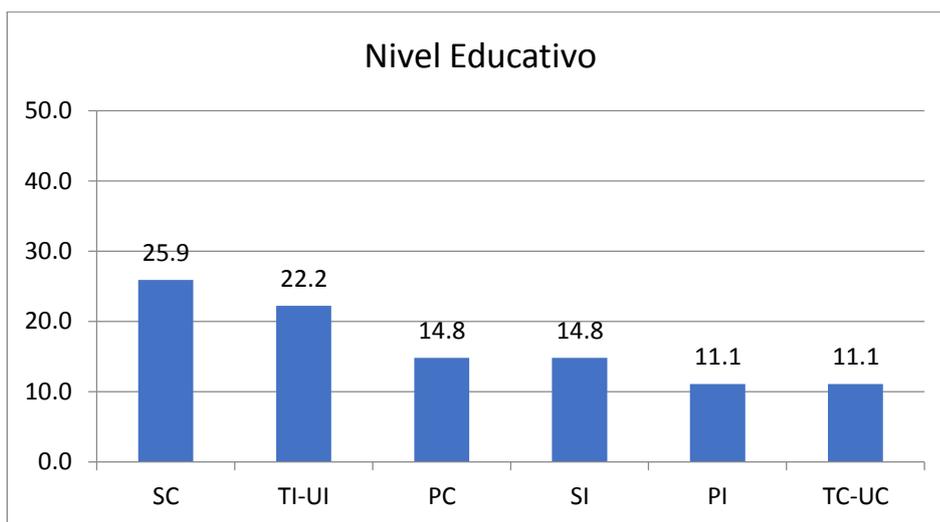


Gráfico 6 Nivel educativo beneficiarios (Subsidios). Elaboración propia.

Acerca de vivienda se observan las siguientes situaciones: más de la mitad de las personas es propietaria de su casa, el 52%, el 18.5% alquila la casa donde, el 11% comparte la casa con sus padres o suegros y el 18% manifiestan otras opciones como hicieron la casa en un terreno familiar o están en sucesión u otras opciones.

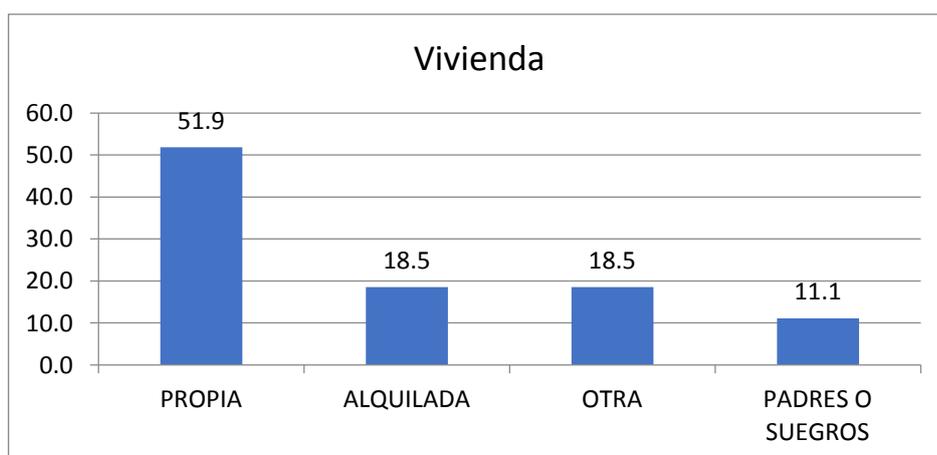


Gráfico 7 Situación habitacional beneficiarios subsidios. Fuente: elaboración propia.

Con el objetivo de profundizar acerca del contexto familiar de los entrevistados, se preguntó si algún miembro de su grupo familiar padece una

enfermedad crónica o requiere cuidados especiales incluida la persona entrevistada, y se concluye que en el 44% de los hogares alguno de los miembros de la familia padece alguna enfermedad y el 56% no, es sabido que estas situaciones pueden hacer más difícil el día a día además de poder requerir dinero extra para tratamientos y cuidados.

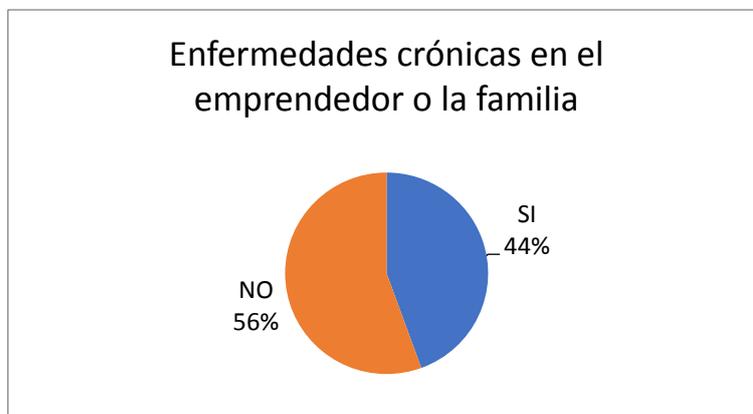


Gráfico 8 Enfermedades crónicas en el emprendedor o grupo familiar. Fuente: elaboración propia.

Luego de analizar la información demográfica de las personas entrevistadas de ambos programas se puede concluir que la mayoría son mujeres, que tienen entre 40 y 50 años y viven con sus parejas o cónyuges e hijos. La mayoría de estas familias habita una vivienda propia y también la mayor parte de la muestra alcanzó el nivel secundario o más. Además, se detectan familias cuyos hijos alcanzaron mayor educación formal que sus padres. Aún sin conocer los niveles de ingresos u otras dimensiones más estructurales, se podría decir que la mayor cantidad de emprendedores consultados que toman créditos y subsidios de la Sub Secretaría de Economía Social no corresponden a niveles de alta vulnerabilidad, sin embargo, también se encuentran familias que reciben ayudas económicas del Estado, que sus miembros tienen bajo nivel educativo y precaria situación habitacional.

5. TRAYECTORIAS DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE BENEFICIARIOS DE LA LÍNEA DE CRÉDITO

En este apartado se describen dimensiones de: tradición emprendedora de las familias, antigüedad en la actividad, si tienen otras ocupaciones, motivos a iniciarse en actividades independientes, aprendizaje e internalización de la actividad, cuántas personas están ocupadas en el emprendimiento, la percepción o no de otros ingresos, los tipos de comercialización, el aporte del emprendimiento a la economía personal y del hogar, modalidad de ventas, entre otras.

5.1.1 Tradición emprendedora

Se buscó conocer si los antecedentes de trabajos independientes en la familia es una propulsor del desempeño de los entrevistados y se puede ver que la muestra se divide casi igualitariamente entre quienes vienen de familia que ya desarrollaba actividades emprendedoras y quienes no tienen antecedentes de emprendedurismo en la familia, por lo tanto no se podría tomar como una causa determinante.

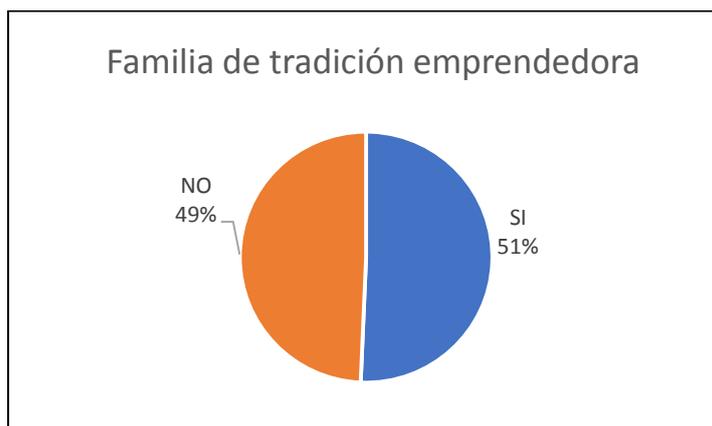


Gráfico 9 Tradición emprendedora en la familia (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.1.2 Ocupaciones anteriores

Continuando en la exploración de los caminos que llevaron a los entrevistados a desempeñarse en emprendimientos, se destaca que el 64% de ellos tenía una ocupación previa, mientras que el 36% comenzó con el emprendimiento como su primer trabajo.

Al profundizar en las actividades que desempeñaban antes de iniciarse como emprendedores, no aparece un patrón claro de conexión o transferencia de habilidades entre la experiencia y el rubro elegido. Por ejemplo, aquellos que se dedican a la producción de alimentos tienen experiencias laborales que van desde la cosecha y el cuidado de personas hasta trabajos en la limpieza de casas, la docencia y el empleo en negocios, entre otros.

Algunos casos interesantes que se comparten son: alguien que se dedica a la estética y que anteriormente trabajó en diversos lugares como en la caja de un supermercado, hizo costuras, elaboró dulces y realizó labores de limpieza en hogares; otro ejemplo es el de una persona que se dedica a la producción textil y accesorios, cuyos trabajos anteriores incluyen el cuidado de personas, la enseñanza en una escuela, tuvo una panadería y trabajó en un taller de calzado,

en este caso podría haber una línea que conecta el taller de calzado que hizo antes y la producción textil que hace ahora; por otro lado, un emprendedor de carpintería que su ocupación actual habría sido influenciada por su experiencia previa en una fábrica de muebles.

A partir de estas observaciones, se puede concluir que estas personas muestran una gran movilidad laboral, buscando constantemente oportunidades para mejorar su situación económica y obtener una mayor satisfacción personal en lo que hacen. Su capacidad para adaptarse a diferentes roles y desafíos demuestra una mentalidad emprendedora y la voluntad de aprovechar nuevas oportunidades en busca de un mayor bienestar.

El gráfico N.º 10 presenta una visualización de la relación entre el rubro actual de los emprendedores y su historial de ocupaciones previas. Se ha representado con columnas azules aquellos sectores económicos en los que la mayoría de los emprendedores han tenido experiencias laborales anteriores, estos rubros incluyen la producción de alimentos, comidas regionales y embutidos, textil y accesorios, marroquinería, estética, carpintería, artículos del hogar, imprenta y diseño. Por otro lado, se pueden identificar sectores en los que la mayoría de los emprendedores no tenía experiencias laborales previas, representados en el gráfico mediante columnas de color naranja. Estos rubros incluyen repostería y dulces, bares, bijouterie y accesorios, construcción, artículos del hogar, herrería, salud y textil, calzados y marroquinería. Como conclusión, se destacan los emprendedores que sí han tenido trabajos anteriores y ahora se dedican a la producción de alimentos.

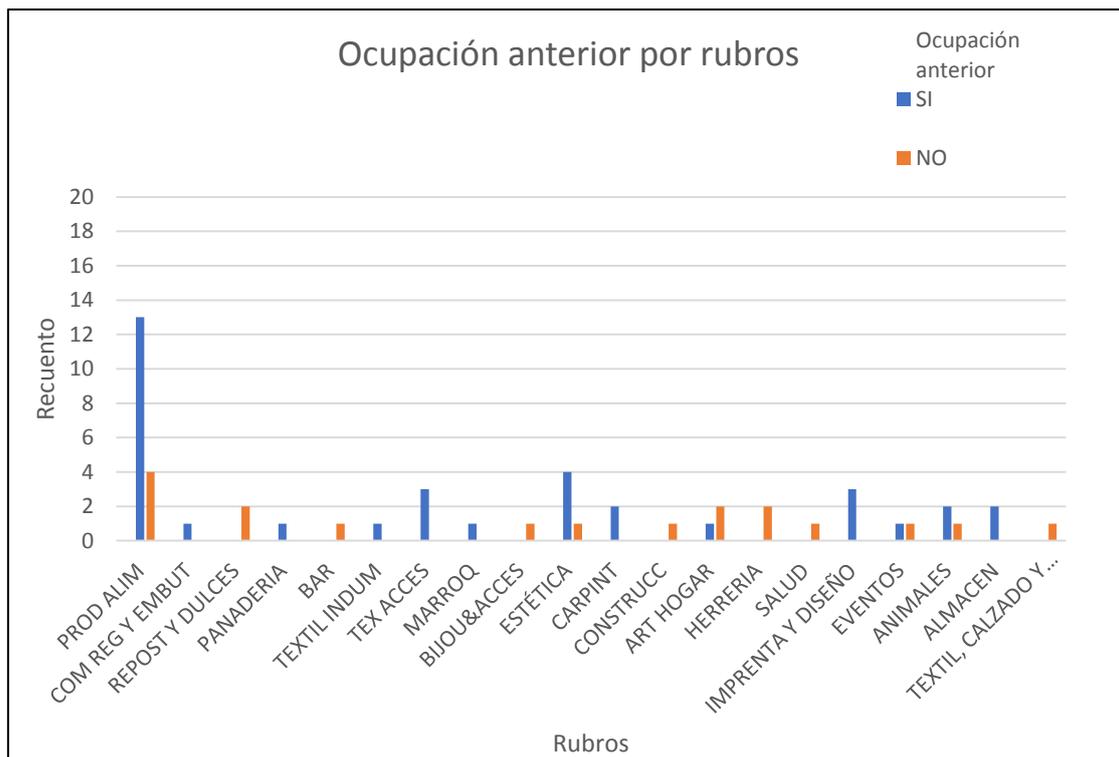


Gráfico 10 Relación entre ocupación anterior y rubro actual (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Este análisis visual subraya la diversidad de caminos que han seguido los emprendedores para ingresar en sus respectivos rubros. Mientras algunos emprendedores parecen haber capitalizado su experiencia laboral anterior en campos relacionados, otros han optado por lanzarse en rubros en los que carecían de experiencia previa. Esta variedad de enfoques refleja la versatilidad y la capacidad de adaptación de estos emprendedores para incursionar con éxito en sus áreas de elección.

5.1.3 Motivos por los que iniciaron el camino del emprendedurismo

Como se explicó en el apartado metodológico, la guía de la entrevista estuvo compuesta por una mayoría de preguntas con respuestas abiertas, es decir, que cada persona pudo expresar en sus palabras sus motivaciones, incluso sus emociones, las cuales luego fueron categorizadas para poder hacer los análisis correspondientes.

En la mayoría de las razones explicadas para comenzar la actividad por cuenta propia hay un deseo, a veces necesidad, de obtener ingresos o incrementar los que ya tienen, aunque no sea el motivo manifiesto de manera

explícita, excepto algunos casos en que el bienestar personal es el propulsor más importante.

Dada la flexibilidad que permite el enfoque cualitativo y la importancia de este ítem, tanto para la comparación con otros estudios anteriores como para ser insumo para la toma de decisiones en políticas públicas se diseñan dos categorizaciones que no son excluyentes entre sí, pero que pueden ser revisadas a la luz de las teorías tradicionales sobre emprendedurismo. Los dos ejercicios de agrupamiento de motivos se describen a continuación:

Primera categorización

Los ejes de esta categorización son: Necesidad económica, Intereses y pasiones, Cambio de circunstancias, Por oportunidad y curiosidad. A continuación, se muestran las categorías y solo los motivos más representativos de cada una:

Necesidad Económica:

- Inició debido a la dificultad de encontrar trabajo y la necesidad de generar ingresos.
- Se quedó sin empleo y necesitaba aumentar sus ingresos económicos.
- La necesidad de generar ingresos para su familia y enfrentar una situación económica difícil.
- Necesitaba trabajo y pudo encontrarlo en un bar (el bar es el emprendimiento conformado como cooperativa).
- Perdió su trabajo debido a la pandemia de COVID-19 y vio una oportunidad en su localidad.
- La necesidad de financiar sus estudios universitarios.
- La necesidad de no depender de su familia y su ex esposo.
- Problemas laborales de su esposo la llevaron a emprender.
- Bajos ingresos jubilatorios la llevaron a emprender.
- Necesidad de generar ingresos debido a la pérdida de su trabajo.
- Fue despedida por estar embarazada y decidió emprender por cuenta propia.
- Se quedó sin trabajo debido a la pandemia y un amigo le recomendó el rubro.
- La pérdida de su trabajo en la concesionaria la llevó a emprender.
- La crisis económica y el cierre de su taller de calzado la llevaron a emprender en otros rubros.

Intereses y pasiones:

- Siempre tuvo gusto por la estética y se inspiró en su madre que trabajaba como peluquera.

- Tenía interés en la cocina y decidió aprovechar su conocimiento y flexibilidad de horarios.
- Le gustaba el diseño y la casualidad la llevó a tomar un curso de Diseño Gráfico.
- Le gustaba la carpintería y decidió aprender por su cuenta después de un accidente.
- Le gustaba hacer manualidades en madera y siguió por su cuenta después de la muerte de su amiga.
- Siempre le gustó tejer y lo aprendió en la escuela primaria.
- Comenzó porque le gustaba el trabajo hecho a mano y no requería un gran esfuerzo físico.
- Tenía gusto por la carpintería desde joven y siguió con ello tras el cierre de su taller de calzado.
- Siempre le gustó la pastelería y vio que podía ser una buena salida laboral.
- Siempre le gustó la confección de prendas para bebés.
- Se interesó en la organización de eventos después de acompañar a una amiga a uno.
- Aprendió de su padre y siguió con el negocio de metalurgia.
- Aprendió de su padre y continuó el negocio de venta de productos avícolas.
- Siempre le gustó hacer productos en madera y lo inició como pasatiempo.
- Siempre le gustó el trabajo hecho a mano y comenzó a hacer minutas y billeteras.
- Le gustaba trabajar en talleres mecánicos y de tapicería.

Cambio de circunstancias:

- Se quedó inmóvil después de un accidente y decidió aprender a trabajar con cuero.
- Consiguió un trasplante de riñón y esto le permitió comenzar nuevos proyectos personales.
- Tuvo problemas en su vista y no pudo continuar con su trabajo como cosmetóloga y podóloga.
- Padece violencia de género y necesitaba empezar de nuevo.
- Padece violencia de género y necesitaba mantener a sus hijos.
- Ruptura matrimonial la llevó a iniciar su negocio de venta de ropa.

Por oportunidad y curiosidad:

- Vio que la venta de comida casera era importante durante la pandemia y decidió aprovechar la oportunidad.

- Vio la oportunidad de hacer un "Espacio cultural" con venta de comidas durante la pandemia.
- Un amigo le recomendó el rubro y vio la oportunidad de hacer algo nuevo.
- Su hermana la animó a emprender y tomar un crédito en Subsecretaría de Desarrollo Social.
- Vio que había negocios similares en la zona y decidió emprender en el rubro avícola.
- Vio la oportunidad de negocio en su localidad debido a la situación económica del país.
- Quería cambiar sus ingresos y encontró que la venta de artículos estacionales era una oportunidad.
- Se mudó a una nueva provincia y vio oportunidades en la reventa de cosméticos.
- El estado de salud de su esposo la llevó a dedicarse a su emprendimiento.
- Recibió el emprendimiento como herencia familiar y lo continuó.

Segunda categorización

En este segundo ejercicio de categorización, además de agrupar las respuestas bajo ejes sustantivos se contaron las frecuencias de cada una y se calculó un porcentaje, dado que se trata de respuestas múltiples, es decir, cada persona pudo dar más de una respuesta, el total suma más del 100%.

Las categorías elaboradas para este caso son las siguientes, las cuales se ordenaron por mayor frecuencia de repetición: aumentar ingresos, tener ingresos luego de despido o cierre o renuncia por malas condiciones, lograr ingresos económicos durante el aislamiento generado por el COVID-19, lo hacía desde chica y ahora lo empezó a comercializar, obtener ingresos teniendo problemas de salud de la persona emprendedora o de la familia, vio la oportunidad en su contexto o barrio, divorcio, separaciones, viudez, actividad de la familia-herencia de la actividad, ante la falta de oportunidades laborales, inicia por hobby y luego percibe oportunidades de negocio, Independencia-no depender de nadie, lograr ingresos y disponer de tiempo para cuidados de hijos y familiares (tareas de cuidado), le gusta la actividad-autoestima-bienestar, lo hacía desde chica y ahora lo empezó a comercializar.

