

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO, TÉCNICO Y SOCIAL EN BARRIOS POPULARES DE LOS PARTIDOS DE
EZEIZA Y LOMAS DE ZAMORA

INFORME FINAL

JULIO 2025

ASOCIACIÓN CIVIL EL AMANECER DE LOS CARTONEROS

ÍNDICE GENERAL

0. RESUMEN - EXTRACTO.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. DATOS DEL PROYECTO.....	4
3. TAREAS EJECUTADAS.....	5
3.1. Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico.....	7
3.2 Actividad 2: Selección de unidades productivas y diseño de intervención.....	10
3. 3 Actividad 3: Formación.....	11
4. CONCLUSIONES.....	11
ANEXO I: PLAN DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN LABORAL.....	11
1. Plan pedagógico.....	12
1.1. Recomendaciones generales para el desarrollo de capacitaciones y talleres.....	12
1.2. Contenido de las Capacitaciones.....	13
2. Propuesta de Capacitaciones.....	14
2.1 Estrategias de Comercialización:.....	14
2.2. Venta Digital y Cuenta DNI Comercios.....	16
2.3. Administración y Gestión Económica.....	18
2.3.1. Administración.....	18
2.3.2. Costos de producción y definición del precio del producto.....	20
2.4. Inducción en Seguridad e Higiene.....	22
2.5. Procesos y Procedimientos.....	24
2.6. Manipulación Segura de Alimentos.....	26
2.7. Talleres, encuentros y actividades transversales.....	27
3. Síntesis módulos de formación:.....	28
ANEXO II: TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN GÉNERO.....	32
ANEXO III: REGISTRO FOTOGRÁFICO.....	34
ANEXO IV: PLANILLA DE INSCRIPCIÓN A LOS CICLOS DE CAPACITACIÓN.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos del proyecto.....	5
Tabla 2: Criterio de ponderación de las unidades productivas relevadas.....	11
Tabla 3: Capacitaciones realizadas en los Municipios Ezeiza y Lomas de Zamora.....	16

0. RESUMEN - EXTRACTO

El siguiente informe contiene las principales líneas de trabajo que se han desarrollado en la ejecución del proyecto “Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares de los partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora”. El mismo tuvo una duración de 8 meses y fue ejecutado por la Asociación Civil El Amanecer de los Cartoneros, en articulación con el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana (OPISU) y con el acompañamiento técnico del Consejo Federal de Inversiones (CFI). La iniciativa se estructuró en tres etapas principales: relevamiento y diagnóstico, diseño de intervención y formación. El objetivo principal del proyecto fue fortalecer a las unidades productivas de los barrios seleccionados. En ese sentido, se realizó el relevamiento de UP y espacios sociocomunitarios para poder brindar un acompañamiento territorial y un asesoramiento técnico-productivo a través de capacitaciones que fortalecerán tanto las capacidades técnicas, como productivas y/o comerciales.

Durante la primera etapa, se llevaron a cabo reuniones de planificación, selección y capacitación de promotoras territoriales y el diseño de herramientas de relevamiento digital. Posteriormente, se realizó un relevamiento exhaustivo en siete barrios populares —cuatro en Ezeiza y tres en Lomas de Zamora— alcanzando más de 500 unidades productivas relevadas. La mayoría de estas unidades surgieron durante los últimos años, presentan altos niveles de informalidad y condiciones precarias de trabajo. Se identificó una fuerte presencia de mujeres al frente de emprendimientos familiares vinculados a rubros como alimentación, textiles, reciclado, estética y comercio.

A partir del análisis de los datos recolectados se elaboró un diagnóstico socio-productivo por territorio, y se diseñó un plan de formación adaptado a las necesidades detectadas. Se implementaron siete módulos de capacitación en ambos distritos, con participación de más de 160 personas. Los contenidos abordaron temáticas como comercialización, herramientas digitales, administración y costos, cooperativismo, manipulación de alimentos y seguridad e higiene. Se adaptaron horarios, materiales y formatos para garantizar el acceso y la permanencia de las personas involucradas.

Además de las instancias de formación mencionadas, se implementaron intervenciones comunitarias para la promoción de la salud y la sensibilización de género. Las promotoras impulsaron la instalación de puntos violetas, realizaron postas de salud con asesoramiento y talleres abiertos a la comunidad sobre artesanía, costura y reciclado.

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe da cuenta del trabajo y las tareas realizadas en el marco del proyecto “Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares de los partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora”. Comprende los ocho meses de duración del proyecto que va desde el 25-11-2024 al 25-07-2025, el cual fue ejecutado por la Asociación Civil El Amanecer de los Cartoneros, con el acompañamiento técnico y financiero del Consejo Federal de Inversiones (CFI), en articulación con el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana (OPISU). La implementación se desarrolló en los barrios populares Vista Alegre, Santa Marta, Tres Américas y El Ombú, del municipio de Ezeiza; y 17 de Noviembre, Miró y Fiorito II, del municipio de Lomas de Zamora. Las actividades se realizaron mediante un enfoque territorial, participativo y comunitario.

Este informe está compuesto por un resumen y esta introducción que sintetizan los principales aspectos del proyecto y su desarrollo. Luego, se detallan las actividades realizadas para el cumplimiento del mismo en función de los principales lineamientos. Se describen las tareas realizadas y resultados obtenidos a lo largo del proceso. Para concluir se anexan los principales materiales producidos: (1) el Plan de Capacitaciones, (2) talleres de sensibilización en género, (3) archivo fotográfico, (4) planillas de inscripción a los ciclos formativos.

2. DATOS DEL PROYECTO

Nombre del proyecto	“Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares de los partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora”		
Nombre de la entidad	Asociación Civil El Amanecer de los Cartoneros		
Referente de contacto	Maximiliano Sosa (1151790360)		
Fecha de inicio de ejecución del proyecto	25/11/2024	Plazo de ejecución	Ocho (8) meses
Fecha de presentación del Informe	25/07/2025		

Tabla 1: Datos del proyecto.

3. TAREAS EJECUTADAS

Los objetivos centrales del proyecto fueron los siguientes:

- Generar un diagnóstico de las unidades productivas ubicadas en los barrios intervenidos, con el fin de relevar sus características, condiciones de trabajo, niveles de formalización y principales problemáticas.
- Proporcionar acompañamiento técnico y formativo para fortalecer las unidades productivas existentes.
- Fomentar la participación activa de mujeres y diversidades en los espacios de trabajo.
- Impulsar procesos de formalización y organización comunitaria, facilitando el acceso a derechos, herramientas administrativas y condiciones laborales dignas.

Para alcanzar estos objetivos se llevaron adelante tres actividades clave:

Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico

a) Encuestas: Se realizó un relevamiento territorial en siete barrios populares —cuatro en el partido de Ezeiza y tres en Lomas de Zamora— que permitió mapear y diagnosticar las principales características de las unidades productivas, sus condiciones de trabajo, su nivel de formalización, y el rol de las mujeres y diversidades en el tejido económico local. Las encuestas fueron aplicadas mediante formularios digitales georreferenciados (ODK Collect), y estuvieron a cargo de equipos mixtos con presencia territorial.

b) Diagnóstico: Con base en los datos recolectados y fuentes secundarias, se elaboró un diagnóstico por barrio que integró un mapeo socio-productivo y un análisis cualitativo y cuantitativo de las unidades productivas. El diagnóstico permitió identificar las principales problemáticas que enfrentan las y los trabajadores de la economía popular, entre ellas: informalidad, escasa planificación, falta de acceso a servicios y a herramientas productivas.

Actividad 2: Selección de unidades productivas y diseño de intervención

a) Selección UP: Se elaboró una matriz de priorización para identificar las unidades productivas con mayor potencial de fortalecimiento, considerando el grado de consolidación, su rol como principal fuente de ingresos del hogar, su composición mayoritaria por mujeres y la predisposición al trabajo colectivo. Este proceso permitió organizar de forma planificada la

participación en los ciclos de capacitación.

b) Diseño del plan de formación: Se construyó un plan de capacitaciones con perspectiva de educación popular, enfoque de género y adecuación a los perfiles productivos identificados. Los ejes temáticos incluyeron formalización, herramientas de administración y costos, comercialización, venta digital, cooperativismo, seguridad e higiene, y manipulación de alimentos.

c) Intervenciones territoriales específicas: Se planificaron estrategias complementarias con enfoque en salud comunitaria y género, adaptadas a las realidades de cada barrio y en articulación con referentes locales. Estas instancias buscaron promover espacios seguros, fortalecer redes de cuidado y visibilizar los aportes de las mujeres a las economías barriales.

Actividad 3: Formación

En esta etapa se llevaron adelante las instancias de capacitación y acompañamiento territorial. Se implementaron siete módulos de formación con metodologías participativas y materiales accesibles, que promovieron el intercambio de saberes y la construcción colectiva del conocimiento. Las capacitaciones se desarrollaron en espacios comunitarios, con amplia participación de mujeres trabajadoras de la economía popular, fortaleciendo sus capacidades organizativas, técnicas y productivas.

3.1. Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico

Etapas Preparatorias

El proyecto comenzó a ejecutarse el 25 de noviembre de 2024. En primer lugar realizaron una serie de reuniones con el equipo de promotoras, el equipo interdisciplinario y el acompañamiento del OPISU. Las mismas estuvieron orientadas a establecer un esquema de trabajo de acuerdo al Plan de Actividades y a partir de allí, establecer roles claros para cada participante.

En este sentido, se realizaron tres reuniones para coordinar el Proyecto. En la primera, participaron autoridades de la Asociación Civil, del Consejo Federal de Inversiones (CFI) y del OPISU, a través de tres direcciones provinciales: de Integración Productiva, de Integración Social y de Evaluación de Políticas Urbanas y Control de Gestión.

El segundo encuentro fue entre la DP de Integración Productiva, las Autoridades de la Asociación Civil y Responsables Temáticos de la entidad.

La tercera instancia de encuentro fue presencial entre la entidad y el OPISU tuvo como motivo las capacitaciones acerca de las consideraciones generales del Proyecto para el grupo completo de los recursos humanos involucrados, equipos de relevadoras y promotoras incluidas. En estos encuentros se trabajó con un Power Point elaborado entre la entidad y el organismo.

Si bien formalmente no había distinciones de funciones entre las promotoras, de facto se decidió deslindar los roles y funciones de acuerdo a las necesidades del Proyecto, siendo posible que una persona asuma más de una responsabilidad. Así, se enarbolaron tres roles específicos a la Tarea de Relevamiento: Coordinación, Registro y Relevadora.

De este modo, el equipo de relevadores/as está conformado por veinte (20) promotoras.

Las tareas de la Coordinación de Relevamiento son:

- Planificación del plan de trabajo en conjunto con el responsable de seguimiento OPISU y con el/la responsable de Registro/Administración por parte de la entidad,
- Acompañamiento y seguimiento de las promotoras correspondientes al distrito asignado, brindando las herramientas necesarias para la ejecución de la tarea (ej: mapas y planos, movilidad en el día a día, garantizar el punto de encuentro y hacer seguimiento del presentismo).

Las Relevadoras tienen entre sus tareas relevamiento, encuestas, convocatoria a talleres/capacitación.

El rol de la promotora responsable de Registro/Administración es el de:

- Acompañamiento de la Coordinadora de promotoras/es en las tareas de registro de todas las actividades que se hagan diariamente.
- Tomar registro de los relevamientos realizados por día, anotar las observaciones pertinentes.
- Además, al final de la jornada envía la información pertinente al Responsable de Seguimiento de OPISU.

Luego y a partir de algunos intercambios técnicos entre ambos equipos, se logró llegar a una versión acabada de la encuesta que fue volcada al software provisto por el OPISU.

La Asociación decidió dividir el equipo conformado por 20 promotoras, en dos grupos grandes de trabajo, uno para Ezeiza y otro para Lomas de Zamora, quienes han trabajado con la misma metodología. Esto no implicó desligar a un equipo de promotoras del otro. De hecho, ocurrió que, dado que un distrito terminó más temprano que otro, se acompañaron las promotoras de un territorio con otro, realizando actividades en conjunto.

Finalmente, el OPISU entregó a las relevadoras un kit de instrumentos y de elementos identificatorios, con logos de la provincia de Buenos Aires. Con esta entrega y en función de haber logrado acordar una agenda de trabajo común, se dio inicio a la etapa de relevamiento.

Etapa de Relevamiento

El relevamiento abarcó 127 manzanas en Ezeiza y 145 en Lomas de Zamora. La dinámica que adoptó la tarea llevada a cabo no tuvo una franja horaria exacta, sino más bien flexible adaptándose así a la vida cotidiana de cada barrio, clima o festividades. Las tareas se realizaron de lunes a sábado, en turnos de entre siete y ocho horas, incluyendo jornadas por la tarde y fin de semana, lo que permitió tener mayor alcance en los relevamientos.

En ambos distritos se definieron centros logísticos en espacios comunitarios dentro de los barrios para la realización de reuniones periódicas sobre el trabajo realizado. En el caso de Lomas de Zamora ya existía una “pisada” previa del OPISU, por lo cual existía una confianza en la “pechera”. Sin embargo, también es importante destacar que existió un alto grado de rechazo a la realización de la encuesta, cerca del 38%. Las promotoras caracterizan que esta desconfianza pudo estar vinculada al carácter sensible de algunas preguntas en la encuesta.