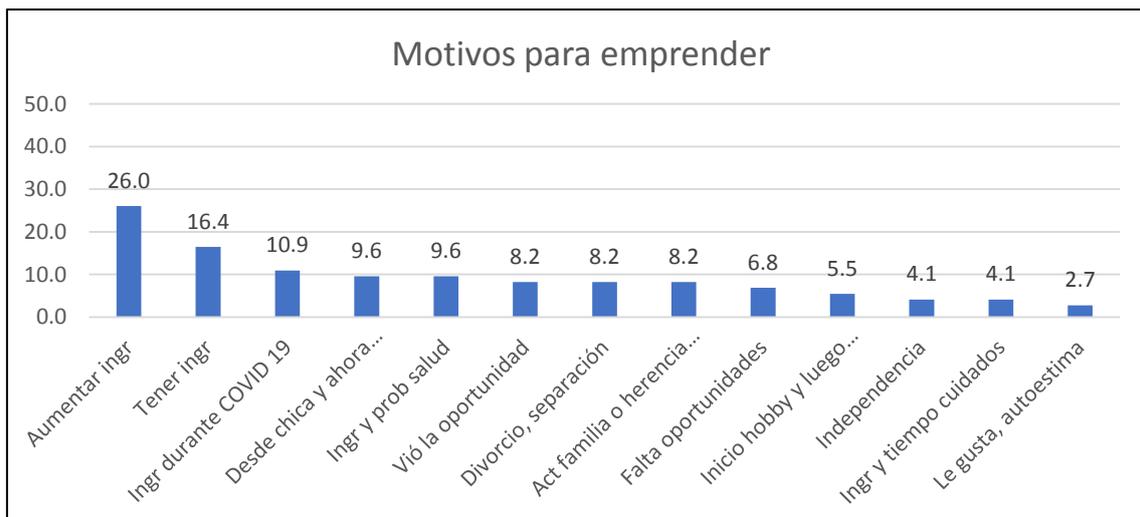


Gráfico 11 Motivos para emprender (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Como se menciona precedentemente, en casi todos los casos, los entrevistados buscaban mayores ingresos al momento de decidir iniciar su actividad emprendedora, pero resulta muy revelador los contextos o circunstancias asociadas para elegir desarrollar una actividad independiente.

“Aumentar ingresos” hace referencia a personas que tienen ingresos y desean o necesitan acrecentarlos, como se vio más arriba el 28% de los entrevistados dijo tener otras ocupaciones.

El motivo “Tener ingresos” remite a aquellos emprendedores cuya actividad por cuenta propia es la primera actividad económica o se quedaron sin la ocupación que tenían.

“Ingresos durante pandemia COVID-19” esta motivación está íntimamente ligada con la antigüedad de la actividad, ya que el 26% de los emprendimientos tienen entre 3 años o menos de funcionamiento. Se tiene en cuenta que las personas que quedaron sin trabajo en ese momento percibieron ayudas económicas del Estado, pero una vez terminada el aislamiento y distanciamiento generados por la pandemia, para muchos no fue posible recuperar un trabajo estable y/o en blanco.

La categoría “Divorcio, separaciones, viudez” claramente describe las familias que se reconfiguran y eso impacta en el nivel de ingreso del hogar.

Si bien estos dos ejes tienen distintas frecuencias de aparición, “Obtener ingresos teniendo problemas de salud de la persona emprendedora o de la familia” y “Lograr ingresos y disponer de tiempo para cuidados de hijos y familiares”, remiten a personas que no pueden descuidar ni delegar las tareas de

cuidados y a la vez necesitan más ingresos, suele pasar que estas dos condiciones generan más compromisos económicos.

Se puede sintetizar que estas son algunas de las razones por las cuales estas personas decidieron emprender en sus respectivos negocios. Cada uno tiene su historia única y sus motivaciones personales.

5.1.4 Realización de actividades económicas simultáneas

Se preguntó si además de la actividad independiente, la persona que lleva adelante esta actividad tiene otras ocupaciones y se revela que el 28% sí tiene otras ocupaciones, mientras que el 72% solo se dedica al emprendimiento. Mas adelante se puede ver que la mayoría del hogar cuenta con otros ingresos además del emprendimiento.

Analizando las otras actividades que desarrollan simultáneamente al emprendimiento los entrevistados señalan que también se ocupan de limpieza en casas, trabaja en una pizzería, locutora en una radio, cuidado de personas, trabajo comunitario e incluso estudiante en el secundario

Se repite las mismas conclusiones que la comparación entre rubros y trabajos anteriores, hay pocos casos que los emprendimientos están relacionados con las actividades paralelas que realizan.

5.1.5 Antigüedad de los emprendimientos

Dentro de los indicadores que permiten conocer más acerca de las actividades económicas independientes y de las personas que los llevan adelante se indagó acerca del tiempo de funcionamiento de las unidades de negocios.

En el gráfico se puede que ver que el mayor número de emprendedores, el 33.3%, tiene una antigüedad de 12 años o más en sus actividades, es muy interesante ya que la mayoría de los emprendimientos de la muestra son anteriores al 2011, mientras que el 30.6% tiene una antigüedad de 3 años o menos, es decir que estos últimos iniciaron sus actividades en 2020, año que comienza el aislamiento originado por la pandemia COVID-19; por otro lado, el 22% entre 4 y 7 años y el 14% entre 8 y 11 años. Se aprecia que la mayor cantidad de actividades económicas, el 47%, funcionan desde hace 8 años o más, por lo que se podría decir que son sostenibles en el tiempo, son estables.

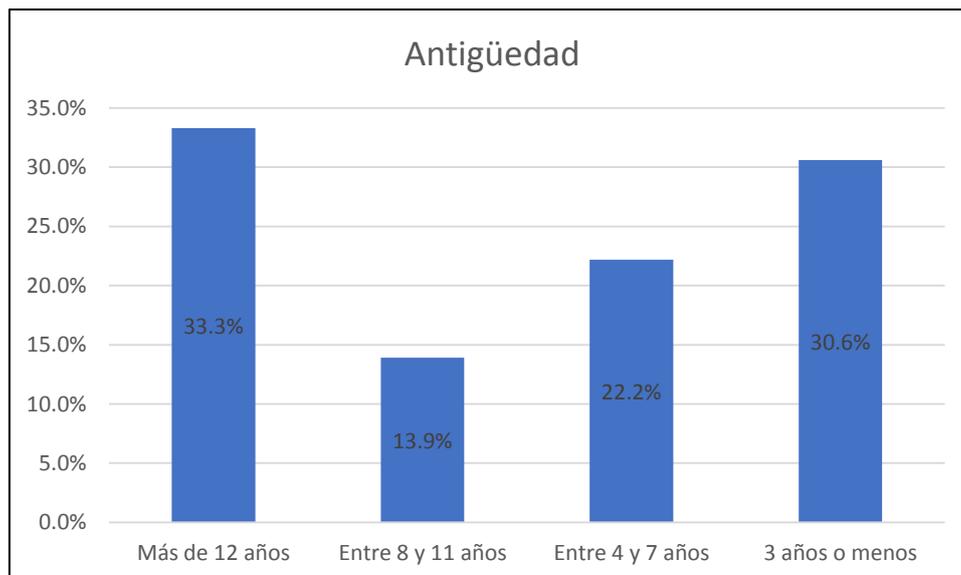


Gráfico 12 Antigüedad de los emprendimientos (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Es llamativo que, aunque los emprendimientos tienen muchos años de funcionamiento, cuando se les pregunta si recomendarían este servicio de crédito muchos indican que sí, porque es una buena herramienta para los principiantes, pero si se toma en cuenta el cuadro anterior, entonces, también es recomendable para quienes tienen una larga trayectoria.

5.1.6 Rubros

En cuanto a los rubros, se puede apreciar claramente en el gráfico N° 13 que la mayor cantidad de personas se dedica a la producción de alimentos, mayormente minutas como pizzas, sándwich, rotisería. En segundo lugar, se encuentran actividades relacionadas con la estética, entre las que se incluye peluquerías, masajes, maquillaje, depilación, belleza de manos y tratamientos estéticos en general. En tercer lugar: reventa de artículos del hogar; imprenta y diseños; textil y confección de accesorios. En cuarto lugar, de acuerdo a las frecuencias: almacén y quiosco, carpintería, organización de eventos; herrería y elaboración de pastelería y repostería. Y otra variedad de rubros con menor repetición como: bar, bijouterie y accesorios, comidas regionales y embutidos, construcción, marroquinería, panadería, salud (se trata de un profesional de enfermería), textil, calzados.

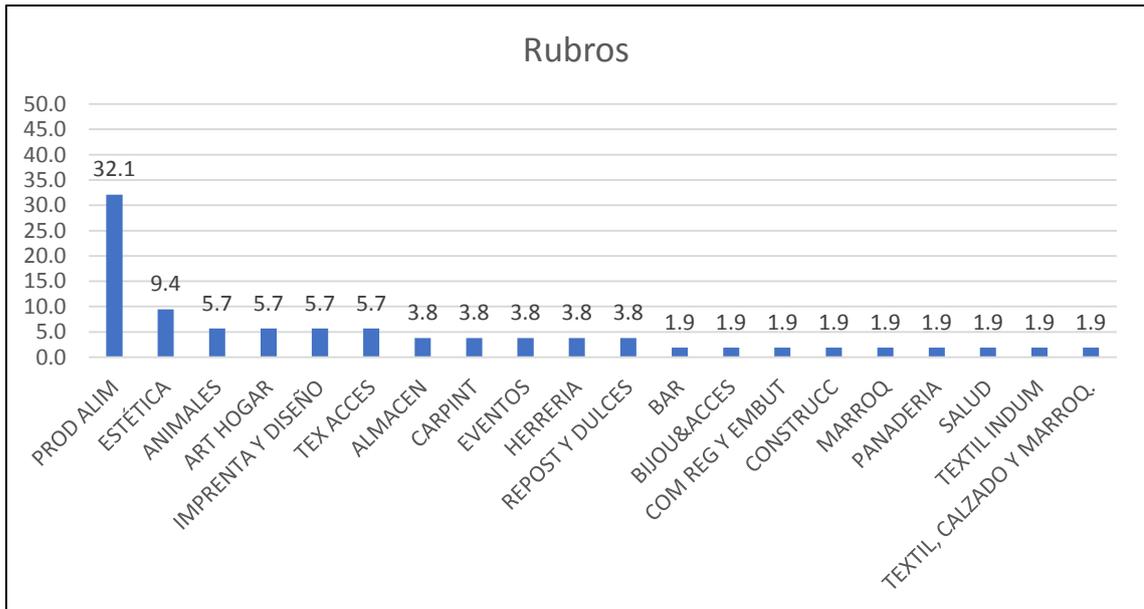


Gráfico 13 Rubros (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.1.7 Tipo de actividad

Además del rubro se buscó qué tipo de actividad llevan adelante. Una vez que se analizaron las respuestas abiertas se las agrupó en ejes que condensan varios testimonios y así se puede ver que el 30% se dedica a actividades de producción, el 21% a la reventa (compra mercadería o insumos para la venta), el mismo porcentaje tiene actividades de producción y además hace reventa de otras mercaderías, el 15% brinda algún servicio, el 8% se dedica a la producción y brinda un servicio y, en la misma proporción, 1,4%, la actividad se desarrolla dentro de una cooperativa o se dedica a la cría de animales o a la cría y reventa, representado en el cuadro N° 14.

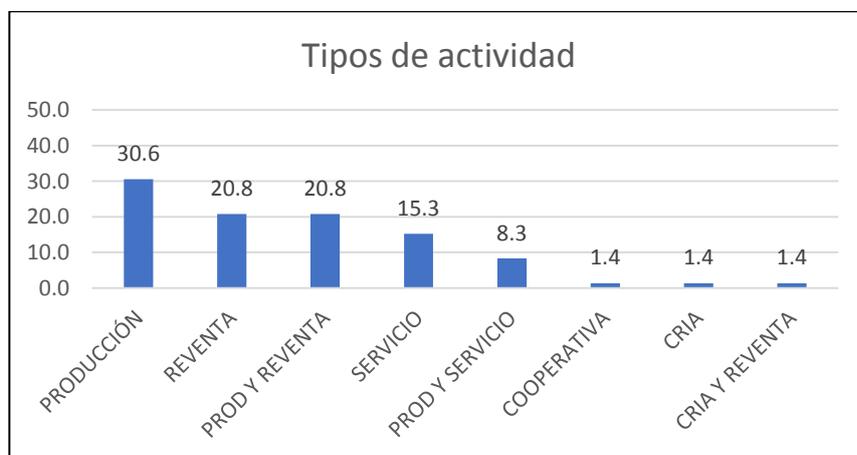


Gráfico 14 Tipos de actividad (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Al cruzar la actividad y el rubro, se destaca que en el rubro “Producción de Alimentos”, el 35% solo produce (y vende lo que elabora), el 23% anexa la reventa (en general de bebidas) y el 17% además de la producción brinda un servicio (catering, eventos). En el rubro “Textil, Accesorios” el 67% produce y vende lo que fabrica y el 33% también revende otras mercaderías.

En el siguiente gráfico de barras se puede ver los rubros dispuestos en la fila inferior y el color de las barras indica el tipo de actividad, de acuerdo a las referencias en colores.

En “Producción” la actividad que aparece con mayor frecuencia es la Elaboración de Alimentos (columna azul), en este rubro también son recurrentes los casos de emprendedores que además de la Producción de alimentos también hacen reventa (de otras mercaderías) y en menor cantidad de casos se observan a quienes además de la Producción de alimentos también brindan un servicio. Es importante resaltar que la actividad Producción también incluye el rubro dedicado a Imprenta y diseño, seguido en cantidad de frecuencias, por Organización de eventos. Entre otros cruces llamativos en la actividad Servicios se da la mayor frecuencia de emprendedoras en el rubro estética.

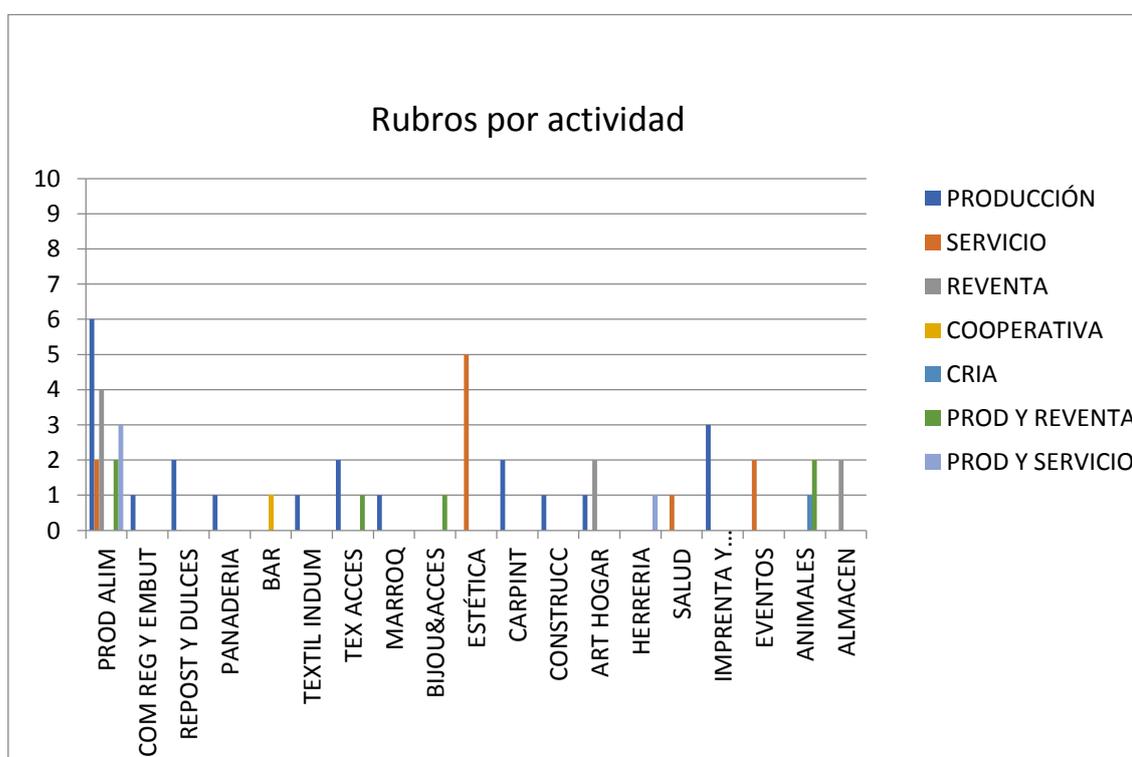


Gráfico 15 Relación entre rubros y actividad (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.1.8 Comercialización

El 67% vende de manera minorista, el 24% mayorista y minorista dependiendo de los proveedores y las oportunidades y el 10% compra y vende mayorista. Más adelante se podrá ver que para muchos el crédito ayudó a poder hacer compras mayoristas y de esa manera mejorar los márgenes de ganancia.

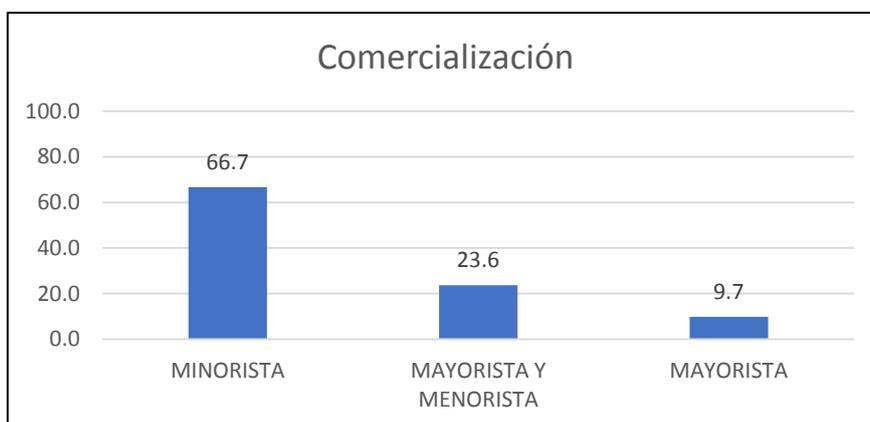


Gráfico 16 Modos de comercialización (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Al examinar como compran la mercadería, se observa que el 60% compra al por mayor, el 23.3% solo compra por menor y el 16.4% compra de las dos maneras. También escuchamos entrevistados que esperan poder comprar y vender mayorista porque perciben que de esa *manera* “la mercadería se mueve más rápido”.

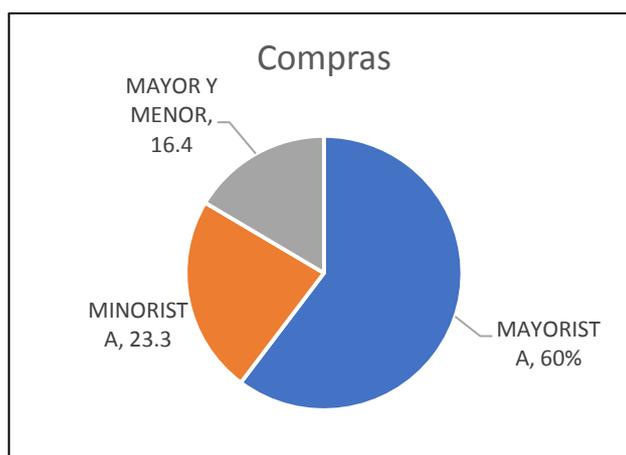


Gráfico 17 Modos de compras (Créditos). Fuente: elaboración propia

A su vez, el 95.8% compra al contado y solo el 4,2% compra al contado y crédito dependiendo del proveedor, la mercadería y las oportunidades

5.1.9 Cientes y espacios de venta

Los emprendedores comercializan sus productos y servicios a través de variados canales, el 49% tiene local, el 17% de manera ambulante, el 11% en ferias, el 8% a través de las redes y el 8 % combina las categorías anteriores, tal como indica el gráfico N° 18.

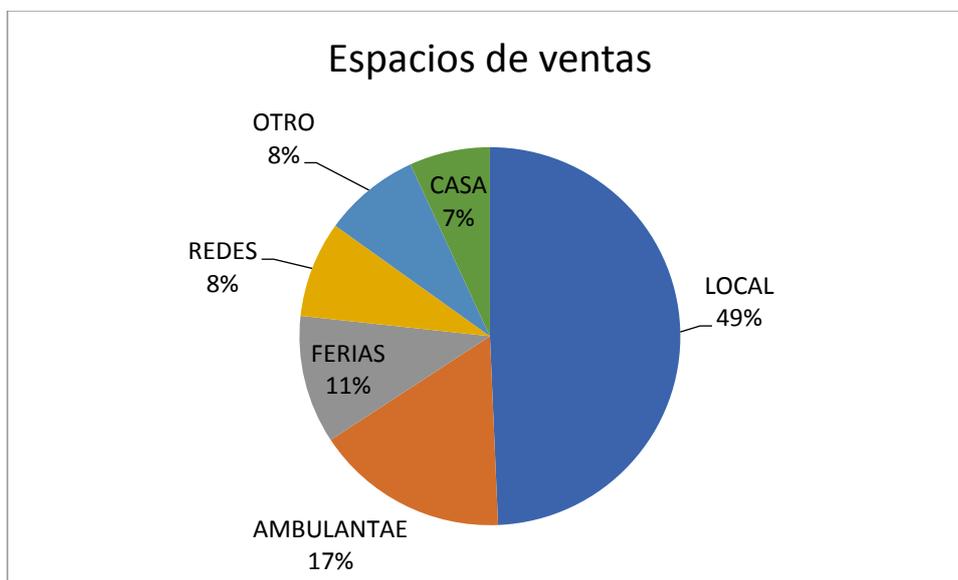


Gráfico 18 Espacios de ventas (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Para darse a conocer y atraer más clientes, la mayoría de las actividades se promocionan a través de un perfil en las redes sociales como Facebook, Instagram o incluso en los estados de *Whatsapp*. Estas formas en línea son usadas por todas las modalidades de ventas antes descritas, además, los emprendedores también suelen hacer publicidad o difunden sus servicios y productos a través del boca a boca de sus clientes, cartelería, folletería y aviso en radios.

5.1.10 Personas que trabajan en la actividad

Con la misma metodología de procesamiento, este ítem corresponde a una respuesta abierta que se categorizó para obtener una mirada global sobre cuántas personas se ocupan de cada emprendimiento. De esta manera se puede sintetizar que el 44% cuenta con la colaboración de familiares y amigos para el funcionamiento pleno del negocio, casi en la misma proporción, el 42% trabaja solo y el 9% eventualmente solicita ayuda y en estos casos pueden ser personas que trabajan por tiempo específico o familiares que acompañan en la actividad cuando se les solicita. En la opción "Otra" del gráfico N° 19 se dan combinaciones de las opciones anteriores.



Gráfico 19 Personas que trabajan en el emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia.

5.1.11 Como aprendió la actividad

Los entrevistados contaron como aprendieron la labor que realizan y se observa que hay múltiples métodos que se observan en el siguiente cuadro, así es que, la mayor proporción de personas aprendieron de sus familiares o amigos (25%), seguidos por quienes aprendieron la tarea en un trabajo anterior (18%), el 15% realizó cursos formales presenciales o virtuales, en esta categoría se incluyen a quienes tiene estudios terciarios o universitarios cuyos emprendimientos se refieren a esas profesiones, el 12% se considera autodidacta sirviéndose de varias modalidades, el 10% aprendió por Internet y aquí se hace referencia a tutoriales sobre todo de plataformas de *Youtube* y el 10% indica haber tomado un curso formal además de distintas maneras de aprender por su cuenta.

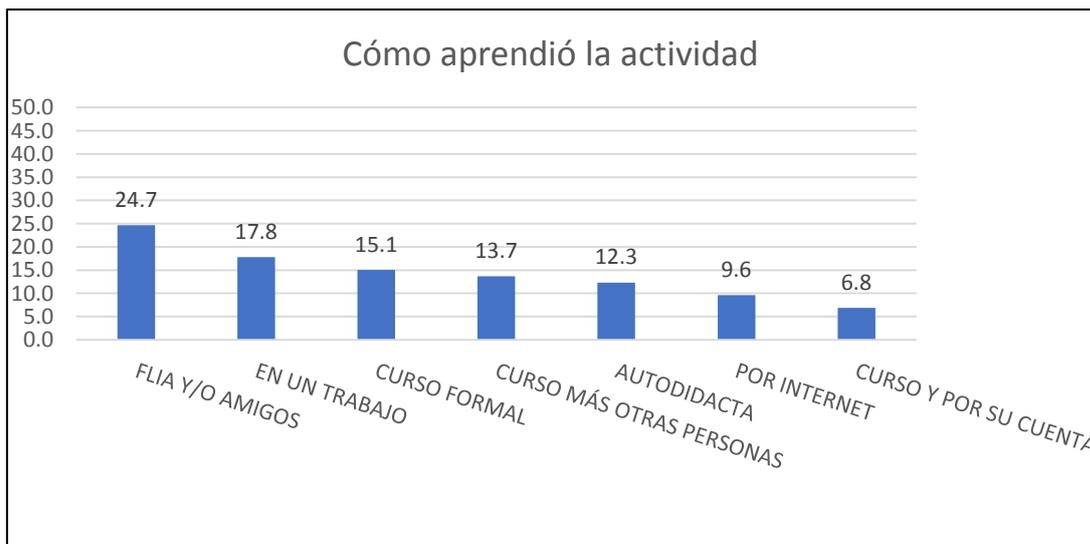


Gráfico 20 Modos de aprender (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.1.12 Ingresos del hogar

Se puede observar que cada hogar tiene diferentes estrategias para lograr ingresos, algunos combinan ingresos de otros trabajos con dinero del emprendimiento y se perciben otros casos donde la única fuente de ingresos es la actividad independiente, esto se puede analizar en los siguientes gráficos.



Gráfico 21 Otros ingresos en el hogar (Créditos). Fuente: elaboración propia.

Tal como se indica en los gráficos N° 21 y 22, de acuerdo a los testimonios brindados por los entrevistados se puede afirmar que el 81% de los hogares cuentan con otros ingresos además del emprendimiento y además, en esos casos el 75% son ingresos más importantes.

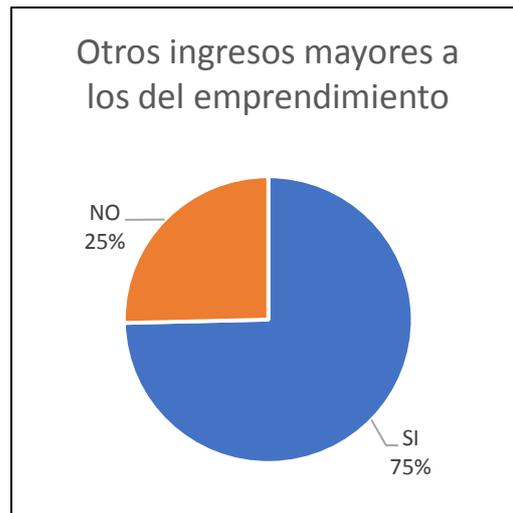


Gráfico 22 Otros ingresos mayores (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.1.13 Aportes a la economía familiar

Contando con la información anteriormente citada, ahora se suma la percepción de los entrevistados sobre cuál es el nivel de aporte económico de su actividad al total de los ingresos del hogar, así se advierte que para el 42% es un aporte pequeño, para el 32% es importante, para el 25% es la única fuente de ingresos y se destaca un caso de una actividad muy reciente que aún no sabe la respuesta.

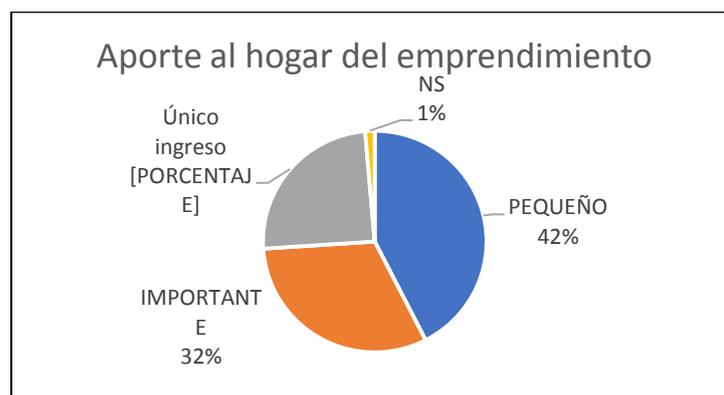


Gráfico 23 Aporte económico del emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia.

También se indagó el aporte del emprendimiento en el hogar atendiendo al género, así se revela que la mayoría de los emprendimientos que hacen un aporte pequeño pertenecen a mujeres, las actividades que hacen importantes aportes son llevadas adelante por varones con una leve diferencia y para quienes es el único ingreso son mayormente gestionados por varones.

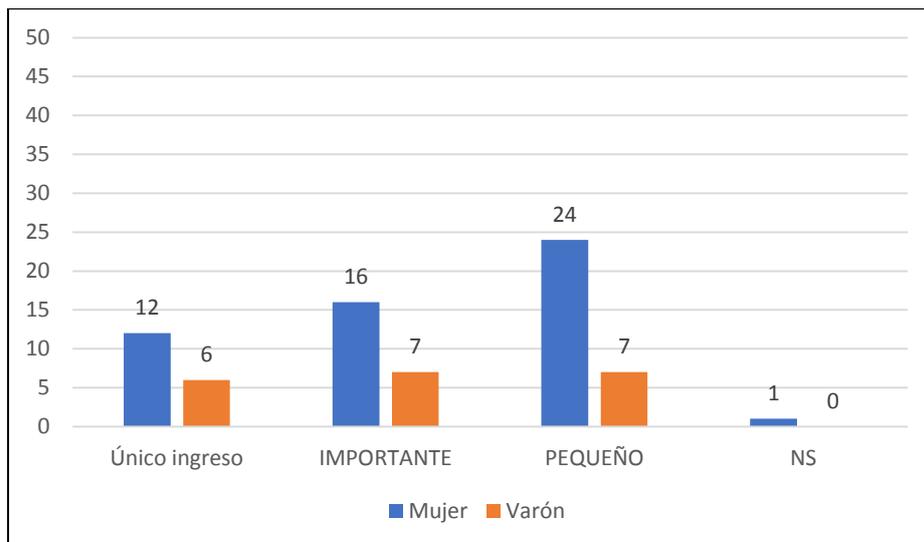


Gráfico 24 Aporte económico según género (Créditos). Fuente: elaboración propia.

5.2 Análisis de la percepción del crédito solicitado en la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria

En este apartado se hace el análisis de las respuestas referidas al crédito solicitado, en cuanto a: cuándo fueron solicitados y recibidos, niveles de endeudamiento de los emprendedores, motivos de elegir la opción de la Dirección de Microcréditos de la Subsecretaría de Economía Social, nivel de satisfacción con el proceso, requisitos y atención. También se indaga acerca de las capacitaciones y asesoramiento recibidos. Acerca del crédito recibidos se exploró sobre, su uso final, sus efectos, el tipo de garantías, la frecuencia de pagos, el cumplimiento de las cuotas.

5.2.1 Tiempo

Sobre el tiempo que pasó desde que recibió el primer crédito, se observa que la mayoría, el 64% de los emprendedores, lo recibió hace 3 años o menos, el 21% entre 8 y 11 años atrás y el 15% entre 4 y 7 años.

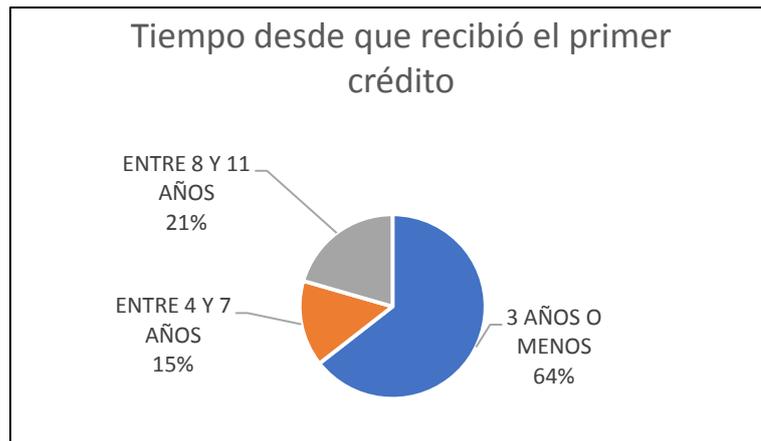


Gráfico 25 Tiempo desde que recibió el primer crédito. Fuente: elaboración propia.

5.2.2 Atención de la Subdirección

El 95% de los beneficiarios indican que tanto el proceso de solicitud como los requisitos son fáciles de cumplimentar, además, para el 80% la atención recibida es excelente o muy buena. El 89% de los casos realizaron el trámite en la oficina del Predio Ferial, un 10% en su comuna y una pequeña proporción comenzó los trámites en la Municipalidad de San Miguel de Tucumán (1.4%).

5.2.3 Asesoramiento y capacitación

En cuanto al asesoramiento, el 75% recibió asesoramiento y los temas que más sobresalen son sobre el trámite a seguir, acerca de la elección y compra de maquinarias o herramientas de acuerdo a su actividad y sobre las más eficientes maneras de hacer compras. En cambio, el 25% no considera haber sido asesorado.

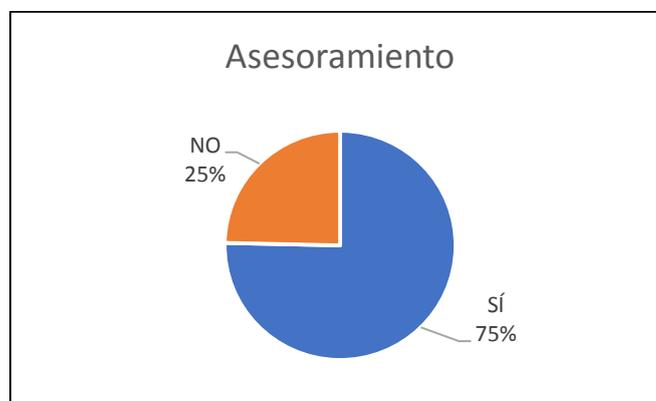


Gráfico 26 Asesoramiento (Crédito). Fuente: elaboración propia.

Se analiza el lugar de residencia y el asesoramiento recibido y se obtiene que de 55 personas que recibieron asesoramiento, la mayoría son de San Miguel de Tucumán, tal como se puede ver la distribución de la siguiente tabla.

Tabla 1 Asesoramiento y lugar de residencia (Crédito). Fuente: elaboración propia.

San Miguel de Tucumán	36
Yerba Buena	2
El Manantial	1
Tafí del Valle	0

Luego de recibido el crédito el 77% de los entrevistados mantuvo contacto con su asesor y el 23% no volvió a comunicarse, estos últimos suelen ser emprendedores del interior de la provincia que realizan el trámite a través de la Comuna.

En lo concerniente a las capacitaciones, el 53% tomó cursos y el 47% no lo hizo, esto se debe a que no coincide la temática del curso con su rubro o porque el emprendedor no pudo asistir por horarios o por diversas razones.

Los cursos más tomados por los emprendedores son: Bromatología⁸ (29.4), Marketing (29.4%), Uso de redes (12%), Panadería (12%), Fotografía (6%) y Liderazgo (6%), también han asistido a cursos de Costos, Ventas, Marroquinería y quienes tomaron varios temas.

Con respecto a los cursos y el lugar de residencia, se puede apreciar que la mayoría de quienes tomaron cursos residen en San Miguel de Tucumán, dos emprendedores de Yerba Buena y 1 de El Manantial, quienes viven en otros lugares no asistieron a cursos.

5.2.4 Destino y monto del crédito solicitado

Ésta también es una pregunta de respuesta abierta, en la cual a partir de la diversidad de respuestas brindadas se elaboraron categorías de agrupamiento. Se indagó acerca del destino que se les dio a los créditos solicitados y se puede observar que el 60% de las personas solicitó el crédito para la compra de mercaderías o insumos, el 12% para mercaderías o insumos y también para adquirir equipamientos, se distingue entre maquinarias y equipamiento, entendiendo como equipamientos herramientas de trabajo o muebles, en cambio, maquinaria son aparatos o motores de mayor porte y costo. Mientras que el 4% lo solicita para maquinaria y mercadería o insumos y para uso personal, en este

⁸ Las actividades habilitadas tienen la obligación de hacer el curso de Bromatología

caso se vislumbra una desviación del crédito que en vez de destinarse a la actividad comercial se deriva a compras personales, similar es el caso de un 1,4% que lo usó para pagar servicios o deudas y en la misma proporción se utilizó para poder contar con ahorros. En el cuadro siguiente se detallan cada una de las opciones.

A partir de las palabras de los entrevistados, en cuanto al monto recibido, el 37% recibió lo que esperaba, el 7% más de lo que esperaba y el 56% menos de lo que esperaba. Sin embargo, se pudo saber que el 93% pudo usar el crédito para lo que había programado.

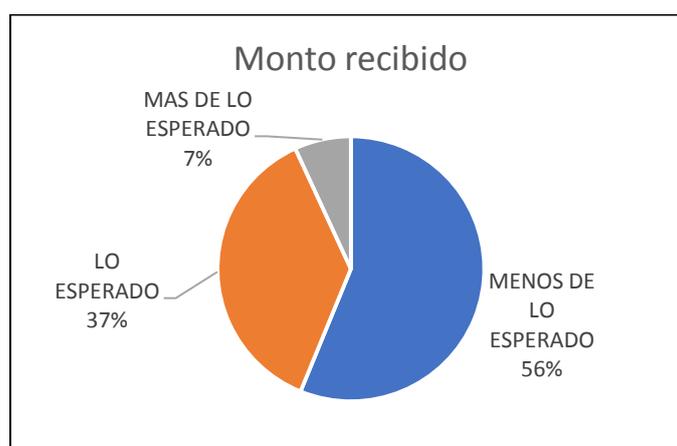


Gráfico 27 Monto del crédito recibido. Fuente: elaboración propia.

Quienes recibieron menos dinero de lo que esperaban asumieron diversas estrategias, la mayoría, el 78%, compró menos de lo que había planeado, el 16% utilizó sus ahorros para compensar la diferencia y el 5% decidió comprar otra cosa.

5.2.5 Nivel de endeudamiento de los usuarios

Sobre el comportamiento de los entrevistados ante el uso de la estrategia crediticia, el 72,2% de las personas informan que no habían sacado créditos anteriormente, en cambio, el 27,8% sí lo había hecho.

Al preguntar por qué eligieron o se animaron, para quienes no tenían otros préstamos de la Dirección de Microcréditos se destaca que el 29% lo eligió por recomendación, el 30%, por el bajo interés, el 26%, porque lo invitaron para hacer un grupo de garantía solidaria el 15% y por la sumatoria de las anteriores.

En la actualidad, el 90% de las personas no tienen otro crédito, en números absolutos, son 8 personas de un total de 73 que tienen otros créditos por fuera de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria y 7 de ellos están

pagando créditos más importantes, en cuanto al monto recibido. Se puede confirmar que los usuarios de la Subsecretaría tienen un bajo nivel de endeudamiento o un nivel adecuado a sus movimientos.

5.2.6 Efecto del crédito

Se preguntó, con respuesta predeterminada, acerca de qué efectos percibidos tuvo el crédito en sus actividades económicas y en sus contextos familiares. Las respuestas se plasman en el siguiente cuadro. Los efectos más citados contemplan que con el crédito pudieron mejorar los costos, en otros casos los ayudó a mejorar las ventas y también que pudieron aumentar el capital de trabajo.

Se transcriben algunas de las expresiones y comentarios de los entrevistados:

- *“Pude remodelar el local aprovechando una oferta del proveedor en la compra de los materiales para dicha remodelación”.*
- *“Pude mejorar el emprendimiento”*
- Pudo hacer compras mayoristas a un mejor precio y aumentó las ventas.
- Más allá de que el monto del crédito fue poco para lo que esperaba, fue muy positivo para su emprendimiento. Produjo una mejora en el mismo ya que mejoró costos y aumentó el stock de materia prima.
- Pudo comprar las bolsas en un proveedor mayorista que tenía mejores precios (Rubro dedicado a descartables).
- Puso repuestos nuevos, “el vehículo gasta menos combustible”.
- Pudo avanzar en la remodelación de futuro local comercial.
- Pudo reparar su medio de comercialización colocando techo al carrito de venta y cambió ruedas.
- *“La compra del Dron me abrió la puerta a un nuevo mercado, clientes de mayor poder adquisitivo. Clientes que querían algo más específico”.*

Es importante indicar aquí que cuando se analiza el efecto del crédito, el mismo está íntimamente ligado al tiempo de espera entre la solicitud y la entrega. En cuanto a esta dimensión, las personas responden: el 67% afirma que el tiempo fue adecuado, incluso rápido, en cambio para el 33% pasó mucho tiempo.

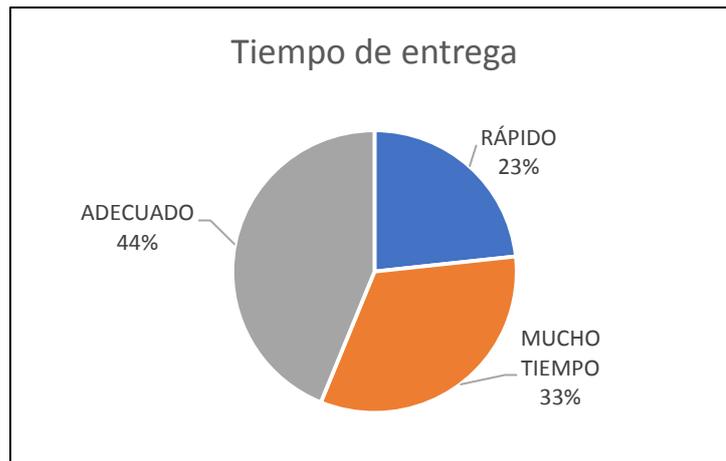


Gráfico 28 Tiempo de espera del crédito. Fuente: elaboración propia.

5.2.7 Modalidad del crédito

Tal como explicaron en las entrevistas los operadores y responsables de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria, de la Subdirección de Economía Social y de la Dirección de Microcréditos, las personas pueden tomar créditos individuales o grupales. En la muestra trabajada se encuentra que el 75% de los créditos fueron grupales y el 25% individuales. En cuanto a la conformación de los grupos, el 54% están compuestos por 2 personas, el 33% por 3 personas y el 13% por 4 integrantes.