Se resolvió volver a pasar por los lugares donde no se pudo hacer la encuesta, ya sea porque estaban cerrados, no se encontraban referentes o había desconfianza. Después de revisar el panorama de las Unidades Productivas, la organización se reunió con las direcciones provinciales de Integración Productiva y Social de OPISU para evaluar el trabajo realizado y planificar cómo seguir, sobre todo con los espacios socio-comunitarios. Muchos de estos espacios cambiaron sus días y horarios por los ajustes en los programas nacionales (Potenciar Trabajo y otros), y algunas personas tuvieron que salir a buscar changas para sostenerse. Esto generó cierta resistencia a las encuestas, que algunos confundieron con inspecciones del Ministerio de Capital Humano.

A partir de estas experiencias, se decidió reforzar el vínculo con los espacios comunitarios más allá del marco del CFI, organizando encuentros para que puedan sumarse a políticas provinciales y capacitaciones. También se acordó que las capacitaciones se adapten a las necesidades que las promotoras detectaron en el territorio —como administración de costos, seguridad e higiene, manipulación de alimentos, salud y género—, y que algunas de ellas participen como formadoras en duplas junto al equipo técnico para llevar este conocimiento a los barrios.

A partir de los recorridos diarios realizados, las promotoras tuvieron la posibilidad de generar articulación con distintos actores territoriales y acercarse a demandas emergentes de los comerciantes y referentes de instituciones barriales.

El 15/01/2025 se dio por finalizada esta etapa.

Etapa diagnóstico

Se procesaron los datos descargados del sistema ODK Collect. Luego se realizaron tareas de limpieza, decodificación y homogeneización de respuestas. Se elaboraron mapas de georreferenciación de unidades productivas, instituciones y espacios sociocomunitarios, y se categorizaron las unidades según tipología, antigüedad, género y rango etario de las personas involucradas en las actividades productivas.

En función de esas tareas y de los aportes cualitativos que realizaron las promotoras se esbozaron algunas conclusiones generales sobre el relevamiento realizado. En primer lugar, destacamos la ausencia de datos previos sistematizados sobre la actividad económica en estos barrios, por lo que el proyecto construyó una base de información primaria a través de encuestas y trabajo de campo realizado por las promotoras. El análisis incluye la caracterización de las unidades productivas, sus principales problemáticas y estrategias de comercialización, así como el relevamiento de espacios socio comunitarios, donde se observa una fuerte participación femenina.

Los resultados revelan que la mayoría de las unidades productivas son de reciente creación, no están formalizadas y funcionan en domicilios particulares o locales a la calle, con diferencias notorias entre ambos municipios: en Ezeiza predominan emprendimientos individuales orientados a complementar ingresos, mientras que en Lomas de Zamora se identifican emprendimientos familiares algo más consolidados. Entre las principales dificultades detectadas se encuentran el acceso a insumos, la falta de maquinaria y la baja en las ventas. En cuanto a los espacios sociocomunitarios, se evidencia su rol central en la provisión de alimentos y cuidados, sostenidos en gran medida por mujeres, lo que refuerza la importancia de su fortalecimiento mediante políticas públicas y programas de apoyo específicos.

3.2 Actividad 2: Selección de unidades productivas y diseño de intervención

a) Selección UP:

A partir de la siguiente matriz incluida en los términos de referencia se realizó una selección de UP's:

Criterio	Ponderación	Indicador	CALIFICACIÓN		
			BAJO	MEDIO	ALTO
			1	2	3
Formalización	2	Posee actividad registrada	NO	-	SI
Días de Trabajo por semana	4	Cantidad de días	de 1 a 2	de 2 a 4	más de 4
División de tareas hacia lo interno de la UP	5	Cantidad de tareas identificadas en los procedimientos	2	de 2 a 4	más de 4
Antigüedad de la UP	6	Cantidad de años	menos de 1	de 1 a 3	más de 3
Cantidad de Mujeres en el equipo de trabajo	7	Cantidad de personas en proporción al total	0-35%	35-50%	60-100%
Generación de puestos de Trabajo	8	Cantidad de personas	de 1 a 3	de 3 a 6	más de 6
Ingreso Familiar Principal	10	Ingreso familiar principal para mayoría de los integrantes	NO	-	SI

Tabla 2: Criterio de ponderación de las unidades productivas relevadas.

Para completar esta tarea, se asignó una calificación (1 = bajo, 2 = medio, 3 = alto) a cada característica de la matriz por unidad económica, multiplicándola por la ponderación correspondiente. La suma de estos valores determinó el puntaje final de cada unidad. Luego, el equipo promotor revisó las observaciones del relevamiento para validar los resultados obtenidos.

Sobre esta matriz, se realizó una convocatoria inicial a las capacitaciones propuestas, a partir de la cual se avanzó con una convocatoria más general a la comunidad barrial en general.

b) Selección estrategia formativa:

Se elaboró el “Plan de capacitación y formación laboral” (Anexo I) que busca impulsar un aprendizaje participativo, inspirado en la educación popular y con una fuerte perspectiva de género. Para ello, se definieron una serie de pautas para organizar los talleres y cursos: desde cómo armar los cupos de participantes y designar responsables, hasta pensar la metodología de trabajo, elegir espacios adecuados, difundir las propuestas, inscribir a las personas interesadas y contar con los materiales básicos. También se tuvo en cuenta cómo dinamizar cada encuentro, la forma de sistematizar lo aprendido y las actividades que se desarrollen.

Los contenidos de cada capacitación fueron diseñados junto con profesionales y equipos técnicos del OPISU, integrando sus saberes con una “Caja de Herramientas” que incluye materiales prácticos para cada tema. Los trayectos formativos están organizados en módulos de un solo día para garantizar un cierre de contenidos y, en cada uno, se trabaja con una dupla pedagógica que interactúa con promotoras y referentes barriales para sumar sus conocimientos y experiencias. Cada curso cuenta con un temario claro, la modalidad de trabajo, materiales necesarios, tiempos previstos, un esquema de la clase y la organización del espacio.

c) Selección estrategia intervención barrial Género - Salud:

Se adjunta el detalle de la sensibilización modelo en términos de género. Sin embargo en cada uno de los barrios y en función de las demandas de cada espacio se adaptaron las intervenciones a partir de las propuestas de las promotoras.

3.3 Actividad 3: Formación

La entidad, junto con OPISU y sus direcciones de Integración Social y Productiva, llevó adelante una serie de capacitaciones pensadas para fortalecer a las Unidades Productivas (UP). Los talleres incluyeron temas como administración, monotributo, facturación, estrategias de venta, manipulación segura de alimentos, seguridad e higiene, sensibilización en género y venta digital. Para difundir estas propuestas, se usaron formularios de inscripción online y mensajes de WhatsApp que circularon por distintos canales: las promotoras territoriales, los grupos y contactos de OPISU y los espacios comunitarios. La idea fue que la invitación llegara de forma cercana, construyendo confianza con quienes trabajan en los barrios.

Primero se invitó a las UP con mayor recorrido, considerando criterios como antigüedad, el liderazgo de mujeres o diversidades y su presencia en el barrio, pero sin dejar afuera a nadie. Algunas capacitaciones estuvieron más enfocadas en emprendimientos ya consolidados, garantizando instancias de asesoría integral, mientras que otras se orientaron a quienes recién están empezando y necesitan más apoyo técnico o comercial. Con el correr de los meses, se vio la necesidad de sumar una modalidad virtual para que quienes no pueden cerrar su negocio, trasladarse a otro barrio o dejar a sus hijos solos, también puedan participar. Esta iniciativa busca que todos tengan acceso a las herramientas necesarias para crecer.

Fecha	Municipio	Tipo de curso	Lugar de dictado
3/4/2025	Ezeiza	Gestión Administrativa	Biblioteca Popular Domingo F.

			Sarmiento
10/4/2025	Ezeiza	Facturación	Biblioteca Popular Domingo F. Sarmiento
20/3/2025	Ezeiza	Venta digital + cuenta dni	Biblioteca Popular Domingo F. Sarmiento
14/3/2025	Ezeiza	Taller Integración Sociourbana	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
08/04/2025	Ezeiza	Taller Integración Sociourbana	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
25/04/2025	Ezeiza	Taller Integración Sociourbana	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
27/03/2025	Lomas de Zamora	Costos y precio de venta	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
03/04/2025	Lomas de Zamora	Estrategias de Comercialización	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
07/04/2025	Lomas de Zamora	Taller Integración Sociourbana y Acceso al Hábitat	Espacio sociocomunitario
15/04/2025	Lomas de Zamora	Gestión Administrativa	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8

			wDpZZWS8
16/04/2025	Lomas de Zamora	Facturación	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
20/5/2025	Ezeiza	Manipulación Segura de Alimentos 1	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
22/5/2025	Ezeiza	Manipulación Segura de Alimentos 2	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
23/5/2025	Lomas de Zamora	Gestión Administrativa y Facturación	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
28/5/2025	Lomas de Zamora	Seguridad e Higiene	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
2/6/2025	Ezeiza	Estrategias de Comercialización	Virtual
3/6/2025	Lomas de Zamora	Estrategias de Comercialización	Tierra y Dignidad, 17 de noviembre. Punto gps: https://maps.app.goo.gl/AeBpuLmg6wDpZZWS8
4/6/2025	Ezeiza	Gestión Administrativa	Virtual
6/6/2025	Ezeiza	Monotributo y	Virtual

		Facturación	
10/6/2025	Ezeiza	Venta Digital y Cuenta DNI Comercios	Virtual
12/6/2025	Lomas de Zamora	Manipulación Segura de Alimentos 1	Centro de Integración Comunitaria (CIC) 17 de Noviembre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/3ubuuSiCJtw9pYuDA
13/6/2025	Ezeiza	Seguridad e Higiene	Los Crisántemos 1487, Vista Alegre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/J8h1s8Av5DSzie8UA
13/6/2025	Lomas de Zamora	Manipulación Segura de Alimentos 2	Centro de Integración Comunitaria (CIC) 17 de Noviembre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/3ubuuSiCJtw9pYuDA
19/6/2025	Lomas de Zamora	Administración, Monotributo y Facturación	Centro de Integración Comunitaria (CIC) 17 de Noviembre. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/3ubuuSiCJtw9pYuDA
24/6/2025	Lomas de Zamora	Venta digital y cuenta DNI comercios	Virtual
25/6/2025	Ezeiza	Estrategias de Comercialización	Barrio Vista Alegre, Tristán Suárez - Centro social Frente Popular Darío Santillán. Punto GPS: https://maps.app.goo.gl/JjL3XJd6qex5JrVs6
2/7/2025	Lomas de Zamora	Administración, Monotributo y Facturación 1	Virtual
4/7/2025	Lomas de Zamora	Administración, Monotributo y	Virtual

		Facturación 2	
7/7/2025	Lomas de Zamora	Estrategias de Comercialización	Virtual

Tabla 3: Capacitaciones realizadas en los Municipios Ezeiza y Lomas de Zamora}

En términos de sensibilizaciones de género y de salud y en el caso de Ezeiza, las promotoras identificaron una oportunidad y realizaron actividades complementarias a la sensibilización de género. Por un lado, en esquinas y plazas de todos los barrios del proyecto se colocaron puntos violetas. Los mismos son espacios en donde las promotoras instalan un gazebo y distribuyen materiales con recursos vinculados a la prevención de la violencia de género. Así también, en este ámbito se realizaron acciones de promoción de la salud comunitaria con postas en las que se asesora sobre recursos locales y se toma la presión. Además estas intervenciones estuvieron vinculadas a una agenda de efemérides construídas por las promotoras en las que se pensaron actividades por el día Nacional de la lucha contra la violencia institucional (08/05/2025) y en el marco de la semana mundial del parto respetado. Algunas de las iniciativas se realizaron en articulación con el Municipio.

Además se realizaron talleres de artesanía, costura y reciclado. Todos ellos enfocados particularmente en mujeres que participaron del relevamiento de Unidades Productivas. Cabe destacar que por el carácter de estas actividades, las mismas se abrieron a la comunidad del barrio en general.

En el caso de Lomas de Zamora, las promotoras participaron de capacitaciones vinculadas a la promoción de salud comunitaria además de las actividades vinculadas a género.

4. CONCLUSIONES

Creemos que uno de los principales aciertos del proyecto fue su abordaje territorial centrado en el rol de las promotoras. En este sentido, creemos que la implementación tuvo resultados efectivos en sus propios términos pero también permitió construir un proceso de trabajo en el que cada acción estaba pensada para responder a las necesidades reales de los barrios. Creemos que el diagnóstico tiene su arista más interesante en su construcción participativa. El mismo se destaca por haber generado datos inéditos sobre más de quinientas unidades productivas, dando visibilidad a una economía barrial que muchas veces queda invisibilizada, y permitiendo así diseñar intervenciones más precisas y efectivas. Sin embargo, tal como se expresa en el informe técnico es necesario reforzar las líneas de capacitación con mecanismos de financiamiento que les permitan a las Unidades Productivas costear gastos de capital.

Otro de los aspectos más valiosos del proyecto es el protagonismo de las mujeres y diversidades, tanto en los equipos de promotoras como en las unidades productivas relevadas. La perspectiva de género no se limita a ser un eje transversal, sino que se traduce en acciones concretas, como los espacios de sensibilización.

Por último destacamos la articulación institucional entre esta Asociación, el OPISU y el CFI. La misma le da al proyecto una base sólida para garantizar recursos y acompañamiento técnico, mientras que la flexibilidad para adaptar modalidades y tiempos —incluso sumando propuestas virtuales— evidencia un compromiso por derribar barreras de participación. Todo esto conforma una experiencia que no solo fortalece a las unidades productivas, sino que también potencia los lazos comunitarios y la confianza en la construcción colectiva.

ANEXO I: PLAN DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN LABORAL

1. Plan pedagógico

El plan pedagógico de capacitaciones se abordará desde un enfoque basado en la educación popular con perspectiva de género, donde los módulos de capacitaciones se basarán en la participación activa de las personas, fomentando y permitiendo la construcción colectiva del conocimiento a partir de la edad y la práctica de las y los participantes. Asimismo, dicho enfoque promueve la toma de conciencia respecto a la ubicación social y política en pos de promover el pensamiento crítico, empoderando a las y los participantes a decidir sobre sus formas de organización, sosteniendo mediante la práctica, los principios y valores de la empatía, la cooperación, la solidaridad y la perspectiva de género, buscando deconstruir estructuras discursivas, prácticas y formas de relación que perpetúan y reproducen los distintos tipos de violencias por motivos de género.

En este sentido, el enfoque basado en la educación popular con perspectiva de género, se

centra en las personas y en la situación de aprendizaje más que en los objetivos, permitiendo ser aplicado en contexto de enseñanza de adultos, en la educación comunitaria, etc. lo cual es idóneo y adecuado respecto al público destinatario del proyecto en cuestión y considerando los espacios-contexto formativos propios de los barrios populares.

1.1. Recomendaciones generales para el desarrollo de capacitaciones y talleres

- **Participantes:** Definición de cantidad y perfiles de los participantes en base a lo requerido dentro del proyecto. Se recomienda de este modo, convocar no solo a las personas que forman parte de las unidades productivas, sino también a las promotoras con el fin de que formen parte de la pareja pedagógica.
- **Responsables:** Quienes estarán a cargo del dictado serán quienes forman parte del equipo profesional, y a su vez pueden pensarse en invitados/as que profundicen saberes o conceptos.
- **Metodología:** Generar los espacios desde una metodología de taller, buscando promover la intervención activa de los/as participantes y la búsqueda de una construcción del saber colectivo.
- **Espacio:** No hay una especificación particular que a priori excluya determinados lugares en los cuales se implementa el Plan, aunque como criterio general se orienta a priorizar que pueda ser dentro de algún centro comunitario o espacio barrial que tenga finalidad educativa o cultural. Se busca que garanticen la sanidad y salubridad del espacio, con baños en condiciones, elementos que aseguren los requisitos de Seguridad e Higiene, y que posean los materiales básicos para la implementación de las capacitaciones, tales como mesas, sillas y pizarra.
- **Formas de invitar al espacio:** Se propone brindar formalidad en base a las invitaciones y poder realizarlas de manera individual y direccionadas.
- **Materiales:** En cuanto a la materialidad generada en el espacio de formación se propone que los mismos tengan un lugar importante en la planificación ya que serán parte del brindarle dinamismo al espacio. Con esto nos referimos a poder tener soportes visuales, espacios marcados específicamente para la capacitación, material didáctico de no mucha complejidad pero que sean de herramienta para sostener los espacios formativos.
- **Dinámicas:** se propone hacer uso de dinámicas que promuevan la participación de los/as invitados/as, buscando que la metodología de implementación sea atractiva y permita la construcción desde los distintos saberes y perspectivas de los participantes. La forma en la que

se proponga el aprendizaje será importante para sostener todos los espacios formativos y fortalecer un lazo entre el aprendizaje y la ocupación del tiempo.

- Sistematización del espacio y de las actividades: Se requiere que haya encargados de tomar registro fotográfico y escrito de lo que va sucediendo dentro de cada espacio de formación, para la elaboración de informes y medición de impacto. Asimismo, será necesario registrar quiénes han participado.

1.2. Contenido de las Capacitaciones

El contenido de las distintas instancias de capacitación deberá ser elaborado por el equipo profesional de la entidad y adecuado a las necesidades relevadas en el diagnóstico. Se espera que en cada encuentro se trabaje en base a la estructura de ejes y módulos propuestos, para ampliar y profundizar la misma en pos de ejecutar los espacios con una mirada territorial y adaptada a la realidad de cada grupo de trabajadoras/es.

En cuanto al desarrollo del contenido se ha creado una “caja de herramientas” que funcione de manera consultiva para la implementación de los espacios formativos.

2. Propuesta de Capacitaciones

A continuación se describen las distintas propuestas formativas enmarcadas en el proyecto “Fortalecimiento productivo, técnico y social en Barrios Populares”, las que se realizarán de forma integral desarrollando una sinergia y coherencia entre cada uno de los contenidos vistos en cada instancia, como así también pensadas para ser brindadas desde una perspectiva individual para abordar temas específicos a fortalecer.

Las capacitaciones serán ejecutadas por dos responsables designados por el equipo interdisciplinario que tendrán a cargo el dictado, a la vez que podrán pensarse invitados/as que profundicen saberes y conceptos.

2.1 Estrategias de Comercialización:

Capacitación orientada a abordar las cuestiones estratégicas de marketing, como lo son la propuesta de valor, el cliente objetivo, la identidad de marca y la importancia de definir el mix de mercadotecnia o comúnmente conocido como 4P y las 4C del entorno digital. Esto permitirá que las unidades productivas puedan contar con una planificación estratégica comercial para potenciar su propuesta de valor y llegar a más clientes, en pos de aumentar las ventas y lograr un posicionamiento marcario en los espacios donde comercializan.

Temario:

- Introducción. Importancia de la estrategia comercial.
- Comercialización en el entramado de la economía popular
- Aspectos generales de una estrategia comercial.
- Herramientas para su construcción. Lienzo de la propuesta de valor, mapa de empatía
- Mix de mercadotecnia, las 4P.
- Estrategia comercial en el ámbito digital, las 4C.

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector, artículos de librería (lápiz, lapicera, anotadores, fibrones), modelo práctico de la propuesta de valor impreso.

Duración: 2 Hs

Planificación de la clase:

15 min. de presentación de las y los participantes.

15 min. presentación y breve descripción de la capacitación.

Se tomarán 30 min. para aproximarnos a los conceptos e ideas de cada tema abordado. Se realizarán intercambios dinámicos y fluidos con la cohorte, con el objetivo de clarificar los conceptos ilustrados en las filminas teóricas, pero dicha apropiación partirá del vocabulario, concepción y ejemplos de la vida cotidiana de los/as estudiantes.

En la hora siguiente, con la idea antes definida se comenzará a abordar de manera práctica el modelo de la propuesta de valor, con el modelo impreso, los participantes deberán ir completando cada cuadrante en función de su emprendimiento/negocio, en esta etapa, el equipo a cargo de la capacitación acompañará a los grupos en pos de disipar dudas. Para llegar a una conclusión de esta etapa práctica se intercambiarán dichas propuestas de valor entre las y los alumnos en pos de que el conocimiento se afiance y se construya desde lo colectivo hacia lo particular de cada unidad de negocio. Para finalizar la

capacitación se pedirá que cada participante a voluntad piense y comparta algo positivo de la jornada.

Disposición física del espacio formativo: La primera etapa se abordará con las y los participantes dispuestos en una ronda. La segunda etapa práctica se conformarán grupos de como máximo 5 personas, la conformación de los mismos será de libre elección de las y los participantes. Estas prácticas formativas nos permitirán promover la integración entre las y los participantes, como así también afianzar la confianza entre las y los mismos.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.2. Venta Digital y Cuenta DNI Comercios

Esta capacitación está destinada a unidades productivas que comercialicen bienes, productos y/o servicios, con el objetivo de fortalecer el conocimiento sobre distintas plataformas de venta y sus respectivas funciones. De este modo permitirá que dichas unidades puedan pensar una estrategia de venta abarcando aspectos como la confección y puesta en práctica de un discurso de marca, la fidelización de su público objetivo y la optimización de los recursos con los que cuentan a la hora de establecerse en el mercado digital.

Temario:

- Espacios digitales de comercialización (whatsapp business, facebook, instagram)
- Estrategias de escritura y uso de palabras a la hora de comercializar un producto; armado de textos, selección de información.
- Construcción de un discurso/marca (mensajes predeterminados, plantillas)
- Introducción (rápida) a canva y sus usos muy básicos

- Armado de catálogo
- Cuenta DNI Comercios

Modalidad: Presencial

Materiales: proyector, computadora, hojas, lapiceras, celular, conexión a internet (fundamental).

Duración: 2 hs.

Planificación de la clase:

Presentación de las y los participantes. 10 minutos.

Una vez realizada la presentación, comenzaremos preguntando ¿por qué les interesa la venta digital? El objetivo es que cada persona pueda contar brevemente qué tipo de productivo/emprendimiento tiene. 15 minutos.

25 minutos. *Momento 1:* a partir de la presentación anterior, vamos a comenzar delimitando la presentación de cada productivo. Esto puede hacerse en una hoja, teniendo en cuenta puntos fundamentales: quiénes son, qué venden, dónde están ubicados, si los productos se retiran y/o envían, si tienen horario de atención fijo, etcétera. Siempre teniendo en cuenta que la información básica y fundamental para los consumidores esté delimitada.

20 minutos. *Momento 2:* una vez terminamos, pasamos a las diapositivas de “estrategias de escritura”. A partir de los ejemplos dados y de otros que conozcan las/los participantes, el objetivo es pensar mediante el intercambio qué cosas nos parecen diferenciales en los discursos de estos productivos/marcas/espacios. Una vez que expusimos en voz alta nuestras opiniones, en una hoja vamos a escribir un primer bosquejo de cómo queremos comunicar: ¿a quién le hablamos? ¿Tenemos una frase?

20 minutos. *Momento 3:* Canva. En esta parte del taller vamos a utilizar nuestros celulares para bajar la aplicación Canva si no la tienen previamente. A partir de las diapositivas, vamos a recorrer el inicio de sesión de la aplicación y las funciones básicas. Con el ejemplo del PPT de base, propondremos crear alguna pieza gráfica para probar las funciones de la aplicación.

20 minutos. *Momento 4:* Catálogo. Pensando en la funcionalidad de un catálogo, vamos a pensar entre todos los participantes cuáles son las características básicas que debería tener uno para ser funcional. Una vez que lo hayamos hecho, vamos a rellenar en el entregable las preguntas básicas. En este punto, pondremos en común lo que pensamos para ver si con quienes compartimos rubro pusieron cosas parecidas o no.

20 minutos. *Momento 5:* Cuenta DNI Comercios. Descarga de la App. Modo de instalación. Requisitos para los Comercios. Posibilidades de uso.

10 minutos. Síntesis y cierre.

Opcional: A4 con la información básica para ir llenando a medida que avanza el taller.

Disposición física del espacio formativo: Se acomodarán en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.3. Administración y Gestión Económica.

Este módulo de capacitación apunta a fortalecer dos aspectos interrelacionados de la unidad productiva. Por un lado se abordan las cuestiones concernientes a la administración y gestión de los procesos administrativos internos en pos de generar un orden y mejor visualización de la información para la oportuna toma de decisiones. A su vez, con la información pertinente ordenada, se desarrollan los aspectos básicos para el cálculo de los costos de producción con el fin de arribar a una aproximación más fehaciente del precio del producto de las unidades productivas.

2.3.1. Administración

Temario:

- Introducción
- ¿Qué es la administración y para qué sirve?
- Características que debe reunir la información
- Herramientas principales
- Monotributo
- Facturación - Documentos comerciales respaldatorios
- Tipos de facturas A, B, C
- Facturador paso a paso

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector, planillas impresas, lapiceras, hojas A4

Duración: 4 hs

Planificación de las clases:Primera Clase:

20 min. Presentación temática y de cada participante.

20 min. Conversación introductoria conceptual

20 min. Actividades prácticas sobre ventas y compras.

20 min. Conversación conceptual sobre stock.

20 min. Actividades prácticas sobre stock.

10 min. Exposición, dudas e incertidumbres.

10 min. Cierre.

Segunda Clase:

10 min. Presentación temática

20 min. Desarrollo de contenidos relativos al Monotributo.

30 min. Espacio relativo a preguntas de cada participante, caso a caso.

20 min. Desarrollo de contenidos relativos a la facturación.

30 min. Espacio relativo a preguntas para cada participante, caso a caso.

10 min. Entrega de instructivos y Cierre.

Disposición física del espacio formativo: Se acomodaron en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.3.2. Costos de producción y definición del precio del producto

Temario:

- Identificar características de costo de producción.
- Ventajas de su definición.
- Nociones de costo fijo, costo variable y costo total.

- Actividad práctica. Confección del costo de producción del producto más relevante. Cómo utilizarlo como parámetro para fijar el precio final del producto.

Modalidad: Presencial / Grupal

Materiales: Proyector, lapiceras, ficha técnica impresa, otros.

Duración: 2 Hs

Planificación de la clase:

15 min presentación participantes.

30 min breve desarrollo teórico a partir de las nociones de los participantes. Se llevará a cabo el desarrollo de los conceptos teóricos básicos a partir del intercambio de las nociones que tienen los participantes respecto a dichos conceptos, de esta manera y mediante el intercambio de saberes se buscará y se orientará a los/as participantes a la apropiación de los mismos de manera dinámica.

15 min para resolver dudas.