Además, el 79% de las personas evalúan como muy buena o excelente la experiencia grupal, para el 16% fue una buena experiencia y solo para un 5% fue negativa.

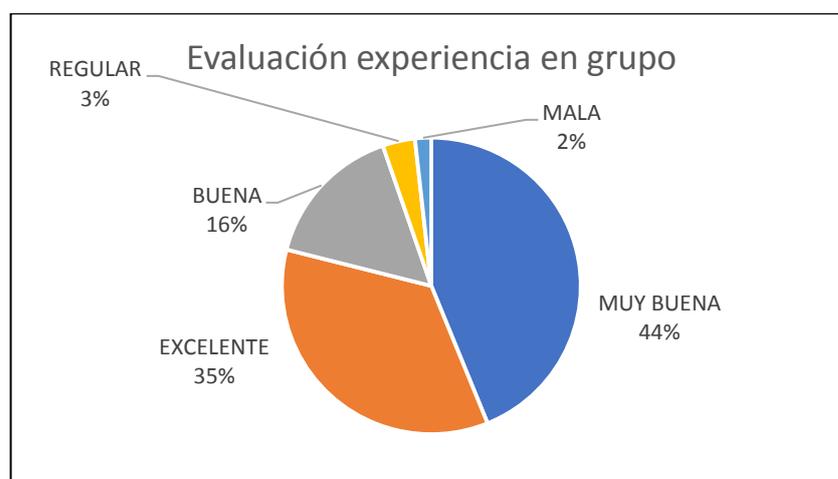


Gráfico 29 Evaluación de la experiencia en grupos. Fuente: elaboración propia.

Se destaca como una innovación los grupos conformados por dos integrantes, es evidentemente una modalidad exitosa dados los resultados de cumplimiento de las obligaciones y el alto nivel de satisfacción para las personas.

El 98% de los créditos se pagan con frecuencia mensual, lo cual, generalmente se debe a la sugerencia de los asesores de créditos y los usuarios manifiestan conformidad. Al 81% de las personas les resulta fácil el pago de las cuotas, para el 13% medianamente difícil y para el 6% es difícil

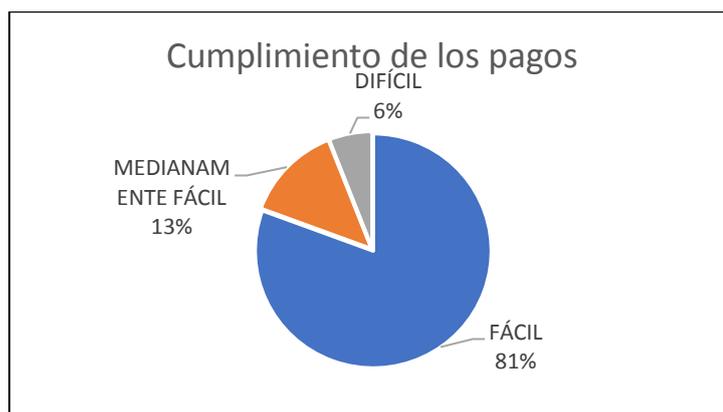


Gráfico 30 Cumplimiento de los pagos. Fuente: elaboración propia.

También solicitamos que informen acerca cuál es la fuente de dinero para pagar las cuotas y se percibe que el 78% de las personas paga las cuotas con los ingresos que obtiene del emprendimiento, mientras que el 14% paga con dinero de otras actividades además de los ingresos del emprendimiento, tal como indica el gráfico N° 33.

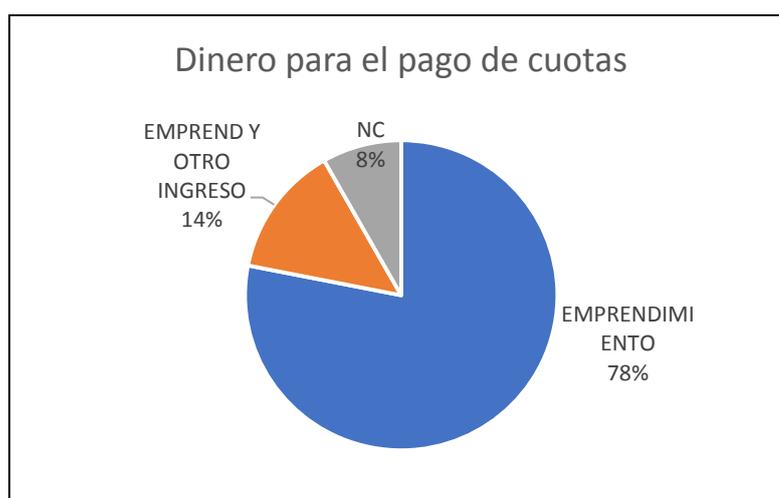


Gráfico 31 Dinero para el pago de cuotas. Fuente: elaboración propia.

Si se cruza los datos de los dos cuadros anteriores, se sintetiza de la siguiente manera: de las 73 personas entrevistadas, a 45 le resulta fácil el pago de las cuotas y lo hace con el dinero generado por el emprendimiento, otros 7 entrevistados tampoco tienen dificultad, pero lo pagan con dinero del emprendimiento y de otros ingresos. Para 7 de los 9 emprendedores que siente medianamente difícil el pago de las cuotas igualmente lo efectivizan con el dinero de la actividad independiente y aún para quien es difícil el pago de las cuotas puede cancelar las obligaciones con el dinero de la actividad para la que fue otorgado el crédito. El siguiente grafico está expresado en números absolutos.

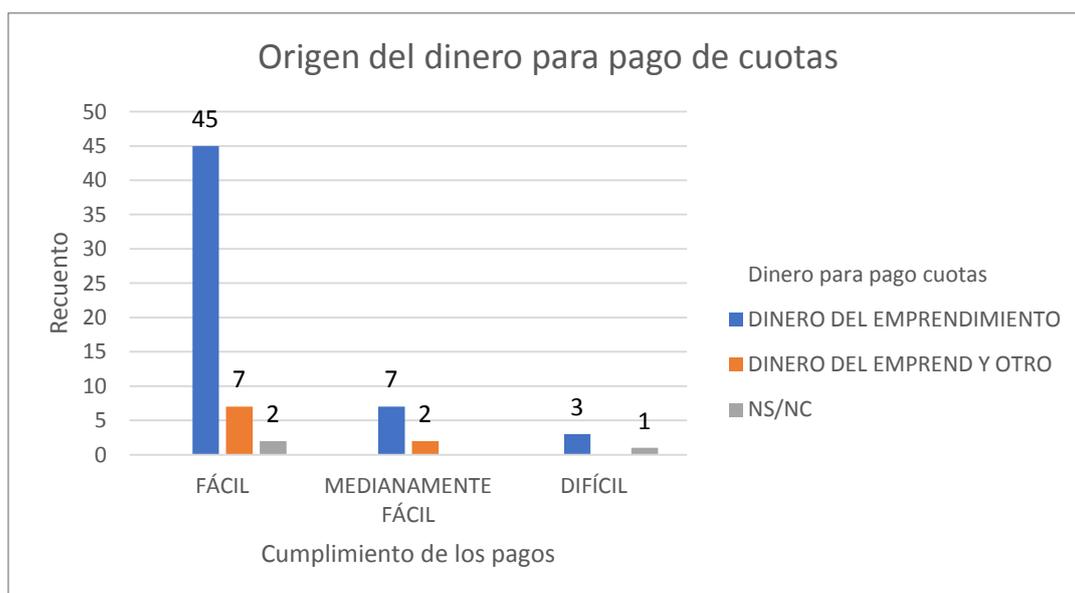


Gráfico 32 Fondos y complejidades de pagos. Fuente: elaboración propia.

5.2.8 Interés en renovar el crédito y evaluación de la experiencia

Sin dudas, los usuarios de la línea de crédito están dispuestos a renovarlo en un 99% de los entrevistados, a su vez, el 66% quiere renovar de manera grupal mientras que el 34% prefiere individual. Actualmente, el 75% de los créditos son grupales y el 25% individuales, es decir, que habría quienes están en grupos y preferirían renovar de manera individual si se lo permitieran.

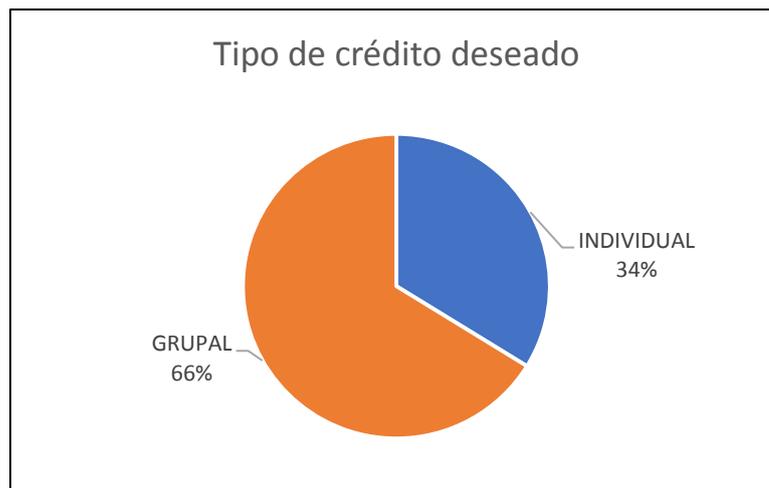


Gráfico 33 Tipo de crédito. Fuente: elaboración propia.

Sobre la próxima renovación se preguntó cuál será el destino del crédito que solicite. el 73,4 % destina el crédito a mercaderías e insumos, aunque no exclusivamente, se pueden mencionar, la mayoría planea la necesidad de mayor equipamiento o el deseo de mejorar infraestructura, es decir, de mejorar las condiciones de su lugar de trabajo.

Se observa que la mayoría planeó para el crédito anterior y vuelve a repetirse ahora usar el crédito para compra de mercaderías e insumos, así mismo, la compra de equipamiento también tiene la misma importancia para el uso del dinero y la inversión en infraestructura vuelve a manifestarse como uno de los destinos con mayor frecuencia.

Una manera de medir de la satisfacción de los emprendedores con el servicio es saber si las personas lo recomendarían y se concluye que la totalidad de las personas entrevistadas recomendaría a otro emprendedor que solicite crédito de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria.

Sobre los motivos por los que recomendaría la línea de crédito, las personas respondieron de manera abierta y a partir de sus respuestas se elaboraron las categorías. Si bien el gráfico N.º 37 muestra claramente que la mayor frecuencia se corresponde a “interés bajo”, es importante dejar claro que esta misma cualidad acompaña a otras opciones de respuestas, es decir, es la característica más valorada. Cuando las personas hacen referencia a “fácil” se refieren a la baja complejidad para reunir los requisitos, también destacan que no es necesario presentar un recibo de sueldo, como un gran valor del servicio.

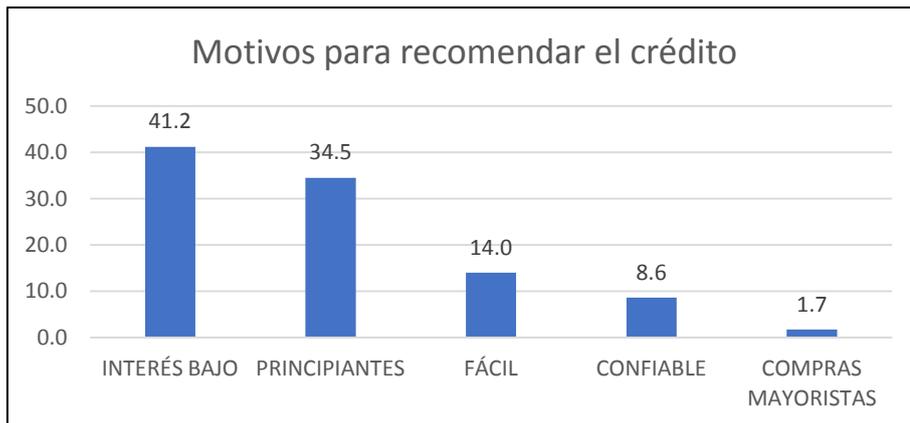


Gráfico 34 Motivos para recomendar (Crédito). Fuente: elaboración propia.

Como se dijo más arriba, los emprendedores perciben que el crédito es una herramienta óptima para quienes están iniciando su actividad económica, sin embargo, muchos de ellos tienen ya una larga trayectoria y lo siguen evaluando como un recurso muy eficiente para sus negocios.

5.2.9 Planes para el futuro

El objetivo de este ítem es conocer sus expectativas con respecto al crédito y a su actividad específica. Entre sus necesidades y deseos para el futuro, los entrevistados planean, de acuerdo al mayor número de frecuencias, mejorar el local seguido por quienes desean abrir su local, luego indican querer lograr mayores ingresos, contar con más mercadería o insumos, comprar maquinarias o herramientas, entre otros. Lo anterior se ve reflejado en el siguiente gráfico.

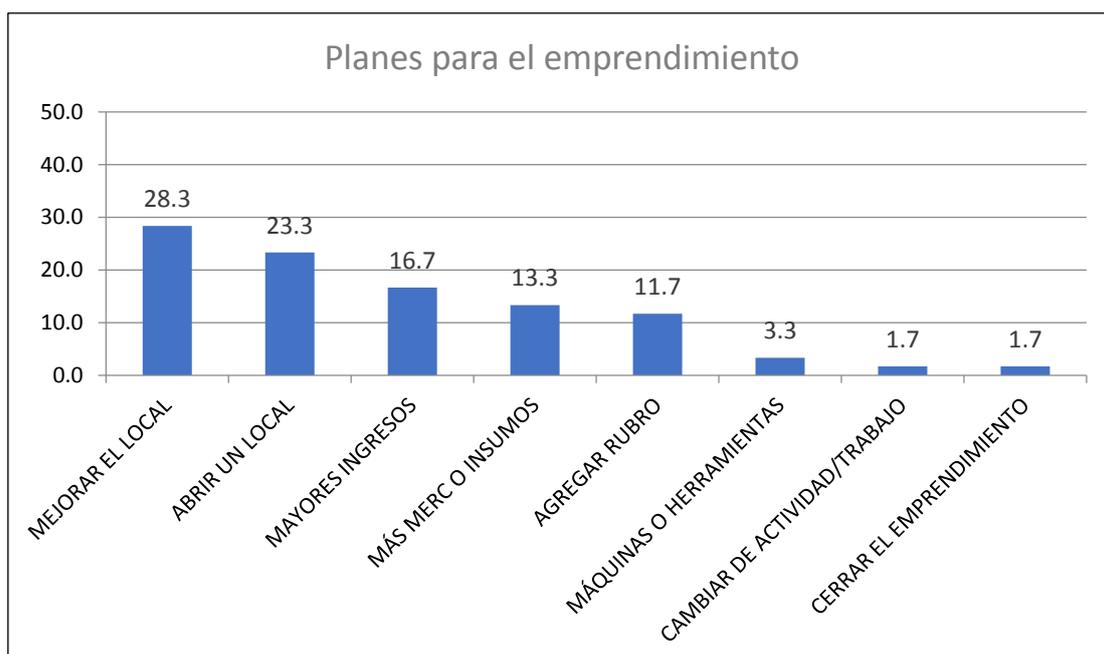


Gráfico 35 Planes para el emprendimiento (Crédito). Fuente: elaboración propia.

Una de las preguntas fue si a las personas les gusta la actividad en la que se desempeñan, su rol de emprendedor, o si preferirían hacer otras cosas.

Es alentador advertir que al 82% le gusta lo que hace, el 12% de los emprendedores dice que le gusta lo que hace, pero lo podría cambiar si tuviera oportunidad de tener mayores ingresos de manera estable. Sólo el 3% quiere cambiar de trabajo. Está última respuesta obedece a que la actividad económica no está dando los ingresos que la persona necesita.



Gráfico 36 Gusto por lo que hace (Crédito). Fuente: elaboración propia.

5.2.10 Sugerencias

En cuanto a las sugerencias para perfeccionar la línea de créditos para emprendedores, lo primero que hay que destacar es que muchas personas manifiestan no tener sugerencias porque así funciona muy bien.

En cambio, otros entrevistados solicitan que se otorguen montos mayores, incluso hay quienes indicaron que prefieren tener la posibilidad de aumentar el monto, aunque eso signifique subir la tasa de interés. Otra de las sugerencias es que las renovaciones sean más frecuentes, es decir, que le una vez repagado el crédito no tengan que esperar mucho tiempo hasta el próximo desembolso. Se presta especial atención a los testimonios que demandan más acompañamiento e incluso más controles, es decir que sean visitados en sus actividades; desde el lugar de investigadores se interpreta que el pedido de visitas podría hacer referencia a tener la posibilidad de mostrar lo que hacen, poder compartir sus

procesos de crecimiento, es decir, ser legitimados y valorados por la banca que les otorga el crédito. Otra sugerencia o pedido es que los desembolsos atiendan a las fechas de mayores ventas como Navidad, día de la madre, del padre, día del niño, del maestro, etc.

6. TRAYECTORIAS DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA DE SUBSIDIOS

Para describir las trayectorias de los emprendedores entrevistados que recibieron subsidios, en este apartado se describen dimensiones de: tradición emprendedora de las familias, antigüedad en la actividad, si tienen otras ocupaciones, motivos a iniciarse en actividades independientes, aprendizaje e internalización de la actividad, cuántas personas están ocupadas en el emprendimiento, la percepción o no de otros ingresos, tipos de comercialización, aporte del emprendimiento a la economía personal y del hogar, modalidad de ventas, entre otras, tal como se llevó a cabo el análisis para los usuarios de la línea de crédito.

6.1.1 Tradición emprendedora

Se observa que una proporción levemente mayor de emprendedores, comparado con los usuarios de crédito, no tuvieron experiencias de actividades económicas independientes en su familia.

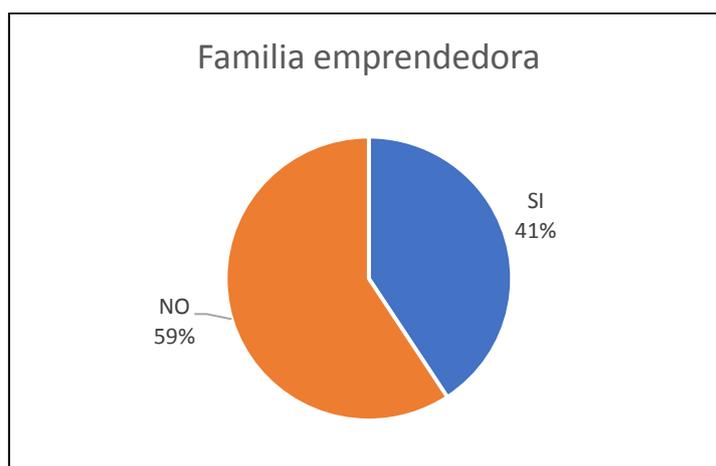


Gráfico 37 Tradición emprendedora en la familia (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.2 Ocupaciones anteriores

El 70% de los entrevistados que recibieron subsidios tuvieron ocupaciones anteriores a la actividad emprendedora. No se identifica un patrón entre las

actividades que realizaban y su presente. Se podría decir que la actividad por cuenta propia fue una elección que ha mejorado aspectos de su vida de manera integral y no solo la dimensión económica, ya que más adelante se verá que a la mayoría le gusta lo que hace ahora.



Gráfico 38 Ocupaciones anteriores (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.3 Motivos para empezar el emprendimiento

Al igual que en la guía de entrevista para créditos, la guía para beneficiarios de subsidios estuvo compuesta por mayor cantidad de preguntas con respuestas abiertas, es decir, que cada persona pudo expresar en sus palabras sus motivos, incluso sus emociones.

Tal como se vio en el análisis de quienes solicitaron créditos, la mayoría de las razones contempla un deseo, a veces necesidad, de obtener ingresos o incrementar los que ya tienen, aunque no sea el motivo manifiesto de manera explícita.

Dada la flexibilidad que permite el enfoque cualitativo y la importancia de este ítem, tanto para la comparación con otros estudios anteriores como para servir de insumo para la toma de decisiones en políticas públicas, se hacen aquí también dos categorizaciones que no son excluyentes entre sí, pero que pueden ser revisadas a la luz de las teorías tradicionales sobre emprendedurismo. Los dos ejercicios de agrupamiento de motivos se describen a continuación:

Primera categorización

Las categorías propuestas en este primer análisis son: Necesidad económica y superación personal, Cuidados de los hijos y flexibilidad laboral, Intereses y habilidades personales, Cambio de vida o circunstancias personales.