50 min de desarrollo práctico para la confección de la planilla de costos del producto y aproximación al precio del mismo, con diferentes ejemplos. En la etapa práctica de la capacitación y en base a los conceptos, se pedirá a las y los participantes que tomen como referencia el producto más importante de su emprendimiento y en función de ello que reúnan e identifiquen la información y datos necesarios para que luego el equipo de OPISU acompañe a las y los participantes a plasmar los distintos costos del producto en cuestión en la ficha técnica del producto. De esta manera, mediante la práctica se buscará estimar el costo de producción de su producto.

Por último, se invita a las y los participantes a reflexionar sobre las variables a tener en cuenta a la hora de definir el precio del producto para así arribar a una aproximación más fehaciente del mismo.

10 min de Cierre

Disposición física del espacio formativo: Se acomodarán en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios

que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.4. Inducción en Seguridad e Higiene

La presente capacitación está orientada a brindar información a las y los trabajadores de las unidades productivas de barrios popular respecto a las pautas para la prevención de accidentes y el cuidado de la salud de las y los trabajadoras (elementos de protección personal, riesgo eléctrico, prevención de incendios, posturas ergonómicas, orden y limpieza, uso de herramientas, etc) como así también protocolos de actuación ante emergencias.

Temario:

- Introducción: Presentar la importancia de la seguridad e higiene en el entorno laboral y los objetivos de la capacitación.
- Prevención de Accidentes: Identificar y mitigar riesgos comunes en el lugar de trabajo.
- Primeros Auxilios: Proporcionar conocimientos y habilidades para responder adecuadamente ante emergencias.
- Riesgos Eléctricos: Enseñar procedimientos seguros al trabajar con electricidad y medidas preventivas.
- Uso de EPP: Garantizar la protección adecuada de los trabajadores mediante el uso de equipos apropiados.
- Prevención de Incendios: Identificar fuentes de ignición y procedimientos de evacuación en caso de incendio.

- Seguros de Vida: Explicar los beneficios y procedimientos relacionados con los seguros de vida para los trabajadores.

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector

Duración: 2hs

Planificación de la clase:

Introducción (15 minutos): Presentación general y objetivos de la capacitación.

Prevención de Accidentes (15 minutos): Identificación de riesgos comunes, prácticas seguras y procedimientos de emergencia.

Primeros Auxilios (20 minutos): Técnicas básicas de RCP, manejo de heridas, fracturas y otras emergencias.

Riesgos Eléctricos (15 minutos): Procedimientos seguros al trabajar con electricidad, uso de herramientas adecuadas y medidas preventivas.

Uso de EPP (15 minutos): Tipos de equipos, selección adecuada, mantenimiento y uso correcto.

Prevención de Incendios (20 minutos): Identificación de fuentes de ignición, manejo de materiales inflamables y procedimientos de evacuación.

Seguros de Vida (10 minutos): Beneficios, coberturas y procedimientos para acceder a ellos.

Cierre (10 minutos).

Disposición física del espacio formativo: Se acomodarán en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también

aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.5. Procesos y Procedimientos

Esta capacitación tiene como finalidad contribuir a la mejora de las unidades productivas a partir de la búsqueda de eficiencia de sus procesos y procedimientos internos de producción. Así mismo, se desarrollarán aspectos relacionados a la seguridad e higiene en los espacios de trabajo en pos de contribuir al cuidado y protección laboral de las y los trabajadores.

Temario:

- ¿Para qué nos sirve definir los procesos y procedimientos de trabajo?.
- División interna del trabajo. Ejemplos
- Tipos de tareas y tipos de procesos. Ejemplos
- Mejoras de eficiencia en el proceso productivo. Disposición de planta y balanceo de línea.
- Aspectos de la Seguridad e Higiene a tener en cuenta en el diseño/rediseño de los procesos. Prevención de incendios y prevención de riesgo eléctrico.

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector, fichas para ejercicios grupales, diagramas de planta productiva, checklist de seguridad e higiene.

Duración: 3 Hs

Planificación de la clase:

1. Presentación e Introducción (30 minutos)

Pregunta inicial: ¿Por qué es importante definir procesos y procedimientos?

Dinámica grupal: Identificar ejemplos de procesos cotidianos (laborales y no laborales) y discutir cómo los procedimientos claros pueden mejorar los resultados.

2. División Interna del Trabajo (40 minutos)

Conceptos clave. ¿Que es la división del trabajo? Ejemplos de tareas específicas dentro de un proceso productivo.

Ejercicio práctico: Analizar un proceso ficticio (por ejemplo, armado de un producto) y dividirlo en tareas concretas. Evaluar cómo distribuir las tareas para optimizar el tiempo.

3. Tipos de Tareas y Procesos (30 minutos)

Tipos de tareas: Repetitivas, creativas, supervisión, etc. Tipos de procesos: Continuos, intermitentes, por proyecto.

Ejemplo práctico: Relacionar tipos de tareas con los procesos en un contexto de producción conocido por los participantes.

4. Mejoras en la Eficiencia del Proceso Productivo (Metodo kaizen o mejora continua) (50 minutos)

Teoría breve. Disposición de planta productiva: líneas, células, disposición fija.

Balanceo de línea: concepto y beneficios.

Ejercicio grupal: Analizar un esquema básico de planta productiva e identificar mejoras posibles en la disposición.

5. Seguridad e Higiene en el Diseño de Procesos (60 minutos)

Prevención de incendios: uso de extintores, rutas de evacuación, señalética.

Prevención de riesgo eléctrico: mantenimiento de equipos, uso de EPP, revisión de instalaciones.

Ejercicio práctico: Completar un checklist de seguridad para un área de trabajo ficticia.

6. Cierre y Reflexión (30 minutos)

Discusión grupal: ¿Qué cambios implementarían en sus lugares de trabajo actuales?

Compromisos individuales: Cada participante define una acción concreta para mejorar un aspecto de su proceso productivo o condiciones de seguridad.

Disposición física del espacio formativo: Se acomodarán en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.6. Manipulación Segura de Alimentos

Está orientado a acercar información y herramientas a personas y/o unidades productivas que requieren de formación y/o certificación para avanzar en sus procesos productivos y en la comercialización de sus productos. Con este curso, se extiende el Certificado correspondiente para ingresar al Registro Provincial de Pequeñas Unidades Productivas de Alimentos Artesanales (PUPAAs).

Temario:

- Nociones bromatológicas generales.
- Nociones microbiológicas generales.
- Enfermedades transmitidas por los alimentos ETAs.
- Manipulador de alimentos.
- Higiene y calidad alimentaria.
- Enfermedad celíaca. Tecnología aplicada a los alimentos.

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector, fichas para ejercicios grupales, diagramas de planta productiva.

Duración: 6 hs (dos encuentros)

Planificación de la clase:

Primera clase:

1. Presentación e Introducción (30 minutos)
2. Desarrollo de los contenidos (55 minutos)
3. Ejercicio práctico (30 minutos)
4. Cierre (5 minutos)

Segunda clase:

1. Presentación e Introducción (30 minutos)
2. Desarrollo de los contenidos (55 minutos)
3. Ejercicio práctico (30 minutos)
4. Cierre (5 minutos)

Disposición física del espacio formativo: Se acomodarán en disposición de círculo, con la posibilidad de agruparse por cercanía con los productivos/espacios que tengan una razón parecida. Se procura que como máximo haya cinco (5) personas por grupo.

Requerimientos del espacio físico: Para llevar a cabo la presente capacitación, en la medida de lo posible, se requiere un espacio con capacidad para 30 personas, con energía eléctrica disponible y en condiciones, como así también aberturas adecuadas para el paso de la luz natural y la circulación de aire, así mismos se requieren 3-4 mesas y sillas en función de la cantidad de participantes.

2.7. Talleres, encuentros y actividades transversales.

Estas instancias abarcan objetivos tanto de promoción/sensibilización como formación, analizando previamente si las unidades productivas han tenido instancias formativas vinculadas a las temáticas de seguridad laboral, higiene y salud o en género. De la misma manera, se

realiza un análisis del entorno barrial para promover dichas temáticas, teniendo en cuenta si se encuentran presentes en el cotidiano y según las observaciones del equipo relevador.

La planificación pedagógica de estas instancias se realizará apostando a dinámicas participativas y en vinculación con vivencias y experiencias cotidianas, para poder reflexionar sobre las propias acciones de los participantes, visualizar caminos de cambio de conducta y mejorar condiciones de los entornos laborales y de convivencia.

- **Promoción de Salud.**
 - Seguridad e Higiene.
 - Primeros auxilios.
 - Descacharreo/prevencción dengue.
 - Adicciones y salud mental.
- **Promoción y sensibilización en Género.**
 - Violencia de género.
 - Discriminación y desigualdad laboral.

3. Síntesis módulos de formación:

Objetivo	Módulos	Contenido esperable
FORTALECIMIENT O COMERCIAL	Estrategias de Comercialización	a. Introducción. Importancia de la estrategia comercial. b. Comercialización en el entramado de la economía popular barrial c. Aspectos generales de una estrategia

		<p>comercial.</p> <p>d. Herramientas para la construcción de una estrategia comercial integral.</p> <p>e. Lienzo de la propuesta de valor, mapa de empatía</p> <p>f. Mix de mercadotecnia, las 4P.</p> <p>g. Estrategia comercial en el ámbito digital, las 4C.</p>
FORTALECIMIENT O COMERCIAL	Venta digital y Cuenta DNI Comercios	<p>a. Espacios digitales de comercialización (whatsapp business, facebook, instagram)</p> <p>b. Estrategias de escritura y uso de palabras a la hora de comercializar un producto; armado de textos, selección de información.</p> <p>c. Construcción de un discurso/marca (mensajes predeterminados, plantillas)</p> <p>d. Introducción a canva y sus usos básicos.</p> <p>e. Armado de catálogo.</p> <p>f. Cuenta DNI Comercios</p>
FORTALECIMIENT O TÉCNICO	Procesos y Procedimientos	<p>a. Importancia de los procesos y procedimientos de trabajo.</p> <p>b. División interna del trabajo. Roles. Ejemplos</p> <p>c. Tipos de tareas y tipos de procesos.</p>

		<p>Ejemplos</p> <p>d. Mejoras de eficiencia en el proceso productivo. Disposición de planta y balanceo de línea.</p> <p>e. Aspectos de la Seguridad e Higiene a tener en cuenta en el diseño/rediseño de los procesos. Prevención de incendios y prevención de riesgo eléctrico.</p>
FORTALECIMIENT O TÉCNICO	Manipulación Segura de Alimentos	<p>a. Nociones bromatológicas generales.</p> <p>b. Nociones microbiológicas generales.</p> <p>c. Enfermedades transmitidas por los alimentos ETAs.</p> <p>d. Manipulador de alimentos.</p> <p>e. Higiene y calidad alimentaria.</p> <p>f. Enfermedad celíaca. Tecnología aplicada a los alimentos.</p>
FORTALECIMIENT O ADMINISTRATIVO	Administración y Gestión Económica	<p>Eje 1:</p> <p>a. Administración interna: ¿Qué es? ¿Para qué sirve administrar la información de la organización?</p> <p>b. Soportes y herramientas para el registro de la información. Planilla de ingresos y egresos, planilla de stock, planilla de asistencias.</p> <p>c. Costos: nociones básicas.</p> <p>Eje 2:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> a. Monotributo. b. Facturación y tipos de comprobantes (factura, remito u orden de compra). Tipos de facturas. c. Validez fiscal y legal de las mismas. <p>Eje 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Definición de costo de producción. Ventajas de su definición. b. Nociones de costo fijo, costo variable y costo total. c. Actividad práctica. Confección del costo de producción del producto más relevante. d. Uso de costo de producción como parámetro para fijar el precio final del producto.
FORTALECIMIENT O TRANSVERSAL	Seguridad e higiene, salud laboral	<ul style="list-style-type: none"> a. Identificación y control de los peligros. b. Procedimientos de emergencia. Prácticas seguras. c. Primeros auxilios. Equipos de protección individual d. Formas de uso de maquinarias y herramientas. Uso seguro y eficiente. Limpieza y mantenimiento. e. Uso del espacio físico y entorno. Acceso y disposición del espacio físico.

ANEXO II: TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN GÉNERO

Los talleres se realizaron de acuerdo a la siguiente planificación:

Primer momento

Se realiza la bienvenida e introducción de la jornada, con videos relativos a las políticas de Género que brindaron entidades gubernamentales de la Provincia. Luego inició la actividad de sensibilización propiamente dicho.

Segundo momento

Se conforman 3 grupos para trabajar con temáticas relativas a temas de género.

Los grupos tienen asignados diferentes temas vinculados a los barrios populares. A continuación se detallan las actividades realizadas.

Tercer momento

Temática “Género y espacio público”

Esta actividad se realiza mediante un juego de roles, en el que las participantes se colocan en hilera. A cada una se le asignó un rol que combina una identidad sexual con otra condición específica. Entre otros:

- Mujer cis, 30 años, con un bebé
- Varón cis, 30, con un bebé
- Mujer cis, 80, sola
- Varón cis, 75, solo
- Mujer cis de secundaria, 17 años, sola
- Varón trans de secundario, 17, solo
- Mujer cis inmigrante reciente, 45 años

Se presenta un escenario determinado y cada participante reflexiona sobre cómo su personaje se sentiría en ese contexto. Los escenarios proyectados fueron:

- De noche, después de cursar/ trabajar esperando el colectivo para volver.
- De mañana, haciendo ejercicio en una plaza pública
- Transitando el barrio de noche
- Subiendo al transporte público
- Usando un baño público
- Transitando el barrio de día
- Volviendo a casa de noche después de hacer las compras, con bolsas

- En la guardia de un hospital público
- Visitando una comisaría para denunciar un delito cometido contra vos

Si su personaje se siente seguro/a, da un paso adelante; si se siente inseguro/a, retrocede un paso. La actividad concluye cuando se han explorado todos los escenarios y se visualizan las distintas posiciones finales de los participantes, evidenciando las diferencias y desigualdades experimentadas.