Necesidad económica y superación personal:

- La pérdida de su empleo y la falta de ingresos económicos llevaron a un entrevistado a utilizar sus habilidades en costura.
- La falta de ingresos económicos en la familia llevó a una persona a emprender con la elaboración de productos caseros.
- La participación en un programa nacional y el apoyo de asesores motivaron a una persona a emprender.
- Los bajos ingresos jubilatorios llevaron a un entrevistado a emprender en la elaboración de productos de panadería.

Cuidado de los hijos y flexibilidad laboral:

- La dificultad para encontrar trabajo mientras se cuida a los hijos llevó a la entrevistada a emprender y disfrutar de la flexibilidad.
- La necesidad de ingresos económicos para sostener a su hija y nieto la impulsó a involucrarse en la producción textil.

Intereses y habilidades personales:

- El interés por el arte y la enseñanza llevó a una emprendedora a ofrecer útiles y delantales a sus alumnos.
- La influencia de la madre y el gusto por la estética motivaron a otra persona a dedicarse a la cosmetología y las ciencias de la comunicación.
- El gusto por la carpintería, compartido con una amiga, llevó a una emprendedora a continuar por su cuenta.
- El amor por la pintura, el tejido y el bordado desde joven condujo a otra persona a crear productos artesanales.
- La experiencia en un comedor comunitario y el consejo de asesores técnicos la llevaron al emprendimiento gastronómico.
- Cambio de vida o circunstancias personales:
- Un diagnóstico de tuberculosis y la necesidad de trasladarse motivaron a una persona a emprender en una nueva ubicación.
- La pérdida de un hijo en tiempos de pandemia llevó a una persona a buscar actividades que ayudaran a sobrellevar la pérdida emocional.
- El despido y la necesidad de ingresos económicos llevaron a un entrevistado a la agricultura y la elaboración de productos caseros.
- La separación de su esposo y la necesidad de mantener a su familia llevaron a una persona a emprender.

Segunda categorización

En este caso las categorías elaboradas son las siguientes: necesidad de aumentar los ingresos; lo hacía de chica y empezó a vender; por divorcios, separación, viudez; por despidos, cierres o renunciaciones por malas condiciones; lograr ingresos teniendo el emprendedor o un familiar problemas de salud; lo inicia por hobby y luego ve la oportunidad; actividad de la familia o herencia familiar; lograr ingresos y tener tiempo para tareas de cuidado; tener independencia económica; vio la oportunidad en su contexto o barrio; se formó para hacerlo. Se puede ver gráficamente en el siguiente cuadro de barras:

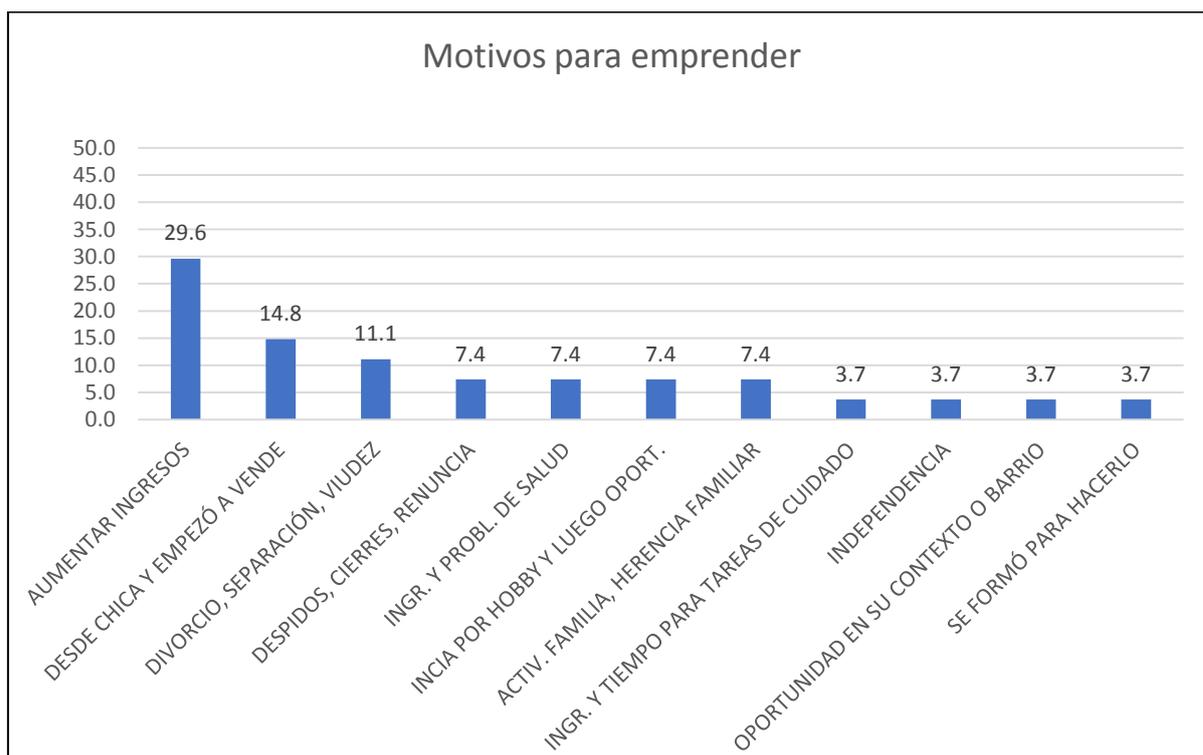


Gráfico 39 Motivos para emprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Uno de los testimonios:

El emprendimiento fue de ayuda emocional ya que sufrió la pérdida de su hijo, su emprendimiento fue el motor y ayuda para continuar con su vida cotidiana, además lo utiliza como catarsis emocional. Dejó de ejercer su profesión ya que se vinculaba con alumnos que suelen tener la misma edad de su hijo que falleció y esto le ocasiona un quiebre emocional y no puede ejercer en su plenitud y en libertad.

En resumen, estas historias de emprendedores reflejan una variedad de motivaciones que van desde la necesidad económica hasta la búsqueda de la realización personal y la flexibilidad laboral. Cada uno de ellos encontró su camino en la realización del emprendimiento.

Aun sabiendo que la muestra está compuesta por mayor cantidad de mujeres, se analiza cómo se distribuyen los motivos para emprender por género y se observa que en las categorías que participan más varones son: aumentar ingresos; inicia por hobby y luego ve la oportunidad; actividad familiar o herencia; estos porqués son importantes también en las mujeres, pero en ellas se suman razones de género como tareas de cuidado y cambios en la estructura familiar como separaciones y viudez.

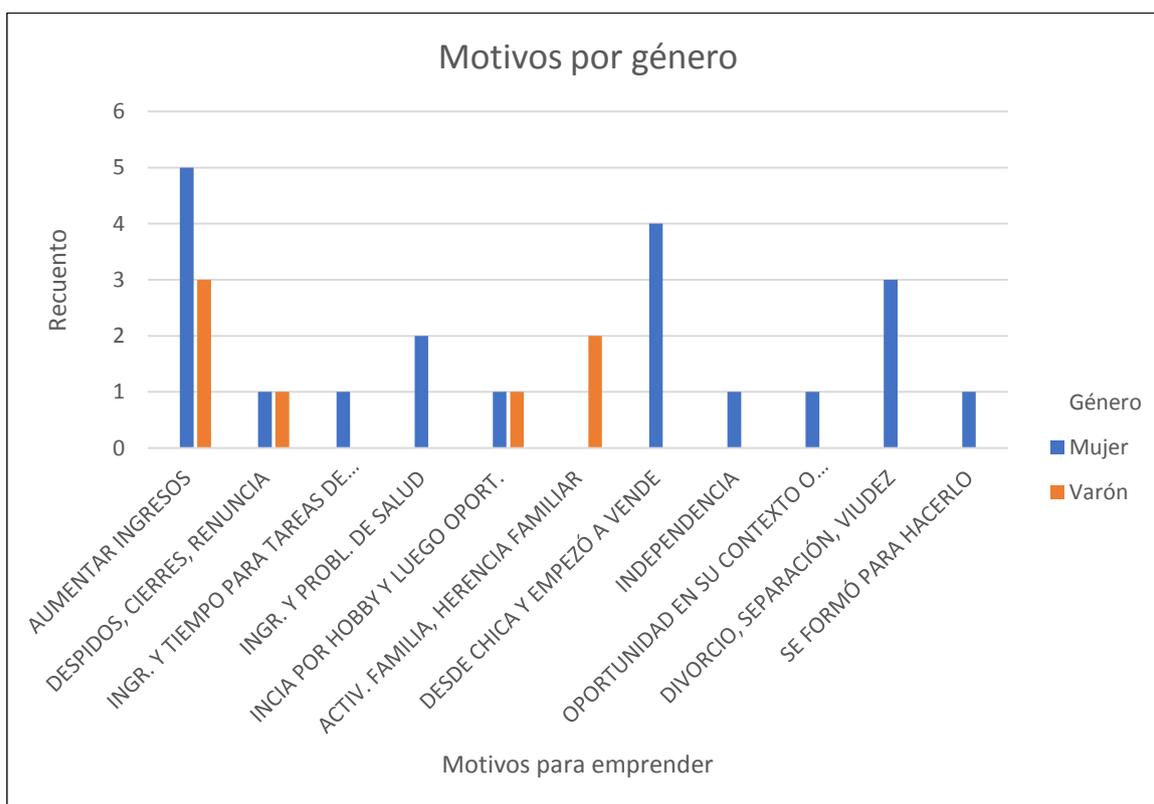


Gráfico 40 Motivos para emprender por género (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.4 Actividades simultáneas que desarrolla

El 70% de los entrevistados solo se dedica a su actividad independiente, es decir, que la persona que lleva adelante el emprendimiento no tiene otra actividad laboral, en cambio, el 30% además del emprendimiento desarrolla otras actividades. En muy pocos casos estas otras tareas que llevan adelante están relacionadas con el rubro del emprendimiento. Más adelante se puede observar que la mayoría de los hogares cuentan con otros ingresos pertenecientes a los miembros del hogar.

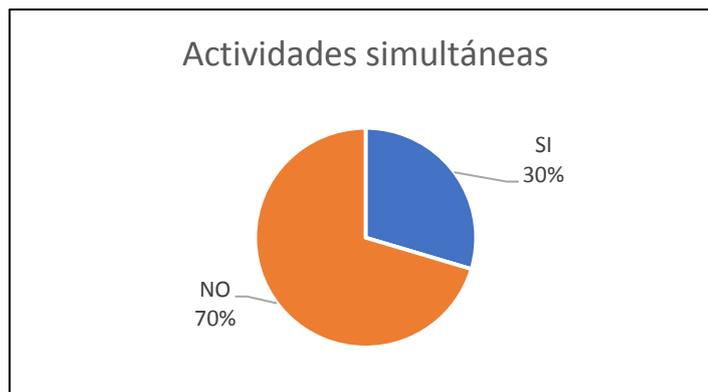


Gráfico 41 Actividades económicas simultáneas (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.5 Antigüedad de los emprendimientos

Se confirma que los emprendimientos son actividades que se sostienen en el tiempo ya que si se suma a quienes tienen la actividad desde hace más de 8 años se alcanza el 63%, además el 26% tienen entre 4 y 7 años y el 11% son las más nuevas con 3 años o menos de antigüedad, se observan similares resultados para los beneficiarios de la línea de crédito ya enunciados.

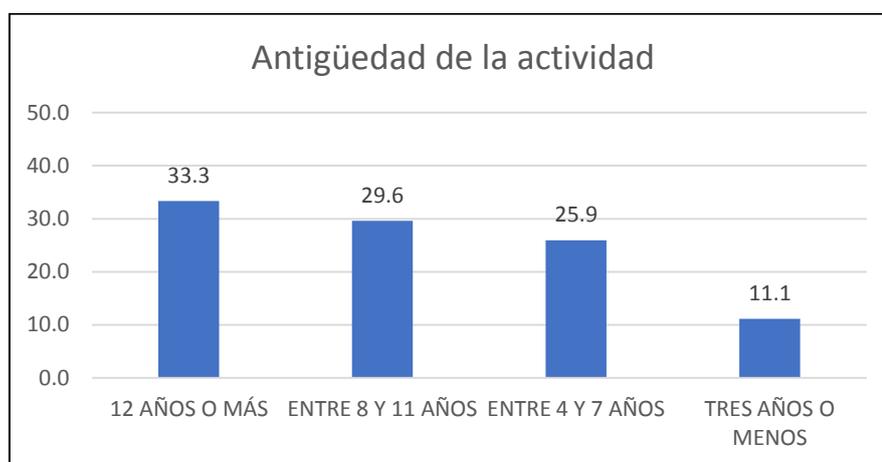


Gráfico 42 Antigüedad del emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.6 Modos de aprender la actividad

Resulta interesante conocer los distintos modos en que las personas aprenden las actividades económicas que desarrollan y la información relevada deja claro que la mayoría fueron acompañados o entrenados por su familia o por amigos, otros tomaron cursos formales ya sea presenciales o virtuales, también están quienes aprendieron el oficio en un trabajo, en cambio hay emprendedores que sumaron diversas modalidades: tomaron un curso y lo profundizaron con

tutoriales de Internet o por otras maneras autodidactas. Gráficamente queda representado de la siguiente manera:

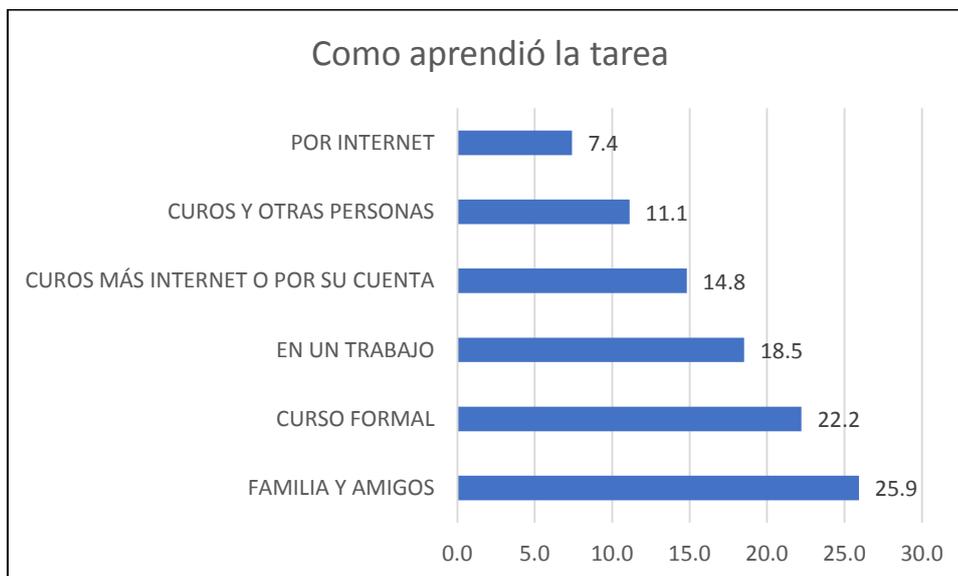


Gráfico 43 Formas de aprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.7 Rubros y tipos de actividad

Los rubros con más presencia en la muestra son panadería, seguido por textil e indumentaria e imprenta y diseño. La diversidad de rubros contempla: elaboración de alimentos, marroquinería, estética, carpintería, venta de golosinas, electricista, horticultura y almacén.

En relación al tipo de actividad que realizan, se les solicitó que indiquen si se dedica a la producción, si brindan servicios, se hacen reventa o varias opciones a la vez y se concluye que la mayoría se ocupa de la producción, seguido por quienes producen y a la vez ofrecen un servicio, en la misma proporción se encuentra a los emprendedores que solo brindan servicios y aquellos que producen y además hacen reventa, en menor medida quienes solo se dedican a la reventa o al cultivar.

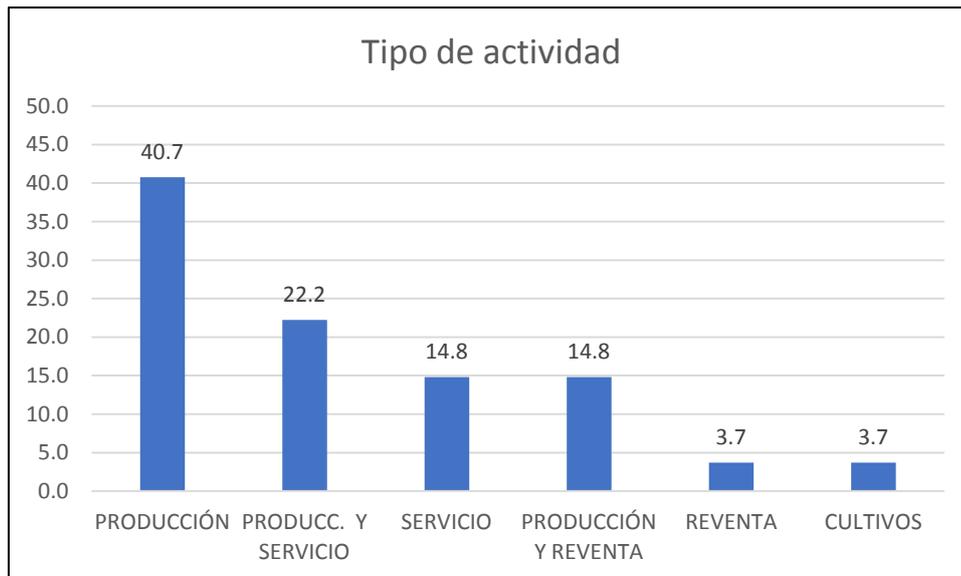


Gráfico 44 Tipo de actividad

Como se sintetiza en el siguiente cuadro, al cruzar los datos precedentes se obtiene que el mayor número de las personas que producen pertenecen a los rubros Panadería, Repostería y dulces, Textil y accesorios, Imprenta y diseño, carpintería y golosinas; los emprendedores dedicados a Servicios tienen los rubros Estética y Marroquinería, en Reventa está el rubro Almacén; en Elaboración o Producción y reventa se destaca el rubro Textil e indumentaria.

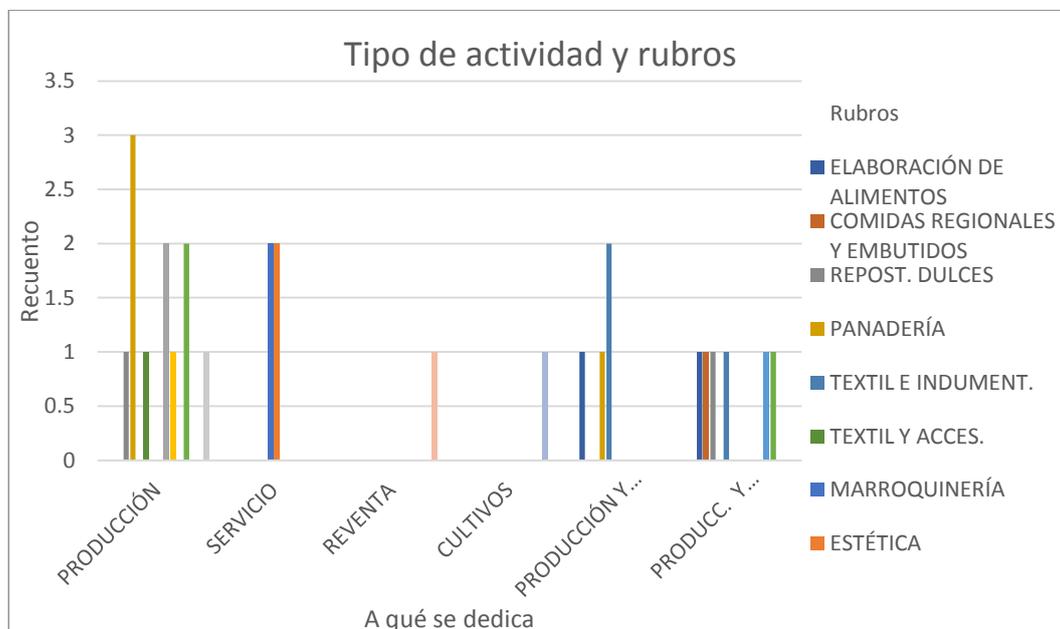


Gráfico 45 Tipo de actividad y rubros (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.8 Modalidad de compra de mercadería o insumos

El 53% compra la mercadería o insumos de manera mayorista, el 36% compra minorista y el 11% compra por mayor y por menor de acuerdo a los precios, oportunidades y proveedores de su zona.

En cuanto a los pagos el 93% paga a sus proveedores al contado y el 4% pago al contado y con crédito dependiendo de los montos y la mercadería.