Temática “Tareas de Cuidado”.

Aquí, las participantes se ponen frente a un afiche en el cual deben ir marcando con una “x” lo que consideraban respecto a:

- ¿Quién se ocupa mayormente de las tareas que sostienen el hogar y a sus integrantes?
a) una mujer; b) una persona LGTBI+; c) un varón.
- La persona del punto anterior:
 - Tiene ingresos: a) bajos, b) medios, c) altos.
 - Es de edad: a) entre 30 y 65 años, b) más de 65 años, c) hasta 30 años.
 - ¿Cuánto tiempo dedica a esas tareas? a) De 0 a 3 horas diarias, b) Entre 3 y 6 horas diarias, c) Más de 6 horas diarias
- ¿Creés que esas tareas aportan a...: a) ayudar al propio hogar y a otros?, b) la economía nacional? c) la armonía familiar?

Una vez que se completó el cuadro, se introducen nociones relativas a tareas de cuidado, trabajo pago/no pago, economía popular, división sexual del trabajo y el uso del tiempo.

Temática “Violencia por razones de género”.

El grupo se divide y se entregan fichas que deben ser ordenadas en dos categorías posibles: a) situación de violencia por razones de género b) otra situación que NO es violencia por razones de género. Estas fichas eran:

- Una chica le lastimó la cara a otra
- Un varón denuncia que es golpeado por su novia
- Una mamá le pega y/o maltrata a su hijo
- La muerte de una mujer en una situación de robo
- Que una mujer le impida ver a los hijos al padre
- Que un varón no pase la cuota alimentaria desde que se separó Siente celos porque está enamorado
- Que te muestren los genitales en la vía pública y/o te apoyen en el colectivo
- Un varón interrumpiendo a una mujer cuando habla porque él sabe más
- Me dice que no sirvo para nada
- Se enoja porque no le gusta la comida que le preparó su pareja

- Le dice a su pareja que no quiere usar preservativo porque no siente nada, aunque ella le pida que por favor lo use
- Ex marido no lleva a los chicos al horario acordado y no responde los mensajes cuando la mamá pregunta dónde están
- Que circulen un video íntimo sin consentimiento

Una vez que las y los participantes ordenaron los papeles, se realizó una reflexión, fundamentalmente aquellas que se ordenaron de manera incorrecta, argumentando desde la definición de violencia por razones de género, señalando tipos y modalidades. El objetivo es identificar la violencia de género y diferenciarla de otras situaciones o violencias. A la vez, se recuperan nociones como violencia por razones de género, tipos y modalidades, línea 144.

Cuarto momento

Se hace entrega de certificados relativos a la Capacitación del Taller y se da un cierre al taller.

ANEXO III: REGISTRO FOTOGRÁFICO

1. Registro fotográfico del relevamiento.

- Ezeiza

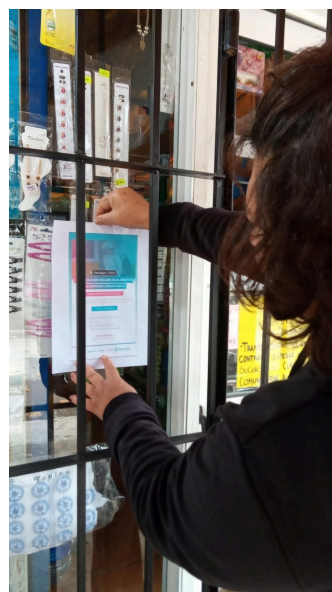
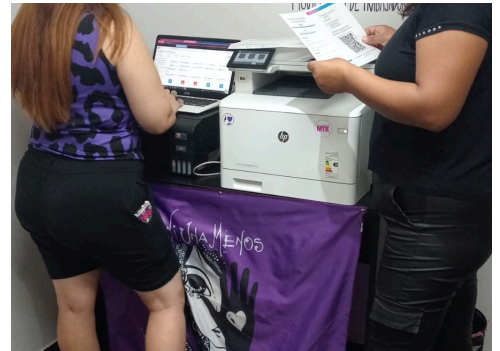
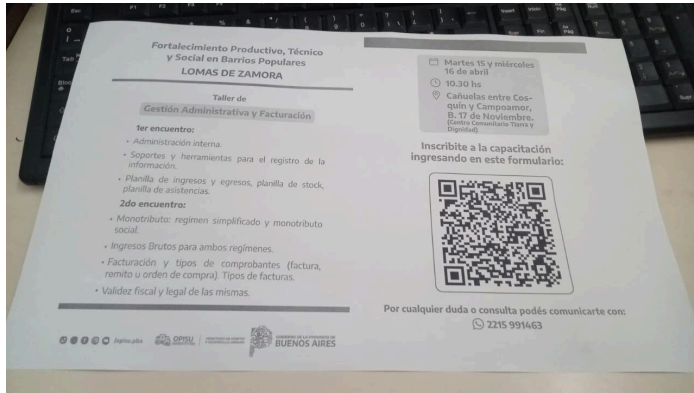


- Lomas de Zamora

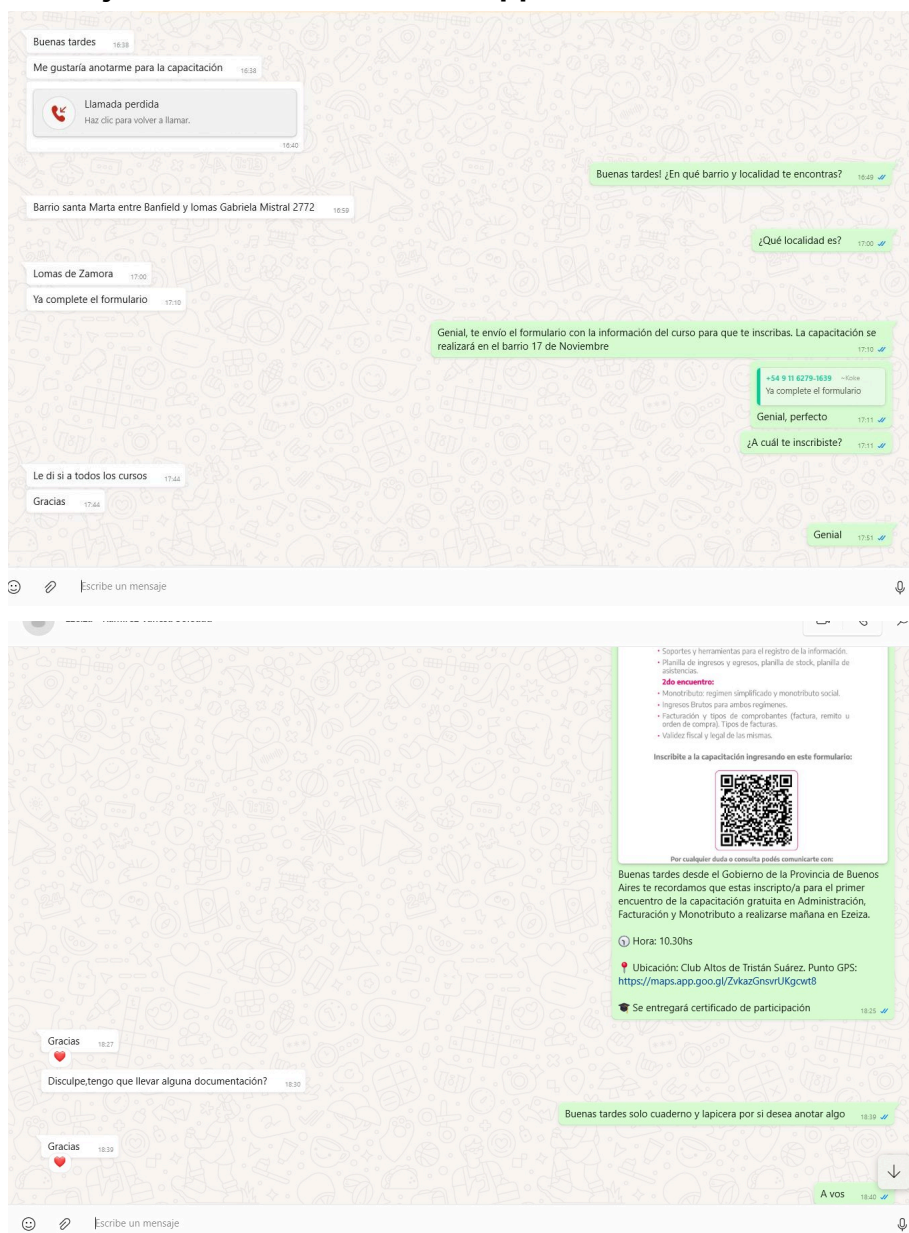


2. Registro fotográfico de la difusión

• Flyers de difusión



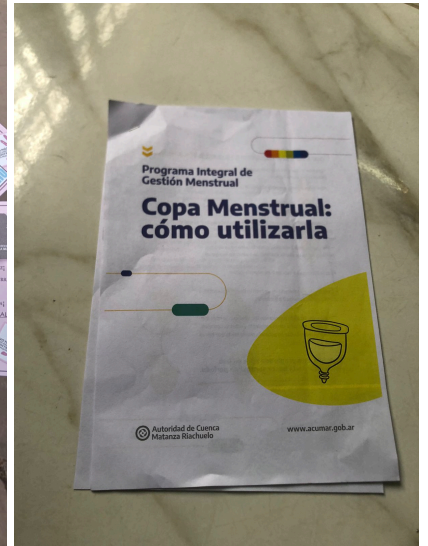
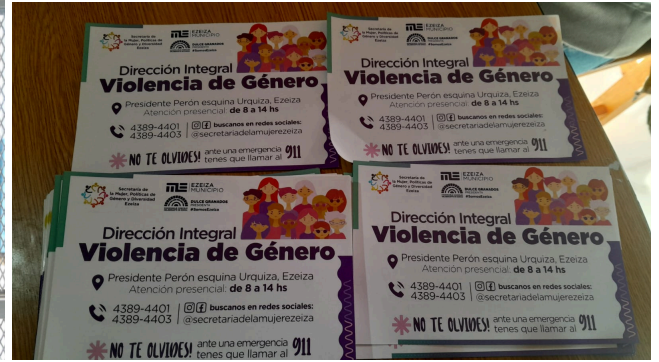
- **Mensajes de difusión vía whatsapp**



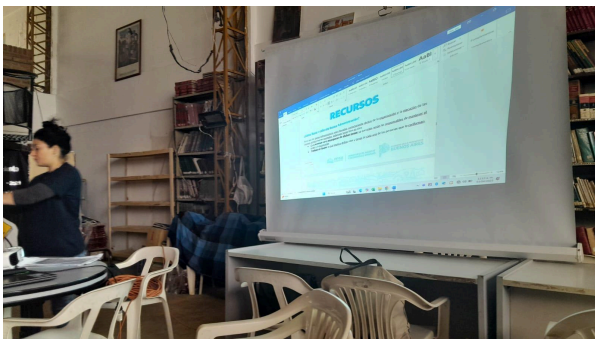
3. Registro fotográfico de los talleres en Lomas de Zamora y Ezeiza

- Taller de sensibilización de género





- Taller de Gestión Administrativa, Monotributo y Facturación



HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS

OPISU MINISTERIO DE HABITAT Y DESARROLLO URBANO BUENOS AIRES

2. Planilla de Ingresos y Egresos

Ingresos y egresos

INGRESOS \$160.600,00			EGRESOS \$127.400,00		
FECHA	DESCRIPCION	MONTO	FECHA	DESCRIPCION	MONTO
31/8/2022	saldo a la fecha	\$120.000,00	7/9/2022	ropa	\$18.000,00
1/9/2022	venta de vidrio	\$4.000,00	15/9/2022	calzado	\$30.000,00
3/9/2022	venta de papel	\$5.600,00	20/9/2022	art. limpieza	\$12.400,00
4/10/2022	venta de papel	\$7.000,00	15/10/2022	honorarios Julia	\$20.000,00
5/10/2022	venta de PET	\$6.000,00	30/9/2022	honorarios Marta	\$20.000,00
6/11/2022	venta de cristal	\$6.000,00	30/7/2022	honorarios Jose	\$20.000,00
14/12/2022	venta de cartón	\$5.000,00	14/12/2022	ferreteria	\$2.000,00
15/12/2022	venta de vidrio	\$7.000,00	24/12/2022	seguros	\$5.000,00

Mensajes en la llamada

Permitir que los colaboradores envíen mensajes

Puedes fijar un mensaje para que lo vean las personas que se unan más tarde. Cuando salgas de la llamada, no podrás acceder a este chat.

Nunca use

Johana Galguera 2:36 p.m.
X donde se puede hacer creo que pregunta la compa

Oscar Roa 2:36 p.m.
Está muy bueno esa fórmula

Tú 2:37 p.m.

Envía un mensaje

2:43 p.m. | Capacitación virtual - Administración, Monot...





- Taller de Venta Digital y Cuenta DNI para Comercios**



	Organizador de la reunión		
	Fernanda Elisabeth Gal...		
	Gladys Chamorro		
	Graciela Gutierrez		
	Johana Galguera		
	Ludmila coutinho		
	micaela barraza		
	MIRIAN COUTINHO		
	Noemi Garcia		
	Romina Peralta		

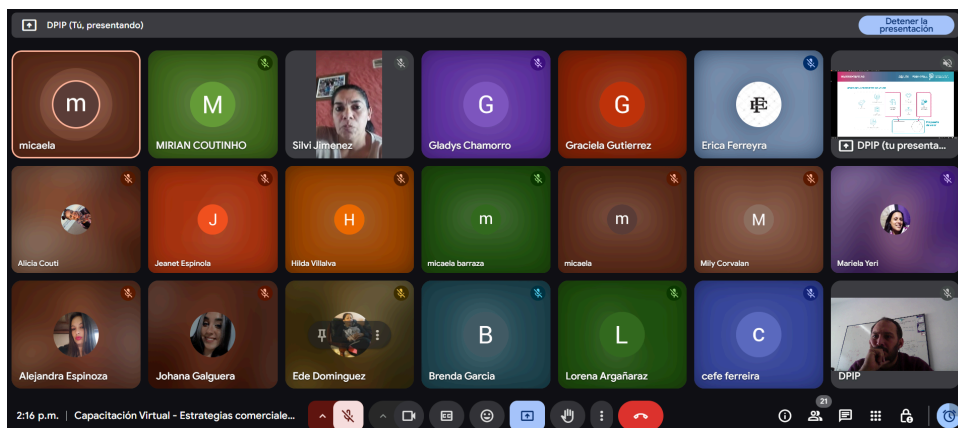


- **Taller de seguridad e higiene**





- **Estrategias de Comercialización**



- **Taller de Costos y precios de venta**



- **Taller de Manipulación de Alimentos**



- **Taller de Integración Sociourbana y Acceso al Hábitat**



ANEXO IV: PLANILLA DE INSCRIPCIÓN A LOS CICLOS DE CAPACITACIÓN

Marca temporal	Nombre y Apellido	Municipio	Rubro	Gestión Administrativa y Facturación	Venta digital	Estrategias de Comercialización	Seguridad e higiene	Costos y precio de Venta
26/3/2025 23:56	Marta Ines acosta	Ezeiza	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 12:07	Paula Georgina Revuelta	Ezeiza	Estética	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ
27/3/2025 12:20	Edith Lezcano	Ezeiza	Perfumería	SÍ	NO	NO	NO	NO
27/3/2025 12:21	Valeria Isabel Saavedra	Ezeiza	Imprenta	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

27/3/2025 12:27	Ramírez Vanessa Soledad	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 12:29	Natalia jaime	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ
27/3/2025 12:29	Roxana Elizabeth Ramírez Rios	Ezeiza	Papelería creativa y sublimació n	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 13:05	Lorena Balmaced a	Ezeiza	Repuesto s para motos.	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 13:16	Laura román	Ezeiza	Carnicería /Pollería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 13:38	Dalma torrez	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 13:39	Brenda abril cañete	Ezeiza	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
27/3/2025 15:27	Andrea Cristina Flores	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ
27/3/2025 15:32	Yanina vanesa pibert	Ezeiza	Kiosco	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 17:04	Carmen Alejandra Espinoza	Ezeiza	Instalació n y reparación de aire acondicio nado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ

27/3/2025 17:55	Alejandra Gajardo	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 18:34	Gabriela fabiana perez	Ezeiza	Mecánica	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
27/3/2025 21:55	Patricia Pascual	Ezeiza	Venta de plantas	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/3/2025 22:40	Rosana Lovera	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/3/2025 00:00	Rocio brizuela	Ezeiza	Servicio técnico celulares	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
28/3/2025 00:06	Martín Daniel Fernández	Ezeiza	Servicio técnico celulares	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
28/3/2025 00:09	Rocío brizuela	Ezeiza	Servicio técnico	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
28/3/2025 00:10	Martín Daniel Fernández	Ezeiza	Servicio técnico celulares	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ
28/3/2025 12:37	Claudia jara	Ezeiza	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/3/2025 13:59	Daniela Alejandra Baigorria	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
29/3/2025 12:33	Maria chamorro	Ezeiza	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

4/4/2025 10:34	Carmen Alejandra Espinoza	Ezeiza	Reparación e instalación de aire acondicionado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/4/2025 11:19	Flavia vanina treviño	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/4/2025 12:00	Karina Ramirez	Lomas de Zamora	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/4/2025 14:43	Mayra jeanette cameriere	Ezeiza	Blanquería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/4/2025 15:06	Axel Joel Mayta Marca	Lomas de Zamora	Tienda electrónica	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/4/2025 17:31	Baigorria Daniela Alejandra	Ezeiza	Gastronomía	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
4/4/2025 22:29	Jaime González	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	NO	NO	NO	NO
6/4/2025 22:12	Ana Maria Valera Palacios	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
7/4/2025 15:23	Victor Suarez	Lomas de Zamora	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
8/4/2025 14:49	Lorena Lopez	Ezeiza	Perfumería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
8/4/2025 20:48	Franco Peralta	Lomas de Zamora	Almacén	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO

9/4/2025 16:00	Evelin Pitarelli	Lomas de Zamora	Administra ción - Consumo problemáti co	SÍ	NO	NO	NO	NO
9/4/2025 16:14	Matias fosaro	Lomas de Zamora	Venta ambulante	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ
9/4/2025 16:16	Federico Ramirez	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
9/4/2025 16:43	Mauro Ramirez	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	NO	SÍ	SÍ	NO	NO
9/4/2025 17:07	Oscar Waldemar roa caceres	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
9/4/2025 17:09	Juana Rosa Leguizam on de roa	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
9/4/2025 18:04	Cecilia Mariel Nohara	Ezeiza	Artesanía	NO	SÍ	NO	NO	SÍ
9/4/2025 18:11	Cecilia Mariel Nohara	Ezeiza	Artesanía	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
9/4/2025 20:41	Melina Mercado	Lomas de Zamora	Podologa	SÍ	NO	NO	NO	NO
10/4/2025 06:45	Esteban Regulo Zapana Laura	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

10/4/2025 12:02	Ludmila Correa	Lomas de Zamora	Administra ción	SÍ	NO	NO	NO	SÍ
11/4/2025 10:13	Mirna Elizabeth Galeano Vázquez	Ezeiza	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 11:34	Patricia coronel	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 11:36	Ramírez Vanesa	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 11:39	Valeria raquel martinez	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 11:52	Liz carolina vallejos Ramirez	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 12:24	Clide Espinola	Ezeiza	Panadería y pastelería	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 12:28	Sofia González	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 12:32	Sandoval mariela	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 20:52	Daniela Ester Bertacco	Ezeiza	Salud mental	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025 21:07	Silvia Jiménez	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

11/4/2025 22:44	Lucas Bustos	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
12/4/2025 09:01	Erica Alcaraz	Ezeiza	Artesania	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
12/4/2025 09:02	Gabriel Velazco	Ezeiza	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
14/4/2025 13:41	Sonia sanchez	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
14/4/2025 22:20	Erica Paola Ferreyra	Ezeiza	Artículos de limpieza	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
15/4/2025 05:21	Jesica ruso	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/4/2025 15:11	María del Rosario Ledesma	Ezeiza	Reciclado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
21/4/2025 19:05	Daiana antonella ortellado martinez	Ezeiza	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025 14:27	Eva Duarte	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025 14:52	Luis ortega	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	NO	SÍ	SÍ	NO	NO
23/4/2025 21:32	Dylan Benjamin Ferreira	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/4/2025 21:34	Dylan benjamin ferreira	Lomas de Zamora	Construcción	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/4/2025 09:40	Federico Ramirez	Lomas de Zamora	Indumentaria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/4/2025 09:40	Colman edith	Lomas de Zamora	Accesorios y platería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/4/2025 11:39	Juana Rosa leguizamón	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/4/2025 11:40	Oscar waldemar roa caceres	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/4/2025 13:30	Erica Paola Ferreyra	Ezeiza	Artículos de limpieza	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/4/2025 14:21	karina gauna	Ezeiza	perfuminas	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/4/2025 17:39	Vanesa Soledad Ramírez	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/4/2025 17:42	Dalma Torrez	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
27/4/2025 18:35	Paula Revuelta	Ezeiza	Depilación	NO	SÍ	SÍ	NO	SÍ
28/4/2025 13:07	Erica yamila	Ezeiza	Accesorios	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

28/4/2025 14:21	Gabriel Velasco	Ezeiza	Electro	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/4/2025 15:06	Elizabeth Illanes	Lomas de Zamora	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/4/2025 15:08	Martín Daniel Fernández	Ezeiza	Servicio técnico	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/4/2025 15:09	Rocío brizuela	Ezeiza	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/4/2025 20:42	Roxana Elizabeth Ramirez Rios	Ezeiza	Papelería creativa y sublimaciones	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/4/2025 09:03	Javier blanco	Lomas de Zamora	Servicio tecnico	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
30/4/2025 12:37	Colman edith	Lomas de Zamora	Accesorios y platería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
8/5/2025 12:39	Javier Blanco	Lomas de Zamora	Servicio tecnico	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/5/2025 15:18	Lucila veron	Lomas de Zamora	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/5/2025 16:00	Daniela	Lomas de Zamora	Indumentaria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
20/5/2025 16:12	Edita Socorro Bautista Ruiz	Lomas de Zamora	Enfermería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

21/5/2025 01:09	Analia johanna gonzalez	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
22/5/2025 18:30	Edith Rosana Pereira	Lomas de Zamora	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
22/5/2025 18:31	Clarisse farias veron	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
22/5/2025 19:00	Puyol daiana	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
22/5/2025 19:09	Valeria escobar	Lomas de Zamora	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
22/5/2025 20:51	Marcela Perez	Lomas de Zamora	Perfumerí a	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
23/5/2025 08:55	Jessica Elizabeth Bueno Atero	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025 09:24	Jhenniffer Betancur	Lomas de Zamora	Gastrono mía	SÍ	NO	NO	NO	NO
23/5/2025 09:31	Jhenniffer Betancur	Lomas de Zamora	Gastrono mía	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ
23/5/2025 21:53	Jhade Ysabel Saavedra Bueno	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	NO	NO	NO	SÍ	NO
27/5/2025 09:43	Liz carolina vallejos Ramirez	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

27/5/2025 16:10	Yumbay Benjamín	Lomas de Zamora	Reciclado	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
27/5/2025 22:20	María del Rosario Ledesma	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
28/5/2025 00:54	Analia zalazar	Ezeiza	Indumentaria y/o calzado	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 12:44	Edith	Lomas de Zamora	Artículos varios	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
29/5/2025 13:08	Daiana puyol	Lomas de Zamora	Venta de usados	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
29/5/2025 13:27	Franco Peralta	Lomas de Zamora	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 16:13	Yanina vanesa pibert	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 16:13	Ramírez Vanesa Soledad	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 16:30	Erica Paola Ferreyra	Ezeiza	Artículos de limpieza	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 17:55	Erica yamila alcaraz	Ezeiza	Artesanías	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 18:43	Mirna Galeano	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025 21:00	Silvia Jiménez	Ezeiza	Gastronomía	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ

1/6/2025 18:04	Silvia Jiménez	Ezeiza	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
1/6/2025 19:56	Lorena Argañaraz	Ezeiza	Panadería y pastelería	NO	NO	NO	SÍ	SÍ
1/6/2025 19:56	Milagros Corvalan	Ezeiza	Panadería y pastelería	NO	NO	NO	SÍ	SÍ
2/6/2025 10:07	Ceferina Sanabria Ferreira	Ezeiza	Gastrono mía	NO	NO	SÍ	NO	NO
2/6/2025 10:10	Carmen Alejandra Espinoza	Ezeiza	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
2/6/2025 21:54	Gabriela Toconas	Lomas de Zamora	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
3/6/2025 10:28	Lucia Gonzalez	Ezeiza	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
3/6/2025 10:48	Norma Beatriz Veleda	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
3/6/2025 11:15	Verónica Colman	Ezeiza	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
3/6/2025 12:50	NORMA BEATRIZ VELEDA	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
3/6/2025 14:04	Norma Cardozo	Lomas de Zamora	Verdulería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

3/6/2025 15:39	Nancy navarro	Lomas de Zamora	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
3/6/2025 17:15	Fernanda Elisabeth Galguera	Ezeiza	Artesana	SÍ	NO	NO	NO	NO
4/6/2025 10:23	María del Rosario Ledesma	Ezeiza	Reciclado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/6/2025 13:23	fiorella12	Ezeiza	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/6/2025 13:41	Florencia Lavier	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4/6/2025 13:52	Agustina Lavier	Ezeiza	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/6/2025 09:48	Andrea Cristina Flores	Ezeiza	Gastrono mía	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ
5/6/2025 09:57	Carmen Alejandra Espinoza	Ezeiza	Reparació n e instalación de aire acondicio nado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/6/2025 10:00	Sandoval	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/6/2025 10:15	María del Rosario Ledesma	Ezeiza	Reciclado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/6/2025 10:22	Erica Ferreyra	Ezeiza	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

5/6/2025 16:10	Vanesa Wara Aguilera	Ezeiza	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
5/6/2025 20:20	Lucia gonzalez	Ezeiza	Peluquería y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/6/2025 23:38	Rogelia Canaza Sacaca	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
9/6/2025 13:49	Victor Suarez	Lomas de Zamora	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
9/6/2025 20:13	Edelira Domínguez Fernández	Ezeiza	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
9/6/2025 23:56	Fernanda Elisabeth Galguera	Ezeiza	Artesana	NO	SÍ	NO	NO	NO
10/6/2025 14:23	Ceferina Sanabria	Ezeiza	Manipulación de alimento	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
10/6/2025 15:34	María del Rosario Ledesma	Ezeiza	Reciclado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
10/6/2025 17:39	Silvia Jiménez	Ezeiza	Indumentaria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/6/2025 12:26	Ramírez Vanesa Soledad	Ezeiza	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