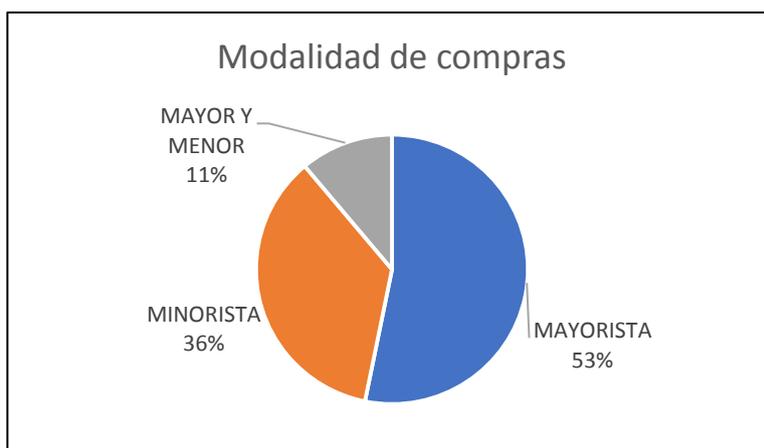


Gráfico 46 Modalidad de compras (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Las estrategias desplegadas para ganar clientes nuevos o para mantener los que ya tienen son variadas. La mayoría difunde sus actividades por radios locales o barriales, un grupo importante usa varias maneras como colocar carteles, publicar en las redes sociales, confían en la transmisión boca a boca de sus clientes; las redes y la venta personal son también elegidas por separado o de utilización simultánea.

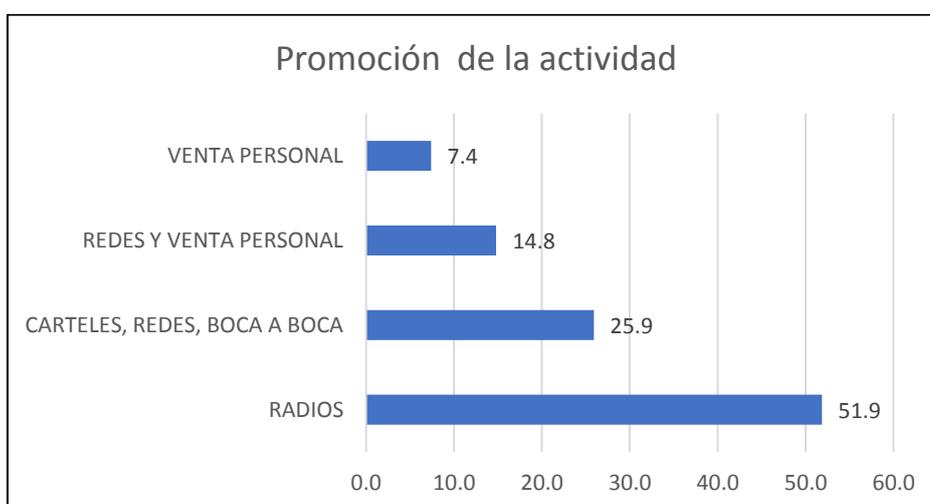


Gráfico 47 Promoción de las actividades (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Los espacios de venta o comercialización de los beneficiarios de subsidios son variados de acuerdo al gráfico N.º 52, expresado en porcentajes: la mayoría tiene local, la misma proporción de emprendedores vende desde la casa, en menor medida combinan las ventas desde la casa y de manera ambulante, luego desde la casa y las ferias y un porcentaje menor solo comercializa en ferias. Es importante destacar que las personas que venden en ferias tienen una gran identificación con esa actividad y con sus compañeros de ferias, ellos expresan que les gusta ser parte de ese sector.

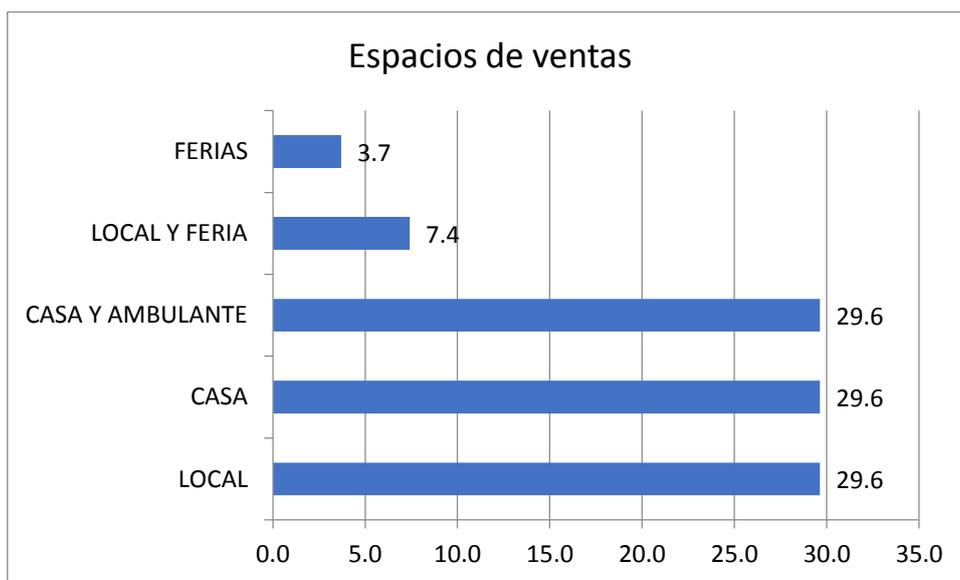


Gráfico 48 Espacios de ventas (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.9 Personas que trabajan en la actividad

El 48% de los emprendedores trabaja solo, en cambio el 33% recibe colaboración de familiares o amigos, el 15% contrata eventualmente para fechas determinadas y el 4% toma distintas estrategias.

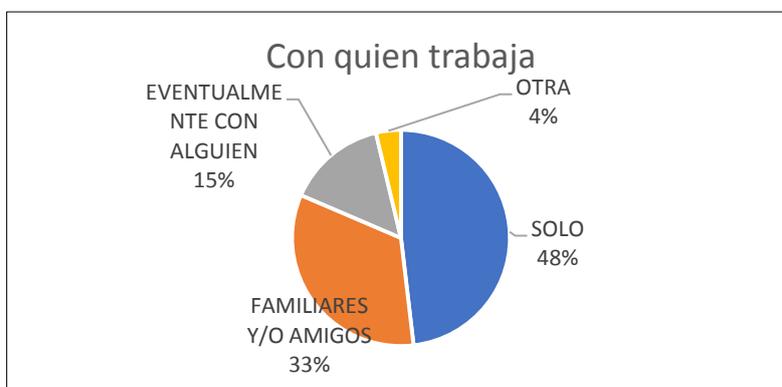


Gráfico 49 Personas que trabajan en el emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.10 Como aprendió su actividad

La mayoría de los emprendedores aprendió la tarea que desempeña con su familia o con amigos (26%), otro gran porcentaje lo hizo a través de un curso formal. También hay quienes hacen su actividad a partir de lo que aprendieron en un trabajo y luego se dan múltiples maneras de perfeccionarse como hacer cursos y seguir de manera autodidacta a través de tutoriales de internet, generalmente de *Youtube* o con la ayuda de otras personas.

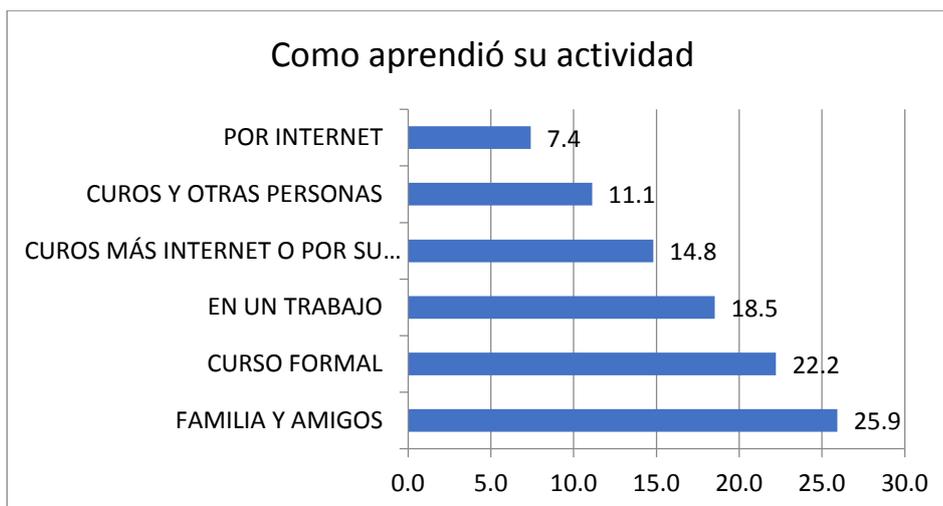


Gráfico 50 Formas de aprender (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.11 Otros ingresos en el hogar

En el 89% de los hogares de los emprendedores cuentan con otros ingresos, en cambio para el 11% es el único recurso económico de la familia. Además, de estos otros ingresos el 60% son más importantes que el obtenido a través de la actividad económica independiente.

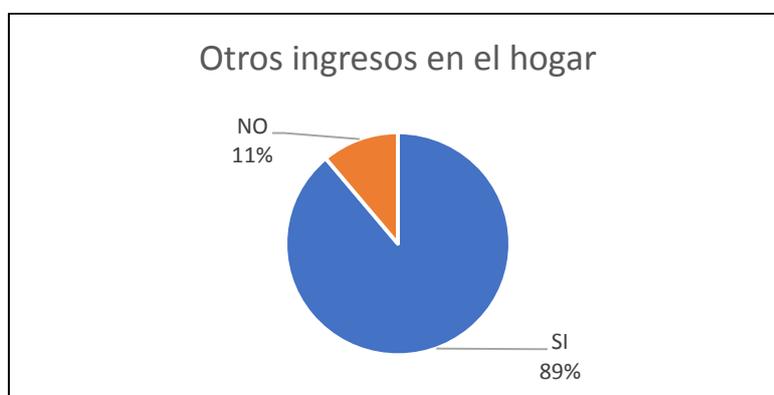


Gráfico 51 Otros ingresos en el hogar

6.1.12 Aporte económico al hogar

El 44% de los emprendedores manifiesta que el aporte que hace el emprendimiento al total de los ingresos del hogar es importante. Para el 26 % es el único ingreso y para la misma proporción es un aporte pequeño.

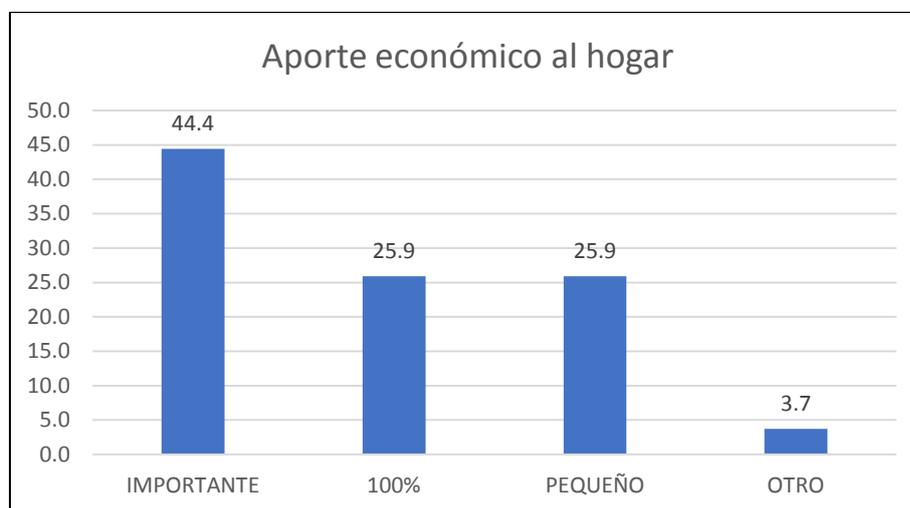


Gráfico 52 Aporte económico del emprendimiento (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Se comparó cómo se percibe el aporte económico del emprendimiento según haya o no otros ingresos en el hogar. El siguiente cuadro está expresado en números absolutos, en el mismo se puede observar que para 10 entrevistados que cuentan con otros ingresos en el hogar, el emprendimiento es un aporte importante, para 7 es pequeño y para 6 de ellos, aunque haya otros ingresos consideran que la actividad económica por cuenta propia es el 100% del aporte para afrontar los gastos, a veces los otros ingresos son ayudas del Estado y no lo consideran “ganancias”. En cambio, para dos personas que no tienen otros ingresos informan que el emprendimiento hace un aporte importante.

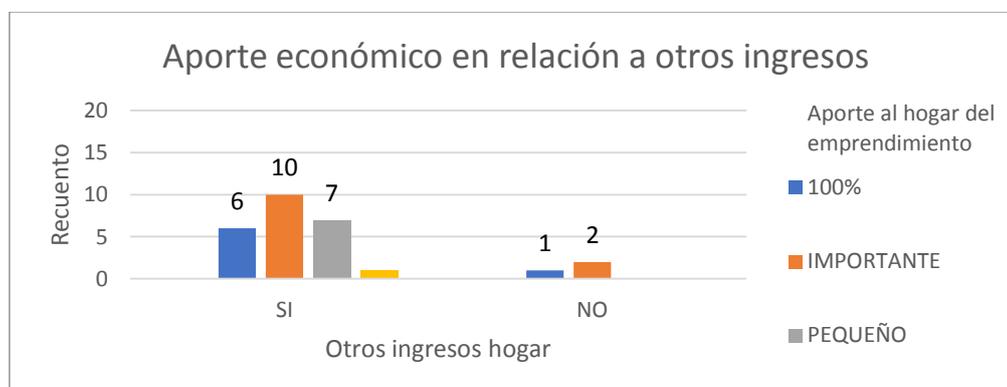


Gráfico 53 Aporte económico en relación a otros ingresos (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.13 Análisis de la percepción del subsidio solicitado

En este punto se analizan las respuestas referidas al subsidio solicitado, en cuánto a: cuándo fueron solicitados y recibidos, exploración sobre el endeudamiento de los emprendedores, motivos de elegir a la Dirección de Economía Social de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria, nivel de satisfacción con el proceso, requisitos y atención. También se indaga acerca de las capacitaciones y asesoramiento recibidos. En cuanto al subsidio recibido, su uso final, sus efectos y sugerencias para optimizar el servicio.

6.1.14 Tiempo

De acuerdo a los relatos de los entrevistados, el 60% recibió el último subsidio hace un año o menos, el 37% lo recibió hace entre 4 y 2 años y el 4% hace 5 años o más.



Gráfico 54 Tiempo desde el último subsidio. Fuente: elaboración propia.

Se indagó acerca del tiempo que tardó la entrega en relación con el momento de solicitud y se observa que la mayoría de las personas recibieron lo que pidieron a los 6 meses o menos, en tanto que el 22% esperó entre 7 y 18 meses. En cuanto a cómo percibieron esa espera, al 40% le pareció que fue rápida la entrega, para el 26% fue adecuado y para el 30% fue mucho tiempo de espera.

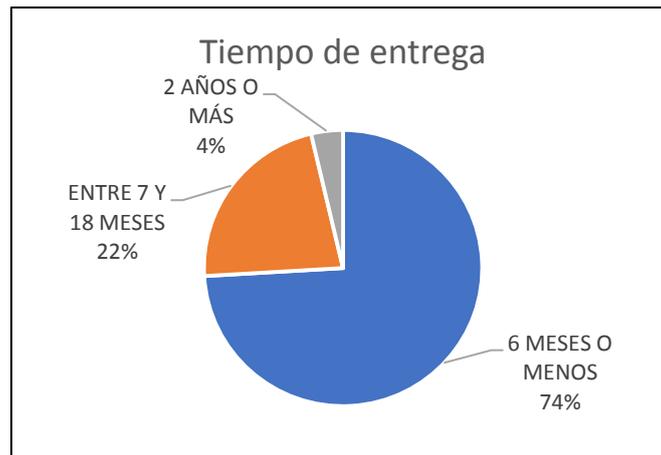


Figure 1 Percepción del tiempo de entrega (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.15 Nivel de endeudamiento. Subsidios

El 30% de las personas ya había recibido otro subsidio con anterioridad, en cambio, el 70% es la primera vez que lo recibe. Del total de quienes ya habían recibido un subsidio la mayoría fue a través de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria. Estos números confirman el objetivo de priorizar a quienes aún no han recibido subsidio, lo cual ha sido mencionado en las entrevistas a responsables y operadores.

De las personas que recibieron subsidio, solo el 20% está pagando actualmente un crédito, los cuales han sido solicitados también a la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria. Con esta información sumada a que los emprendedores pagan, generalmente, a sus proveedores al contado, se puede inducir que no tienen altos niveles de endeudamiento.

Acerca de por qué eligieron la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria, el 41% indica que llegó allí por recomendación, además, se puede sumar en la generalidad de los casos que también valoran la gratuidad tanto de la maquinaria o herramienta que solicitaron como del trámite en general. A su vez, más del 90% indican que los requisitos son muy fáciles de cumplir, lo que evidencia la accesibilidad del servicio.



Gráfico 55 Motivos de elección de la SESS (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.16 Atención y asesoramiento

La mayoría de los emprendedores, el 81%, evalúa como excelente o muy buena la atención recibida de la Dirección de Economía Social. Dos personas del total de la muestra consideran haber sido mal atendidas y hacen referencia al tiempo de espera en recibir el equipamiento solicitado, una, 60 meses y la otra, 16 meses.

En cuanto a la relación con los asesores el 52% indica que es muy buena y el 26% es excelente. El 77% siguió en contacto con su asesor.

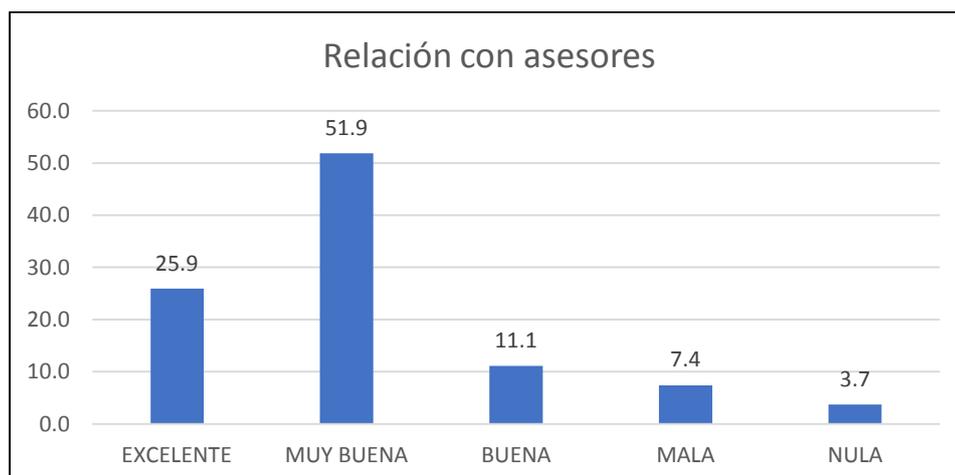


Gráfico 56 Relación con los asesores (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, el 60% recibió asesoramiento y el 30% no. Los entrevistados mencionan los siguientes temas tratados: sobre la compra de

maquinarias, en cómo realizar el trámite de solicitud del subsidio y en mejorar formas de hacer compras. El ítem No aplica, se refiere a las personas que no recibieron asesoramiento.

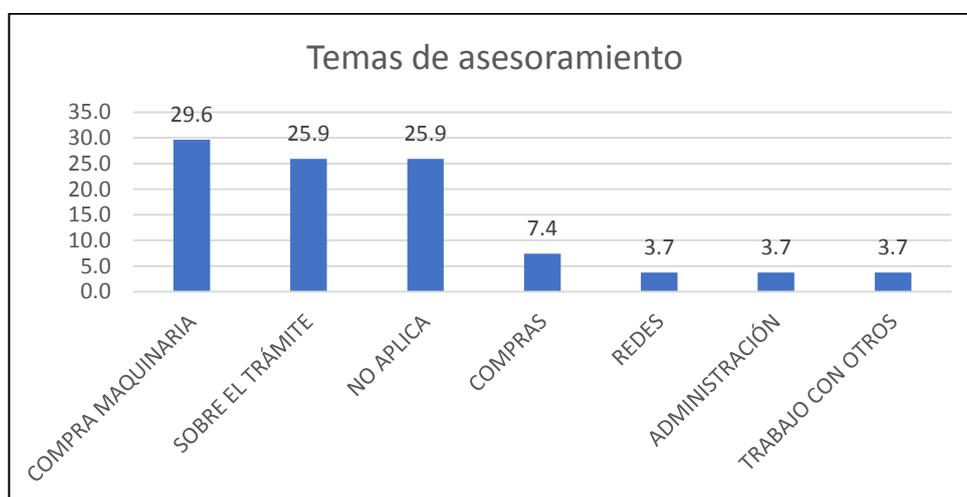


Gráfico 57 Temas de asesoramiento (Subsidios). Fuente: elaboración propia.

Algunos de los entrevistados tomaron cursos que le ofrecieron desde la Subsecretaría, por orden de mayor frecuencia los cursos son: Uso de redes, Fotografía, Panadería, Marketing, Bromatología⁹, Costos y ventas.

6.1.17 Destinos y efectos percibidos del programa de subsidios

Los subsidios fueron solicitados para cubrir las siguientes necesidades de herramientas y máquinas:

Equipos de cocina: mezcladoras, batidora, máquina para picar carne, cocina industrial, freidora de papas, horno pizzero, balanza (30 k), licuadora, moldes

Equipos de costura y diseño: máquina de coser overlock, máquina de coser industrial, máquina de coser doméstica, bordadora, plancha sublimadora, plotter de corte, máquina estampadora

Para oficios varios: cepilladora, baldes, palas de albañilería

Equipos de estética y peluquería: banquetas, maquilladores, espejos, plancha de pelo, secador de pelo, silla de peluquería, buclera, torno para uñas, cabina de secado

Acerca de cómo se vieron afectadas sus actividades a partir de recibir lo solicitado a través del subsidio, las respuestas más frecuentes indican

⁹ El curso de Bromatología es obligatorio para las actividades habilitadas.

que pudieron mejorar sus ventas y como consecuencia se incrementaron sus ingresos familiares, se pueden ver en el gráfico:

Algunos de las palabras de los entrevistados:

- *“Pude amentar el equipamiento”.*
- *“Disminuyó el tiempo de trabajo”.*
- Dispone de mayor cantidad de mercadería.
- Tiene mayor cantidad de productos.
- Tiene más variedad, dispone de más tiempo y puede enseñar.
- No tenía horno y se le hacía muy difícil. Mejoró sus ventas porque puede recibir mayor cantidad de pedidos.
- Puede hacer trabajos personalizados.

Casi todas las personas que integran la muestra recibieron lo que solicitaron, sin embargo, en pocos casos recibieron algo distinto a lo que esperaban, un testimonio manifiesta que recibió menos, en cambio otra persona recibió más, por ejemplo:

Tabla 2 Diferencias entre lo pedido y lo recibido (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

Pidió	Recibió
Las maquinarias solicitadas fueron una cocina Industrial, freidora de papas, baldes y palas de albañilería para destinarla a su Hijo.	Le otorgaron solo una cocina doméstica y una batidora.
Máquina para picar carne	Una máquina para picar carne, pero de mayor tamaño a la que solicitaba.

6.1.18 Interés en renovar el subsidio

Se destaca que el 85% de las personas que recibió subsidio pediría otro.

La mayoría (70%) de las personas indican que necesitan incorporar más equipamiento o maquinarias. Las estrategias que planean llevar a cabo para adquirir lo que necesitan giran en torno a las opciones: pedir otro subsidio, otras personas además de pedir otro subsidio y también usarán ahorros y el menor número de casos cree que solicitará un crédito en la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria.

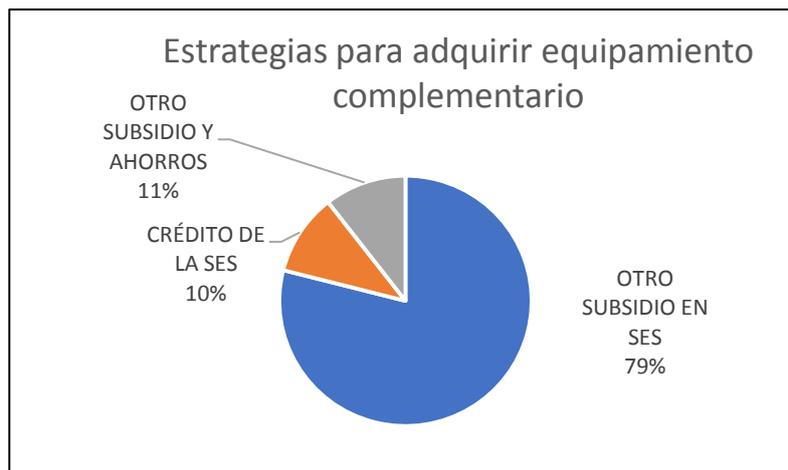


Gráfico 58 Estrategias para adquirir equipamiento complementario (Subsidio). Fuente: elaboración propia.

6.1.19 Planes y futuro

Los entrevistados cuentan que les gusta lo que hacen, solo el 4% quisiera cambiar de trabajo. Entre quienes manifiestan que cambiarían de trabajo se encuentran: una persona que vende comidas regionales y postres y piensa en cambiar al rubro indumentaria. Otra persona indica que le gusta, pero aceptaría algo estable (carpintería y marroquinería). Hay quienes cambiarían para mejorar económicamente, la mayoría de las personas se ocupan de producción de alimentos.

Ente los planes para el futuro indican: lograr mayores ingresos y a para lograrlo desean poder abrir un local, mejorar el local actual, posicionar la marca o darle mayor difusión, poder hacer ventas mayoristas, diversificar rubros, entre otros.

El 100% de las personas recomendaría la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria para acceder a servicios que los fortalezca en su actividad.

Entre los motivos por lo que tienen una alta valoración al servicio se distinguen, la posibilidad de acceder de manera gratuita el equipamiento que necesitan para trabajar, porque creen que se adapta muy bien a las personas que se están iniciando en las actividades independientes, porque los trámites y requisitos son fáciles y un aspecto que es muy importante destacar de una política pública, es que la gente lo percibe como un servicio confiable.

6.1.20 Sugerencias

Los usuarios de la línea de subsidios indicaron sugerencias para su optimización:

- Agilizar los tiempos de otorgamiento de subsidios.
- Reducir los tiempos para poder solicitar otro subsidio.
- Informar a emprendedores sobre el estado de solicitudes.
- Simplificar el proceso de solicitud de subsidios en el Predio Ferial, evitando pasar por la municipalidad.

Promoción de Cursos:

- Dar a conocer los cursos que se ofrecen.
- Ofrecer cursos de capacitación en corte y confección.

Estas categorías representan las distintas áreas de preocupación y mejora señaladas por los comentarios y sugerencias.

7. CONCLUSIONES

En la Argentina, el emprendedurismo ha sido un área en crecimiento en los últimos años, con múltiples políticas y programas gubernamentales destinados a fomentar el desarrollo de emprendedores. La provincia de Tucumán también ha participado en esta tendencia y ha albergado diversas iniciativas para apoyar a emprendedores locales. Investigaciones como ésta permiten reflexionar sobre el rol vital del Estado en la promoción de servicios financieros inclusivos, teniendo en cuenta su vinculación al desarrollo social y económico.

El Estado argentino tiene una participación muy activa en el mercado de servicios financieros inclusivos a través de los servicios que ofrece la CONAMI y el FONCAP, así como los productos financieros que otorgan otras instituciones y bancos.

A lo largo del recorrido realizado en esta investigación se han logrado dar respuesta a los objetivos propuestos para la misma, tanto en la descripción detallada del perfil de los emprendedores como de las características de las actividades realizadas.

Se produjo información, a partir del relevamiento de campo, referente al rol de los emprendimientos en las economías familiares y los créditos y subsidios como componentes de una estrategia de desarrollo económico y

social. Se espera poder aportar orientación y/o reorientación del diseño e implementación de políticas públicas a favor del desarrollo social y económico de pequeñas unidades productivas. A continuación, se destacan las conclusiones más representativas de este estudio.

Las motivaciones o causas que los llevaron a iniciar la actividad económica independiente incluyen:

- Aumentar ingresos;
- Tener ingresos luego de un despido o cierre o renuncia por malas condiciones;
- Lograr ingresos económicos durante el aislamiento generado por el covid-19;
- Obtener ingresos teniendo en cuenta determinados problemas de salud de la persona emprendedora o de la familia;
- Percibir la oportunidad en su contexto o barrio;
Debido a separaciones de pareja o viudez;
- Heredar la actividad de la familia;
- Ante la falta de oportunidades laborales;
- Lograr independencia económica o no depender de nadie;
- Lograr ingresos y disponer de tiempo para cuidados de hijos y familiares (tareas de cuidado), le gusta la actividad-autoestima-bienestar.

Sobre los rubros de las actividades económicas tanto entre los beneficiarios de los programas de créditos como de subsidios se da mayor frecuencia de “elaboración de alimentos” y dentro de esta categoría en el programa de subsidios es más frecuente el rubro panadería.

En ambos programas la producción es la actividad más desarrollada, en la línea de créditos la elaboración sola o sumada a reventa o servicios suma el 90% y en la línea de subsidios suman el 80%.

Las actividades económicas analizadas tienen muchos años de existencia por lo que se puede decir que son ocupaciones estables. En la línea de créditos hay mayor cantidad de negocios más recientes, que tienen 3 años o menos de antigüedad, el 30.6%, en comparación con el 11.1% en subsidios.

El conocimiento y destrezas requeridos para el óptimo desempeño de las actividades fueron adquiridos a través de sus familias y amigos, en menor medida de curso formales y a través de Internet, como se describió en el capítulo respectivo, la construcción colaborativa del conocimiento y el avance de la tecnología como la conexión a internet permiten a las

personas aprender y actualizarse permanentemente de manera autodidacta.

Si se relacionan los rubros con los efectos logrados por las líneas de créditos o subsidios se observa que no hay un efecto determinado directamente relacionado a determinado rubro en particular, sino que distintos rubros indican como efectos destacables la mejora en los costos, el incremento de las ventas seguido por aumento en el capital de trabajo y las mejoras en los ingresos familiares, a los que se suma que no hubo respuestas negativas respecto de los efectos de estos servicios.

Referido a la modalidad de compras de mercaderías e insumos que necesita para trabajar, la mayoría en ambos grupos compra de manera mayorista y paga al contado.

El espacio de ventas más citados por los emprendedores que recibieron créditos es en el local, las otras modalidades tienen menos repeticiones, en cambio, los beneficiarios de subsidios muestran una distribución más homogénea entre vender en su local, en su casa y combinar casa y forma ambulante, en menor proporción citan la venta solo en las ferias. En ambos programas las personas trabajan mayormente solos o con la colaboración de la familia o amigos.

Sólo entre 10% y 20% de ambas muestras tienen otros créditos, además del solicitado en la Sub Secretaría de Economía Social y Solidaria, es decir, no están comprometidos con otras obligaciones económicas. Por otro lado, se destaca que cuando recibieron menos crédito del que esperaban muchos emprendedores utilizaron ahorros para efectivizar esas compras.

Queda demostrada la accesibilidad ya que los emprendedores evalúan los procedimientos y requisitos fáciles de cumplir y esto se profundiza con la calificación de servicio confiable.

En general, las familias de los emprendedores cuentan con otros ingresos además del emprendimiento y además esos ingresos suelen ser mayores. Sin embargo, se distingue que para los usuarios de créditos, en su mayoría, el ingreso del emprendimiento es percibido como pequeño, en cambio, para la mayoría de quienes reciben subsidios consideran que el aporte del emprendimiento al hogar es importante. También hay un porcentaje de emprendimientos que son el único sostén económico del hogar.

En cuanto al servicio de crédito y sus reglas, se concluye que es un servicio altamente valorado, con excelente evaluación de la atención. Se aprecia una calificación levemente más positiva entre los usuarios de la ciudad de San Miguel de Tucumán que las personas que residen en otras localidades.

La mayoría de las personas usó el crédito para la compra de mercaderías e insumos. Alrededor del 70% indica que el tiempo de espera del préstamo estuvo bien o adecuado.

El 75% tomó el crédito de manera grupal, que en general, evalúan como una buena experiencia. Es importante destacar que más de la mitad de esos grupos están conformados por dos personas, quienes se eligieron entre sí para tomar el préstamo, en ocasiones debido a la experiencia realizada en grupos más numerosos.

La frecuencia de los pagos suele ser mensual debido a la orientación que brindan los asesores. El pago de las obligaciones les resulta fácil y la mayoría lo puede hacer con el propio dinero que ganan de los emprendimientos.

Para el caso de las personas que recibieron subsidios también el servicio es percibido como muy bueno o excelente, es muy apreciado por los beneficiarios. Destacan la gratuidad, el asesoramiento recibido y lo sienten confiable.

Estos programas de apoyo a emprendedores se traducen en efectos positivos como mejoras en costos, en ventas, en ingresos familiares y en algunos casos también mencionan la posibilidad de haber podido relacionarse con otros emprendedores. Pero, a la vez es importante destacar que algunos de estos beneficios se vieron opacados por la dilación de la entrega de los créditos perdiendo así la posibilidad de estar mejor preparados para las ventas de fechas especiales, como ya se dijo en las secciones correspondientes.

A ambos grupos de personas les gusta lo que hacen, planean seguir haciéndolo y seguir trabajando con las direcciones dependientes de la Subsecretaría de Economía Social y Solidaria.

Se vuelve a hacer hincapié en que la inclusión financiera ayuda a las familias a planificar, desde los objetivos a largo plazo hasta los eventos imprevistos. Un creciente número de investigaciones demuestra que las personas en situación de pobreza utilizan una amplia gama de productos

financieros, no sólo créditos. Los servicios financieros pueden ayudar a las personas a generar activos mediante ahorros o financiando actividades que generan ingresos, además de facilitarles el manejo de crisis, como emergencias médicas, muertes, robos o desastres naturales.

Los servicios financieros ocupan un lugar relevante en el debate sobre las políticas de bienestar porque pueden transformar las condiciones de dependencia de las personas en situación de vulnerabilidad social y económica a una situación de autosuficiencia que contribuya positivamente a su propio desarrollo.

8. OPORTUNIDADES DE MEJORAS

En cuanto a las sugerencias brindadas por los entrevistados para sortear algunos de los obstáculos del programa y a partir de los análisis realizados para perfeccionar la línea de créditos para emprendedores, se destacan:

- Evaluar la posibilidad de una línea que otorgue montos mayores, incluso hay quienes estarían dispuestos a pagar mayor tasa de interés.
- Así mismo se observa que con los montos entregados los emprendimientos pueden crecer y las personas pueden cumplir con las obligaciones sin dificultades.
- Evaluar cómo acompañar las mejoras en infraestructura de los locales, talleres y lugares de trabajo, tal vez pueda ser otro programa u otra línea de crédito dentro del mismo programa.
- Acortar el tiempo entre renovaciones, es decir, que pueda haber más erogaciones en el mismo año y que los desembolsos atiendan a las fechas de mayores volúmenes de ventas como Navidad, día de la madre, del padre, día del niño, del maestro, etc. Al igual que en la línea de créditos se solicita acortar los tiempos de otorgamientos y la frecuencia de renovación de subsidios
- Hay un 10% de personas que tiene créditos con garantía grupal y renovaría de manera individual si se lo permitieran.
- Es manifiesto el pedido de mayor acompañamiento e incluso más controles, es decir que sean visitados en sus actividades de manera más asidua, se entiende que entre otros objetivos está el ser legitimados y

valorados por la banca que les otorga el crédito, tal vez se busca aliento y motivación.

- Para la actualización de saberes sería interesante que en la página web de la Subsecretaría se alojen videos cortos o tutoriales que puedan ser consultados por los usuarios de los servicios, incluso algún foro que puedan interactuar entre ellos y los asesores para compartir las mejores prácticas o contar qué cosas no han funcionado, con el fin de lograr una construcción colaborativa de enseñanzas y sugerencias. También puede ser beneficioso brindar cursos de capacitación en Higiene y Seguridad lugares seguros para trabajar.
- Más comunicación entre los asesores y los emprendedores para transmitir el estado de las solicitudes.
- Abrir un local que venda los artículos de los emprendedores y un mercado que comercialice la producción hortícola de estos beneficiarios¹⁰.
- Alentar la conformación de actividades asociativas, en forma de cooperativas u otras. Por ejemplo: quienes hacen confección textil puede tener una marca común y así lograr un cambio de escala y poder proveer con ropa blanca a hoteles, restaurantes o dependencias gubernamentales. También se podría pensar en incubadoras y espacios de coworking: estos lugares proporcionan un entorno propicio para el desarrollo de nuevas empresas y su crecimiento.
- Asegurar fuentes de financiamiento permanentes, así, se podría conseguir un círculo virtuoso de generación de oportunidades. Es importante tomar en consideración que cuando el acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento es limitado, la capacidad productiva y la habilidad para crecer también se ven restringidas, ya que deben financiar sus operaciones recurriendo únicamente a fondos propios. Como es sabido, en la ausencia de productos de microfinanzas, las poblaciones con bajos recursos se financian mayoritariamente con prestamistas locales, quienes les prestan dinero y les exigen un pago diario que puede llegar a alcanzar el 150% de interés mensual.
- Fortalecer las redes de emprendedores y eventos como ferias, conferencias y encuentros, sobre todos afuera de la ciudad capital, los cuales pueden desempeñar un papel fundamental en la promoción de las

¹⁰ Son ejemplos el Bio mercado de la ciudad de Rosario y el mercado “Pueblo a Pueblo” en Concordia, Entre Ríos.

habilidades emprendedoras y la visualización del rol de la provincia de Tucumán con los objetivos de colaborar, compartir conocimientos, recursos y experiencias, y apoyarse mutuamente en el desarrollo y crecimiento de sus negocios. Estas redes desempeñan un papel fundamental en el ecosistema emprendedor y pueden tomar diversas formas y tamaños.

Por otro lado, emprender es una actividad desafiante y solitaria, las redes de emprendedores brindan apoyo emocional al proporcionar un grupo de personas que comprenden las luchas y los éxitos que conlleva la creación o sostenimiento de un negocio.

- Para las actividades rurales o peri urbanas de que actualmente cuentan con el apoyo de Agricultura Familiar de la Nación se sugiere crear un sello de Producción Agroecológica que es una demanda ambiental y social de la actualidad.

Se contempla que el Ministerio de Desarrollo Social de la provincia de Tucumán cuenta con el Plan Estratégico 2020-2023. Las metas y objetivos establecidos allí para el área de Economía Social son factibles, situadas y muy valiosas, por ello, aquí se sugiere seguir esa guía también. Por ejemplo, dados los datos obtenidos en esta investigación donde los emprendedores esperan poder aumentar ventas y así ingresos, se ponen de manifiesto las metas para fortalecer la comercialización de los emprendedores, enumeradas en la Plan Estratégico, entre otras:

- Formular un programa de comercialización para los diferentes dispositivos del área.
- Realizar un calendario anual de ferias y eventos provinciales y Nacionales.
- Diseñar un catálogo virtual de los productos de los emprendedores.
- Posibilitar nuevos espacios y formas de comercialización.
- Acompañar a los emprendedores/organizaciones como posibles proveedores del Estado

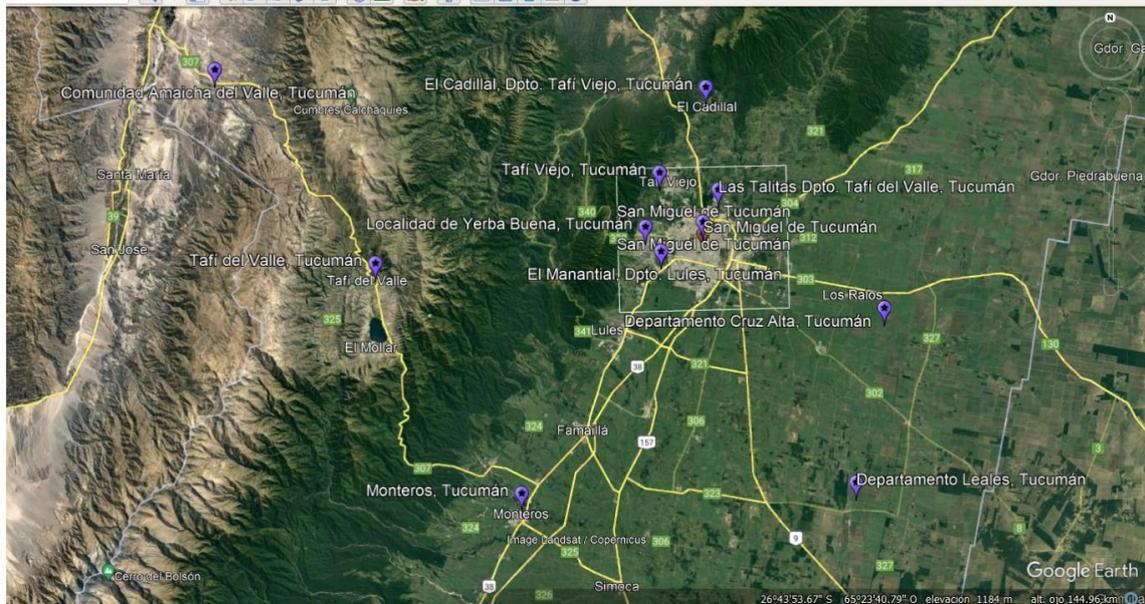


Laura V. Gervasi

9. ANEXOS:

9.1 Geolocalización y galería de fotos

En la siguiente foto se pueden identificar las zonas geográficas incluidas en las muestras con referencias en color violeta. No se ubican los domicilios de los emprendedores porque se violaría el compromiso de anonimato.