12/6/2025 13:48	Brenda soledad garcia castro	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
12/6/2025 13:54	Paola Andrea alcaraz	Ezeiza	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025 07:44	Milagros corvalan	Ezeiza	Panadería y pastelería	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025 10:07	Micaela barraza	Ezeiza	Artículos de limpieza	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025 10:11	Mariana gutierrez	Ezeiza	Pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/6/2025 12:55	Gonzalez analia johanna	Lomas de Zamora	Peluquería y/o manicura	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO
17/6/2025 13:12	Bárbara Pamela Centurión	Lomas de Zamora	Acompañar ante terapéutica	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
17/6/2025 13:25	Jhoseline Lizeth Chambi Osinaga	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
17/6/2025 13:42	Martin condori	Lomas de Zamora	Textil	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
17/6/2025 13:44	Franco Peralta	Lomas de Zamora	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

17/6/2025 14:01	Yrce mireya vargas gutierrez	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/6/2025 14:11	Elizabeth Arce	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/6/2025 14:21	Caro Martinez	Lomas de Zamora	Construcci ón	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
17/6/2025 14:27	Micaela Rodríguez	Lomas de Zamora	Acompañ ante terapeuta	SÍ	NO	NO	NO	NO
17/6/2025 15:14	Jimena Gisela Murawski	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/6/2025 18:28	Blanco Denise	Lomas de Zamora	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
18/6/2025 22:13	Tamara Moretta	Lomas de Zamora	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
18/6/2025 22:16	Lorena Romero	Lomas de Zamora	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
19/6/2025 13:25	Zulma verónica Rodriguez	Lomas de Zamora	Promoció n y gestión de salud	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025 20:50	Abigail Urquiza	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	NO	NO	NO	SÍ	NO
23/6/2025 11:56	Teresa Siesquen	Lomas de Zamora	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/6/2025 12:03	Yrce mireya vargas gutierrez	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 12:13	Cristina Osinaga	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
23/6/2025 13:34	Debora Natalia Gómez	Lomas de Zamora	Bijouterie	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:35	Debora Natalia Gómez	Lomas de Zamora	Bijouterie	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:40	Nancy Benitez	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:48	Victoria venega	Lomas de Zamora	Electronic a	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:50	Nancy Benitez	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:52	Nancy Benitrz	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 13:58	Sandra Luques	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 14:07	Zaida Vargas Almanza	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	NO	SÍ	NO	NO	NO
23/6/2025 15:51	Gudelia Huaman	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/6/2025 15:59	Sara Noemi Pereyra choque	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 16:07	Elizabeth Noemí Ríos	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 16:32	Alexandra gaetan	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	NO	SÍ	SÍ
23/6/2025 16:37	ELIZABET H NOEMÍ RÍOS	Lomas de Zamora	Peluquerí a y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 21:19	Edith	Lomas de Zamora	Accesorio s	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 21:56	Daniela Rodríguez	Lomas de Zamora	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025 22:00	Aaron molina	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/6/2025 09:58	José Luis Ynoñan	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/6/2025 10:13	Ramona rumilda Cabrera Sanabria	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/6/2025 18:45	Natalia nuske	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	NO	NO	NO	NO

24/6/2025 21:28	Mirian Coutinho	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/6/2025 10:36	Micaela soledad barraza	Ezeiza	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/6/2025 12:01	Cristina Osinaga	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/6/2025 14:33	Beatriz Osinaga	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/6/2025 15:04	Rodriguez zulma veronica	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
25/6/2025 17:32	Adriana Corina Apaza	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ
1/7/2025 12:31	María Luisa Paez	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
1/7/2025 14:12	Ramona Rumelia Cabrera	Lomas de Zamora	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
1/7/2025 17:30	Elidora Equice	Lomas de Zamora	Bazar	SÍ	SÍ	NO	NO	NO
2/7/2025 13:51	Victoria Liendo	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ
3/7/2025 16:47	Daiana puyol	Lomas de Zamora	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

3/7/2025 17:26	Elizabeth Noemí Ríos	Lomas de Zamora	Un poco de todo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
4/7/2025 15:10	María Luisa Paez	Lomas de Zamora	Textil	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
7/7/2025 09:49	Sanchez erica daiana	Lomas de Zamora	Venta de usados	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
15/7/2025 13:09	Esteban Regulo Zapana Laura	Lomas de Zamora	Indumenta ria y/o calzado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO, TÉCNICO Y SOCIAL EN BARRIOS POPULARES DE LOS
PARTIDOS DE EZEIZA Y LOMAS DE ZAMORA**

INFORME TÉCNICO - IDENTIFICACIÓN MEJORAS Y POTENCIALIDADES

JULIO 2025

ASOCIACIÓN CIVIL EL AMANECER DE LOS CARTONEROS

01. Resumen - Extracto	2
02. Población Objetivo	3
Partido: Ezeiza	3
Partido: Lomas de Zamora	4
03. Selección de Unidades Productivas	15
04. Mejoras y Potencialidades	26

01. Resumen - Extracto

El presente informe técnico, elaborado en el marco del proyecto "Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares de los Partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora", tiene como objetivo central analizar las características productivas de las unidades relevadas en el marco del proyecto, teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas y territoriales de los barrios vulnerables intervenidos, identificando oportunidades de mejora y potencialidades para su desarrollo integral.

Este proyecto se enfoca en siete barrios populares registrados en el RENABAP (Registro Nacional de Barrios Populares), caracterizados por altos niveles de precariedad en el acceso a servicios básicos, informalidad laboral y desafíos en la regularización dominial. A través de un relevamiento que incluyó encuestas, mapeos georreferenciados y análisis cualitativos, se examinaron las unidades productivas con mayor grado de consolidación con el fin de diseñar estrategias que fortalezcan sus capacidades técnicas, productivas y comerciales.

El documento estructura tres ejes:

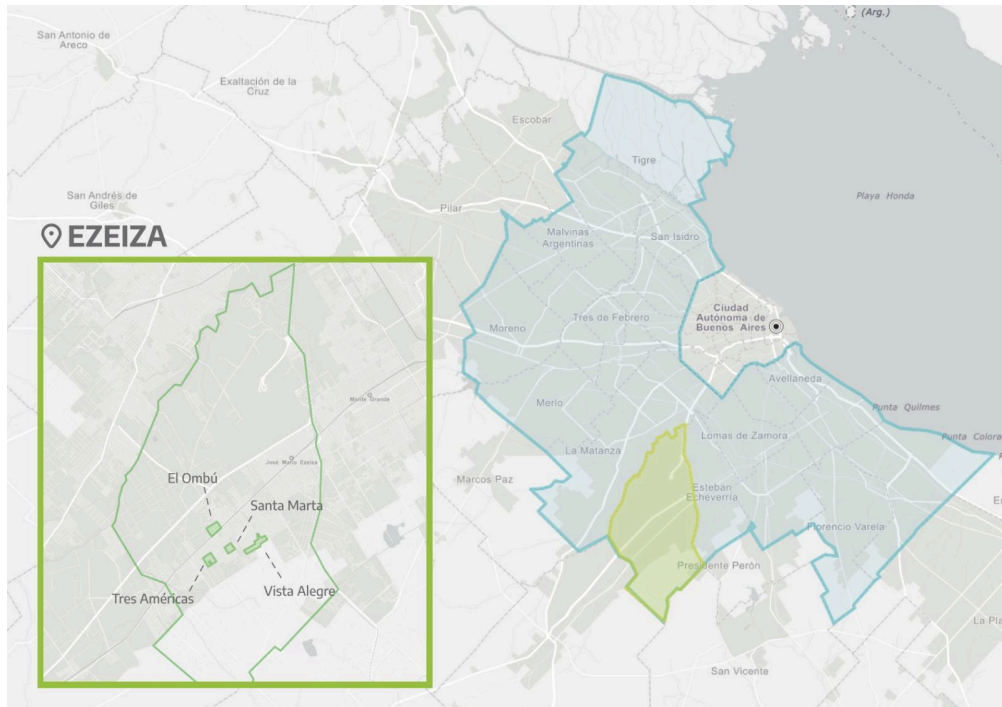
1. Población objetivo: Describe los territorios de intervención del proyecto, las condiciones críticas de vida, la alta densidad demográfica y las características generales del entramado productivo.
2. Caracterización de las unidades productivas: donde se realiza un análisis más detallado de las unidades productivas seleccionadas.
3. Propuestas de intervención: Presenta estrategias concretas para mejorar la infraestructura, promover la formalización, diversificar los canales de comercialización y facilitar el acceso a políticas públicas.

Este informe no solo busca visibilizar las realidades de estos territorios, sino también servir como herramienta para la ejecución de acciones con miras a reducir desigualdades y promover un desarrollo local inclusivo y sostenible.

02. Población Objetivo

a) Territorios de Intervención

Partido: Ezeiza



Barrios de Intervención:

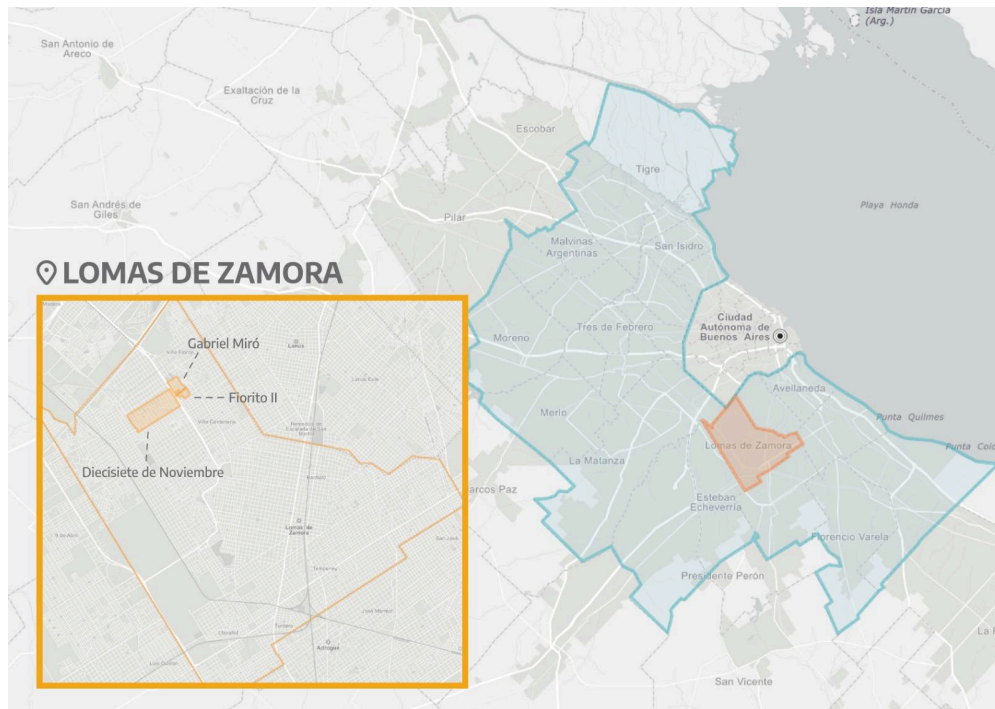
Vista Alegre, ID RENABAP: 317

Santa Marta, ID RENABAP:342

Tres Américas, ID RENABAP: 346

El Ombú, ID RENABAP: 361

Partido: Lomas de Zamora



Barrios de Intervención:

17 de noviembre, ID RENABAP: 1168

Miró, ID RENABAP: 1293

Fiorito II, ID RENABAP: 5002

b) Características Barrios Populares

Se considera Barrio Popular a los barrios vulnerables en los que viven al menos 8 familias agrupadas o contiguas, donde más de la mitad de la población no cuenta con título de propiedad del suelo ni acceso regular a dos, o más, de los servicios básicos (red de agua corriente, red de energía eléctrica con medidor domiciliario y/o red cloacal).

En el año 2017 se crea el Registro Nacional de Barrio Populares, el primer registro oficial de barrios populares de Argentina. Hasta el momento no existía información oficial y fehaciente sobre la cantidad de barrios populares existentes, las condiciones de vida de sus habitantes y la situación en relación con el acceso a los servicios básicos y dominiales.

Dicho registro indica que al año 2023 existían 2.065 barrios populares en la Provincia de Buenos Aires, con aproximadamente 588.779 familias viviendo en 535.133 viviendas.

La mayoría de esos barrios (el 75%) se encuentran categorizados como “asentamientos” -barrios con menor densidad poblacional que una villa, con una forma horizontal de crecimiento y una traza urbana más regular- y casi el 41% fueron creados entre las décadas de 1.990 y 2.000.