9.2 Fotos de encuentros de capacitación





9.3 Fotos de emprendedores entrevistados



Herrería



Marroquinería



Artesanías



Peluquería



Textil - Accesorios



Carpintería

Estética



Estética



Artesanías en madera



Imprenta y diseño



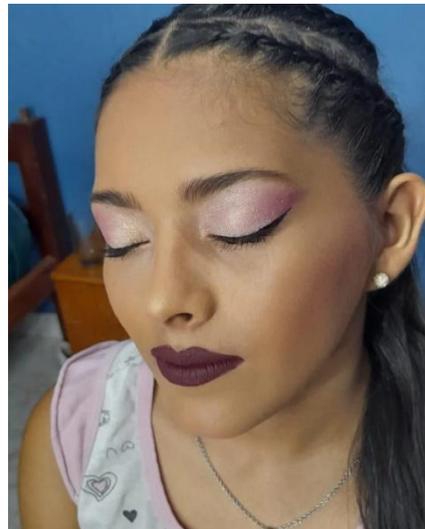
Marroquinería y accesorios



Estética- esmaltado de uñas



Artesanías



Maquillaje



Feria



Máquina costura



Máquina costura



Textil accesorios bebés



Souvenirs



Marroquinería



Feria - Panificación



Peluquería



Local a refaccionar



Marroquinería accesorios



Tienda de ropa y zapatos



Elaboración de alimentos

Elaboración de alimentos



Textil



Repostería



Golosinas ambulante



Estético



Artículos para el hogar



Elaboración de alimentos



9.4 Guía de entrevistas

Guía de entrevista a usuarios del programa de créditos

Guía de entrevista – Crédito

Fecha de entrevista	
Entrevistador	
Entrevistado:	
Teléfono:	

Número de entrevista

Servicio recibido	
Crédito	
Subsidio	
Ambos	

A- Datos personales

A.1. Edad, residencia y formación

Fecha de nacimiento		Edad	
Lugar de nacimiento		Provincia	
Localidad donde vive actualmente		Barrio	
Especialización			
Nivel escolar			

A.2. Composición del grupo familiar

A.2.1. ¿Con quién vive actualmente? (Indicar quienes comparten la vivienda y su vínculo con el entrevistado)			
Vínculo	Edad	Ocupación	Observaciones
A.2.2. ¿Tuvo otros hijos/as que ya no viven con usted?			
Edad	Ocupación		Observaciones

A.2.3. ¿Algún miembro de su grupo familiar padece una enfermedad crónica o requiere de cuidados especiales producto de la edad o alguna otra causa? (Incluido él mismo)

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

Observaciones

A.3. Vivienda

¿Su vivienda es	
PROPIA	<input type="checkbox"/>
ALQUILADA	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>

Observaciones

B- Información del emprendimiento:

B.1. ¿A qué se dedica?

--

¿Cuál es el rubro?

--

B.2. ¿Desde hace cuánto tiempo realiza esta actividad?

--

B.3. ¿Tiene actualmente o tuvo otra ocupación antes de dedicarse a este emprendimiento? ¿Cuál?

--

B.4. ¿Qué lo llevó a dedicarse a esto? ¿Recuerda hace cuanto comenzó?

--

B.5. ¿En su familia ya trabajaban en emprendimientos o por su cuenta?

--

B.6. ¿Cómo aprendió a hacer su actividad?

--

B.7. ¿Trabajan otras personas con usted o lo realiza solo/a? (Consultar por temporales como, Delivery, ayudante cuando hay muchos pedidos, familiares, etc.)

--

B.8. Además del emprendimiento ¿en la familia tienen otros ingresos? ¿Son mayores a los del emprendimiento?

--

B.9. ¿Cuánto aporta aproximadamente el emprendimiento a las necesidades del hogar?

El 100 %	<input type="checkbox"/>	
Una parte importante	<input type="checkbox"/>	
Una pequeña parte	<input type="checkbox"/>	
Observaciones		

B.10. ¿Cómo compra la mercadería que necesita? (Tipos de compras, forma de pago, proveedores) ¿Mayoristas, Minoristas?

--

B.11. ¿Cómo consigue sus clientes? ¿Hace publicidad (pega carteles, radio, publicidad en Redes Sociales)?

--

B.12. ¿Cómo realiza sus ventas?

Tiene local	<input type="checkbox"/>	
Es ambulante	<input type="checkbox"/>	
Redes (Facebook, otras)	<input type="checkbox"/>	
Ferias	<input type="checkbox"/>	
Otros modos		

C. Ahora con respecto al servicio recibido: CRÉDITO

C.1. ¿Cuándo lo solicitó por primera vez en la Banca / Consorcio / Microcrédito?

--

C.2. ¿Ya había sacado crédito con anterioridad? (*Buscamos todas las posibilidades: banco, mutual de la hermana docente, el usurero del barrio, tarjeta naranja, etc.*) ¿Recuerda cuáles?

C.3. ¿Tiene actualmente otros créditos?

SI

NO

Si tiene otros créditos, ¿éstos son más o menos importantes que los de la Banca?

C.4. ¿Por qué eligió pedir el crédito en la Banca / Consorcio / Microcrédito?

C.5. ¿Le resultó fácil o complicado el proceso para pedir el microcrédito?

C.5. ¿Le resultó fácil o complicado cumplir con los requisitos para acceder al subsidio? (Si. ¿Cuál fue el más complicado?)

C.6. ¿Cómo evaluaría la atención recibida?

C.7. ¿Recibió asesoramiento?

SI	
NO	

¿En qué lo asesoraron?

C.8. Luego de recibido el crédito ¿cómo es la relación con las/os asesores o con el personal de la Subsecretaría?
¿Continuó en contacto?

C.9. ¿Realizó cursos a través de la Banca?

SI	
NO	

¿Sobre qué temas?

C.10. ¿Cuál era el destino del crédito? ¿Para qué lo solicitó?

C.11. ¿Pudo usarlo para ese fin o se vio necesitado de darle otro destino?

C.12. El monto que le otorgaron ¿era lo que usted necesitaba?

Si	
Fue un poco más	
Fue un poco menos	

C.13. ¿Cómo describiría el efecto del crédito?

Aumentó su capital de trabajo	
Mejóro proveedores	
Mejóro costos	
Aumentó ventas	
Aumentó los ingresos familiares	
Otros	
Observaciones	

C.14. ¿Cuánto tiempo pasó entre que solicitó el préstamo y le entregaron el dinero?	
¿A usted le pareció:	
Rápido	
Adecuado	
Que pasó mucho tiempo	
Comentarios	

C.15. Solicitó un crédito:	
Individual	
En grupo	
Si lo solicitó en grupo, ¿cuántos eran en el grupo y cómo fue la experiencia?	

C.16. La frecuencia de su cuota fue:	
Semanal	

Quincena I	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>
Esa frecuencia de cuota:	
La eligió usted	<input type="checkbox"/>
Aceptó la sugerencia de la Banca	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

C.17. ¿Cómo le resultó cumplir con las cuotas? ¿Las paga con el dinero del emprendimiento o con dinero de otros ingresos?

C.18. ¿Cree que pedirá que le renueven el crédito?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

Si lo renueva, preferiría hacerlo con garantía:

Individual	<input type="checkbox"/>
Grupal	<input type="checkbox"/>

¿A qué destinaría un nuevo crédito?

C.19. ¿Qué planes tienen para su emprendimiento de acá para adelante?

D. Cierre

D.1. ¿Le gusta lo que hace o quisiera cambiar de trabajo, anexas o cambiar de rubro?

D.2. ¿Le recomendaría a otro/a emprendedora que tome estos créditos? ¿Por qué?

D.3. ¿Qué sugerencias nos podría dar para mejorar este servicio?

D.4. ¿Quiere presentarnos a otra persona que haya recibido créditos de la Provincia para hacer esta entrevista?

E. Registrar observaciones y comentarios de percepción del entrevistador

F. Agregar registros fotográficos si los hubiera

Guía de subsidios

Guía de entrevista – Subsidio

Fecha de entrevista	
Entrevistador	
Entrevistado:	
Teléfono:	

Número de entrevista

Servicio recibido

Crédito	
Subsidio	
Ambos	

Datos personales

A.1. Edad, residencia y formación

Fecha de nacimiento		Edad	
Lugar de nacimiento		Provincia	
Localidad donde vive actualmente		Barrio	
Especialización			
Nivel escolar			

A.2. Composición del grupo familiar

A.2.1. ¿Con quién vive actualmente? (Indicar quienes comparten la vivienda y su vínculo con el entrevistado)

Vínculo	Edad	Ocupación	Observaciones

A.2.2. ¿Tuvo otros hijos/as que ya no viven con usted?

Edad	Ocupación	Observaciones

A.2.3. ¿Algún miembro de su grupo familiar padece una enfermedad crónica o requiere de cuidados especiales producto de la edad o alguna otra causa? (Incluido él mismo)

SI	<input type="checkbox"/>	
N O	<input type="checkbox"/>	
Observaciones		

A.3. Vivienda

¿Su vivienda es	
PROPIA	<input type="checkbox"/>
ALQUILADA	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>
Observaciones	

B - Información del emprendimiento:

B.1. ¿A qué se dedica?

--

B.1.1 ¿Cuál es el rubro?

--

B.2. ¿Desde hace cuánto tiempo realiza esta actividad?

--

B.3. ¿Tiene actualmente o tuvo otra ocupación antes de dedicarse a este emprendimiento? ¿Cual?

--

B.4. ¿Qué lo llevó a dedicarse a esto? ¿Recuerda hace cuanto comenzó?

--

B.5. ¿En su familia ya trabajaban en emprendimientos o por su cuenta?

--

B.6. ¿Cómo aprendió a hacer su actividad?

--

B.7. ¿Trabajan otras personas con usted o lo realiza solo/a? (Consultar por temporales como, Delivery, ayudante cuando hay muchos pedidos, familiares, etc.)

--

B.8. Además del emprendimiento ¿en la familia tienen otros ingresos? ¿Son mayores a los del emprendimiento?

--

B.9. ¿Cuánto aporta aproximadamente el emprendimiento a las necesidades del hogar?		
El 100 %	<input type="checkbox"/>	
Una parte importante	<input type="checkbox"/>	
Una pequeña parte	<input type="checkbox"/>	
Observaciones		

B.10. ¿Cómo compra la mercadería que necesita? (Tipos de compras, forma de pago, proveedores) ¿Mayoristas, Minoristas?

B.11. ¿Cómo consigue sus clientes? ¿Hace publicidad (pega carteles, radio, publicidad en Redes Sociales)?

B.12. ¿Cómo realiza sus ventas?		
Tiene local	<input type="checkbox"/>	
Es ambulante	<input type="checkbox"/>	
Redes (Facebook, otras)	<input type="checkbox"/>	
Ferias	<input type="checkbox"/>	
Otros modos		

C - Ahora con respecto al servicio recibido: SUBSIDIO

C.1. ¿Cuándo solicitó el subsidio? (último)

--

C.2. ¿Ya había obtenido subsidios con anterioridad? ¿Recuerda cuáles? (Anteriores)

--

C.3. ¿Actualmente está pagando algún crédito?

SI

--

NO

--

¿Qué tipo de crédito?

--

C.4. ¿Por qué decidió pedir el subsidio en la Dirección de Economía Social de la Provincia?

--

C.5. ¿Le resultó fácil o complicado cumplir con los requisitos para acceder al subsidio? (En caso de respuesta SI. ¿Cuál fue el más complicado?)

--

C.6. ¿Cómo evaluaría la atención recibida?

--

C.7. ¿Recibió asesoramiento?

SI

--

NO

--

¿En qué lo asesoraron?

--

C.8. ¿Cómo es la relación con la Dirección de Economía Social y/o con la Sub secretaría luego de recibir el equipamiento? ¿Continuó en contacto?

--

--

C.9. ¿Realizó cursos a través de la Dirección de Economía Social?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

¿Sobre qué temas?

--

C.10. ¿Cuál era el destino del subsidio solicitado, es decir, qué máquina / herramienta necesitaba?

--

C.11. ¿Le entregaron la máquina/herramienta que usted había pedido?

--

C.12. ¿Cuánto tiempo pasó entre que solicitó el subsidio y le entregaron lo solicitado?

--

¿A usted le pareció:

Rápido	<input type="checkbox"/>
Adecuado	<input type="checkbox"/>
Que pasó mucho tiempo	<input type="checkbox"/>

Comentarios

--

C.13. ¿Cómo describiría el efecto del subsidio?

Mejóro costos	<input type="checkbox"/>	
Aumentó ventas	<input type="checkbox"/>	
Aumentó los ingresos familiares	<input type="checkbox"/>	
Las cosas no resultaron como esperaba	<input type="checkbox"/>	

Otros		
Observaciones		

C.14. ¿Necesita algún equipamiento complementario? SI/NO		
SI	<input type="checkbox"/>	
N O	<input type="checkbox"/>	
En caso de respuesta afirmativa ¿Cómo piensa obtenerlo?		

C.15. ¿Cree que solicitará otro subsidio?		
SI	<input type="checkbox"/>	
NO	<input type="checkbox"/>	
¿A qué destinaría un nuevo subsidio?		

C.16. ¿Qué planes tiene para su emprendimiento de acá para adelante?

D - Cierre

D.1. ¿Le gusta lo que hace o quisiera cambiar de trabajo, anexar o cambiar de rubro?

D.2. ¿Le recomendaría a otro/a emprendedora que tramite uno de estos subsidios? ¿Por qué?

D.3. ¿Qué sugerencias nos podría dar para mejorar este servicio?

D.4. ¿Quiere presentarnos a otra persona que haya recibido subsidios de la Provincia para hacer esta entrevista?

E. Registrar observaciones y comentarios de percepción del entrevistador

F. Agregar registros fotográficos si los hubiera

9.5 Lista de entrevistados

		Localidad	Servicio recibido
Aragón	Adelaida Beatriz	San Miguel de Tucumán	Crédito
Aragón	Norma	San Miguel de Tucumán	Crédito
Aráoz	Bernabé	San Miguel de Tucumán	Crédito
Arrieta	Hugo Roberto	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Barraza	Carmen Beatriz	San Miguel de Tucumán	Crédito
Barrera	Marcela	San Miguel de Tucumán	Crédito
Bazán	Teresa	Tafí Viejo	Subsidio
Beltrán	Ángel Oscar	San Miguel de Tucumán	Crédito
Beltrán	Ángel Oscar	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Borquez	Silvia del Valle	San Miguel de Tucumán	Crédito
Camiletti	María Fernanda	San Miguel de Tucumán	Crédito
Carreras	Héctor Hugo	San Miguel de Tucumán	Crédito
Castillo	Lourdes	Tafí Viejo	Subsidio
Castro	Ariel Fernando	Yerba Buena	Crédito
Chaile	Jorge	Tafí del Valle	Crédito
Chaile	María Rosa	Tafí Viejo	Crédito
Chocobar	María Cristina	Tafí Viejo	Crédito
Corbalán	Margarita	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Coria	Verónica	Cruz Alta	Crédito
Coronel	Mercedes	Yerba Buena	Crédito

Coronel	Elisa	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Costilla	Cecilia	San Miguel de Tucumán	Crédito
De La Vega	Guillermo	San Miguel de Tucumán	Crédito
Delgado	Graciela Inés	San Miguel de Tucumán	Crédito
Díaz	Silvia	San Miguel de Tucumán	Crédito
Esparza	Zulma	San Miguel de Tucumán	Crédito
Espinosa	María de los Ángeles	San Miguel de Tucumán	Crédito
Frías	José María	San Miguel de Tucumán	Crédito
Frías	María Cecilia	San Miguel de Tucumán	Crédito
Frías	María Cecilia	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Gómez	Noemí	San Miguel de Tucumán	Crédito
Gómez L.	María L.	San Miguel de Tucumán	Crédito
González	Patricia	Amaicha del Valle	Crédito
Gordillo	Elva	San Miguel de Tucumán	Crédito
Gramajo	Jacinta	San Miguel de Tucumán	Crédito
Grispán	Demián Emiliano	San Miguel de Tucumán	Crédito
Grispán	Demián Emiliano	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Guardo	Nora Graciela	San Miguel de Tucumán	Crédito
Guerra	Nora Matilde	Amaicha del Valle	Crédito
Herrera	Nora	Alderetes	Subsidio
Herrera	Emilia del Valle	San Miguel de Tucumán	Crédito
Jiménez	Yanina	San Miguel de Tucumán	Crédito

Jofre	Marta Graciela	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Juárez	Armando Raúl	Leales	Crédito
Juárez	Selva Noemí	San Miguel de Tucumán	Crédito
Juárez	Graciela del Carmen	Tafí Viejo	Crédito
Lazarte	Telma	La Banda del Río Salí	Crédito
Leccesse Gómez	Jésica	San Miguel de Tucumán	Crédito
Macías	Juan Eduardo	Leales	Crédito
Mamaní	Elena Luján	Amaicha del Valle	Crédito
Mansilla	Manuel Nicolás	San Miguel de Tucumán	Crédito
Mansilla	Manuel Nicolás	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Medina	Omar	Leales	Crédito
Melian	Elsa Roxana	San Miguel de Tucumán	Crédito
Miranda	Jasmín	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Morales	Sandra	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Morán	Beatriz Isabel	San Miguel de Tucumán	Crédito
Moreno	Cyntia	San Miguel de Tucumán	Crédito
Muruga	Julian	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Naranjo	Gisell	San Miguel de Tucumán	Crédito
Navarro	Fátima Alejandra	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Oliveira de Souza	Queite	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Orellana	Lilia	Tafí Viejo	Subsidio
Paiz	Luis	San Miguel de Tucumán	Subsidio

Palacios	Silvia del Valle	San Miguel de Tucumán	Crédito
Paz	Marta Rossana	San Miguel de Tucumán	Crédito
Pérez	Adrián	San Miguel de Tucumán	Crédito
Reynaga Herrera	Gladys Inés	Cruz Alta	Crédito
Robles	Fany Esther	Amaicha del Valle	Crédito
Rodriguez	Jasmina	San Miguel de Tucumán	Crédito
Rodriguez	Patricia	San Miguel de Tucumán	Crédito
Rodríguez	Pascual	San Miguel de Tucumán	Crédito
Rodríguez	Elizabeth	San Miguel de Tucumán	Crédito
Rodríguez	Germán	Leales	Crédito
Rojas	María Luisa	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Rojo Benítez	María de Los Ángeles	San Miguel de Tucumán	Crédito
Romano	Mario	San Miguel de Tucumán	Crédito
Ruedas	Alejandro	Amaicha del Valle	Crédito
Ruiz	Paola Edith	San Miguel de Tucumán	Crédito
Ruiz	Graciela Ivone	San Miguel de Tucumán	Crédito
Salcedo	Ramona	El Manantial	Crédito
Sale	Marcela Edith	San Miguel de Tucumán	Crédito
Santillán	Sergio Raúl	San Miguel de Tucumán	Crédito
Sarmiento	César Gabriel	San Miguel de Tucumán	Crédito
Soria	Sofía Antonella	San Miguel de Tucumán	Crédito
Soria	Sofía Antonella	San Miguel de Tucumán	Subsidio

Soria	Mirta	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Spildora	Luna	Tafí Viejo	Subsidio
Spildora	Luna	Tafí Viejo	Crédito
Suárez	María Inés	San Miguel de Tucumán	Crédito
Tolaba	Melisa	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Toro	Valeria	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Toscano	Ana María	San Miguel de Tucumán	Crédito
Valdez	Roberto	San Miguel de Tucumán	Crédito
Valle	Mariela Noemí	San Miguel de Tucumán	Subsidio
Varela	Solana	San Miguel de Tucumán	Crédito
Viza	Julieta	Leales	Crédito
Vizcarra	Emanuel Lucas Eduardo	San Miguel de Tucumán	Crédito
Yafar	Elías Iacob	Las Talitas	Crédito
Yapura	María Eugenia	El Cadillal	Subsidio
Zelaya	Leo	San Miguel de Tucumán	Crédito
Zerda	Sandra	San Miguel de Tucumán	Subsidio

9.6 Documentación de entrevistas realizadas

A través del siguiente link se puede acceder a la entrevistas realizadas y documentadas.

https://docs.google.com/document/d/1soWzSNy4vtWIG64dVakGYPrevLYcgc32_8cVEXUSsnw/edit?usp=sharing

9.7 Base de datos

Haciendo click sobre el siguiente link se puede acceder a la base de datos de los usuarios de la línea de crédito:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/12770Fyoa73xhRwJ118U7l99kaZFobQ4a/edit?usp=sharing&oid=101165712268840359276&rtpof=true&sd=true>

A través del siguiente link se puede acceder a la base de datos de los beneficiarios del programa de subsidios:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SikbvMmOC3axBNdW5iO3PEYOrxZ_Ls9m/edit?usp=sharing&oid=101165712268840359276&rtpof=true&sd=true



Laura V. Gervasi