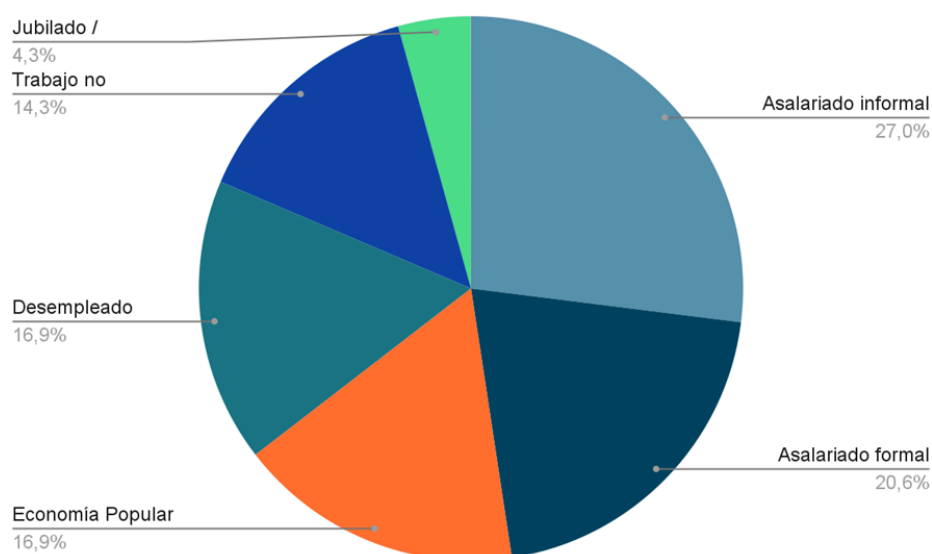
En relación al acceso a los servicios básicos nos encontramos que la situación predominante en los barrios populares bonaerenses es la siguiente:

- el 59% posee una conexión irregular a la red de energía eléctrica;
- el 39% posee una conexión irregular a la red de agua y el 36% tiene una bomba de agua de pozo domiciliaria;
- el 61% posee desagüe sólo a pozo negro/ciego u hoyo y el 28% tiene desagüe a cámara séptica y pozo ciego;
- el 95% utiliza gas en garrafa para cocinar y el 45% utiliza energía eléctrica para calefaccionarse.

En cuanto a la situación ocupacional de la población que reside en los barrios populares de la provincia, casi la mitad de la población es asalariada (48%). Sin embargo, dentro de ese grupo más de la mitad de las personas se encuentran empleadas en condiciones informales. Luego siguen dos grupos de similar importancia (17%): las personas que trabajan en el sector de la economía popular y aquellas que están desempleadas. Un quinto grupo lo constituyen las personas que realizan actividades no remuneradas en su hogar (14%) y un porcentaje minoritario es jubilada o pensionada (4%). Este último hecho se relaciona también con la estructura etaria relativamente joven de la población que reside en barrios populares. Es importante resaltar que esta información no ha tenido una actualización posterior a 2023 por lo que es posible presuponer que en el contexto económico actual, las condiciones ocupacionales de las familias que habitan los barrios de la provincia se han visto deterioradas.¹

¹ Datos extraídos del Relevamiento Nacional de Barrios Populares.

Gráfico 1: Porcentaje de personas residentes en BP por condición de ocupación



Fuente: Elaboración propia en base a RENABAP 2023

En los barrios de intervención del proyecto del Municipio de Ezeiza según datos del RENABAP del año 2023, 7.473 personas se encontraban viviendo en 1,67 km² (sumatoria de superficies de los 4 barrios), lo que marca una densidad poblacional cinco veces mayor a la del partido, que se encuentra en 845,97 personas por Km² según datos del censo 2022, lo que se puede explicar por ser un partido que posee áreas rurales dedicadas a la explotación agropecuaria.

En cuanto a los barrios pertenecientes al Municipio de Lomas de Zamora, en el año 2023, 19.898 personas estaban viviendo en 1,5 km² (sumatoria de superficies de los 4 barrios), lo que establece una densidad de 13.297,67 personas por km², una densidad de población alta, donde la cantidad de personas por km² es casi dos veces mayor a la densidad del partido, que se encuentra en 7.782,67 personas por km².

En todos los barrios se relevaron negocios familiares, almacenes, peluquerías, kioscos. El equipo de Ezeiza relevó un total de 127 manzanas. En el caso de Lomas de Zamora, se trabajó con 145 manzanas. En las mismas se pasó una primera vez y finalizado todo el trabajo, se volvió a pasar por puntos dónde no se había encontrado a nadie o que se pidió regresar por algún motivo particular.

Los resultados revelan que la mayoría de las unidades productivas son de reciente creación, no están formalizadas y funcionan en domicilios particulares o locales a la calle, con diferencias notorias entre ambos municipios: en Ezeiza predominan emprendimientos individuales orientados a complementar ingresos,

mientras que en Lomas de Zamora se identifican emprendimientos familiares algo más consolidados.

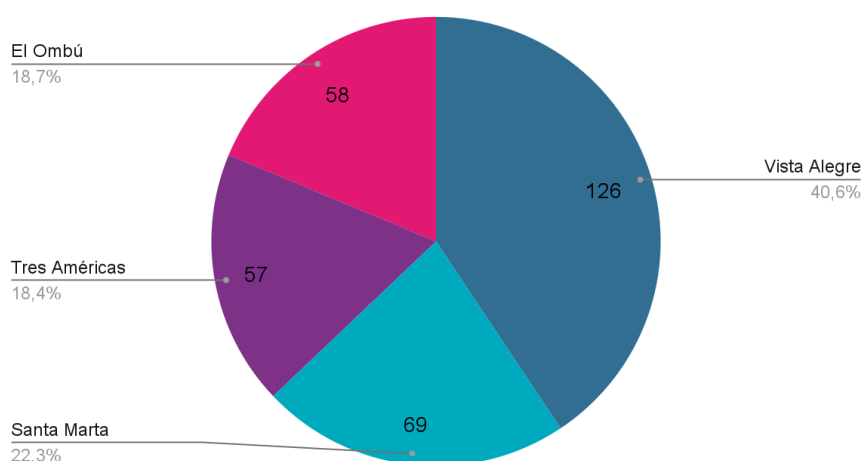
c) Identificación y mapeo de las Unidades Productivas

En el marco del diagnóstico realizado en el proyecto se trabajó una muestra de encuestas realizadas a unidades productivas, espacios socio comunitarios y unidades productivas. Del total de 1486 encuestas, se registraron 564 casos de negativa a responder, lo que representa un 37,95% del total y en el caso de no encontrarse nadie, existieron 356 casos, 23,96% del total. A su vez, de las 566 encuestas efectivas, 547 (un 36,81%) fueron realizadas a personas, y las 19 restantes (1,28%) fueron por observación.

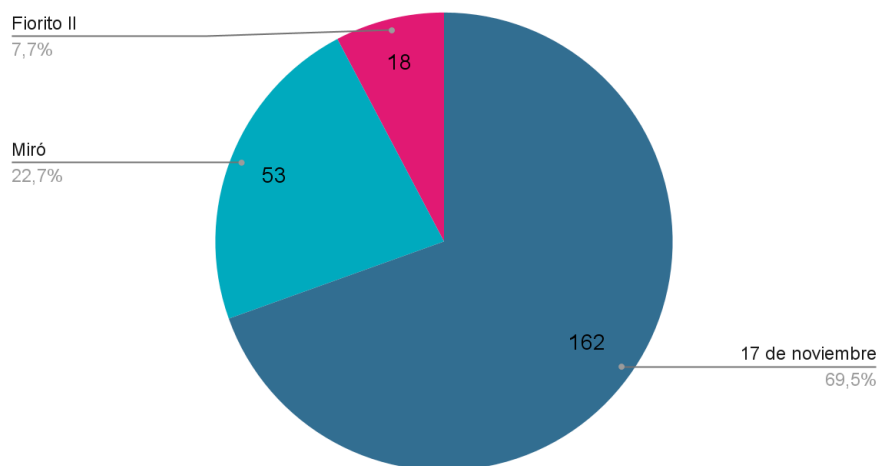
Dentro de las encuestas realizadas se identificaron 520 unidades productivas, 287 en el municipio de Ezeiza (un 55,19% del total) y 233 en los barrios populares de intervención del Municipio de Lomas de Zamora (un 44,81% del total).

A continuación, se muestra la distribución por barrio de las encuestas efectivas realizadas a unidades productivas:

Encuestas efectivas por barrio - Ezeiza



Encuestas efectivas por barrio - Lomas de Zamora



A partir de las encuestas efectivas de cada barrio, se realizó un mapeo con las ubicaciones de cada espacio relevado, con la intención de obtener una representación gráfica de los datos georreferenciados, facilitando su visualización, análisis e interpretación.

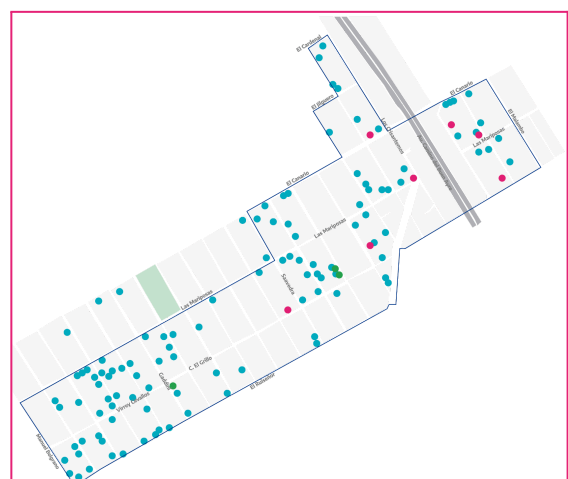
A continuación se presentan los mapeos de cada uno de los barrios de intervención del proyecto.

Referencias:

- **Unidades Productivas**
- **Espacios Sociocomunitarios**
- **Instituciones**

Municipio de Ezeiza

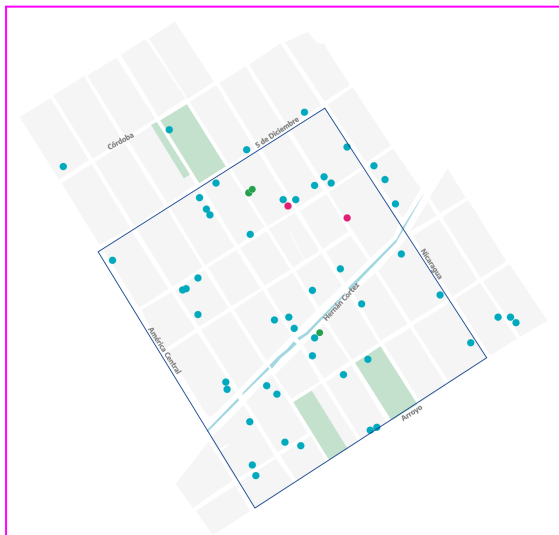
Barrio Vista Alegre



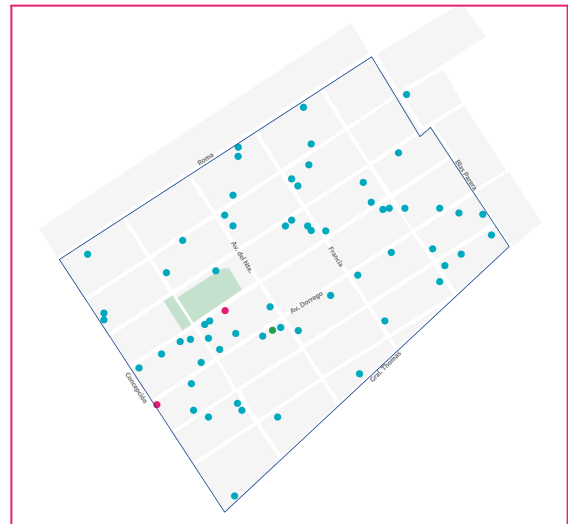
Barrio Santa Marta



Barrio Tres Américas

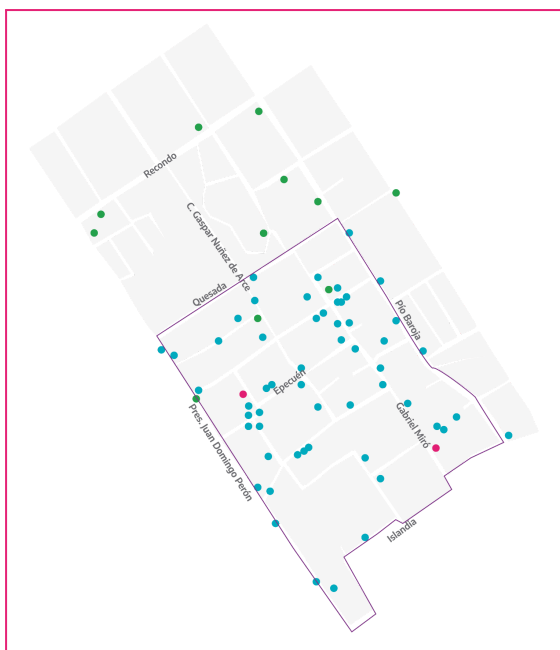


Barrio El Ombú

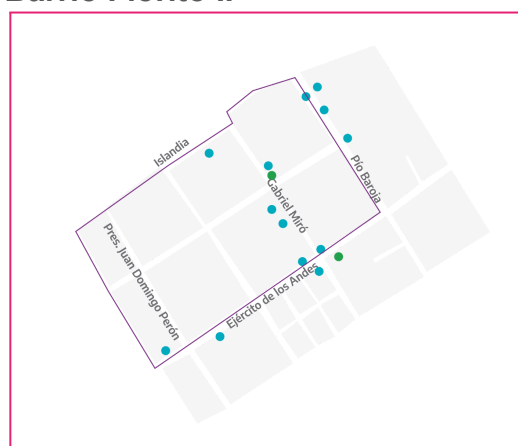


Municipio de Lomas de Zamora

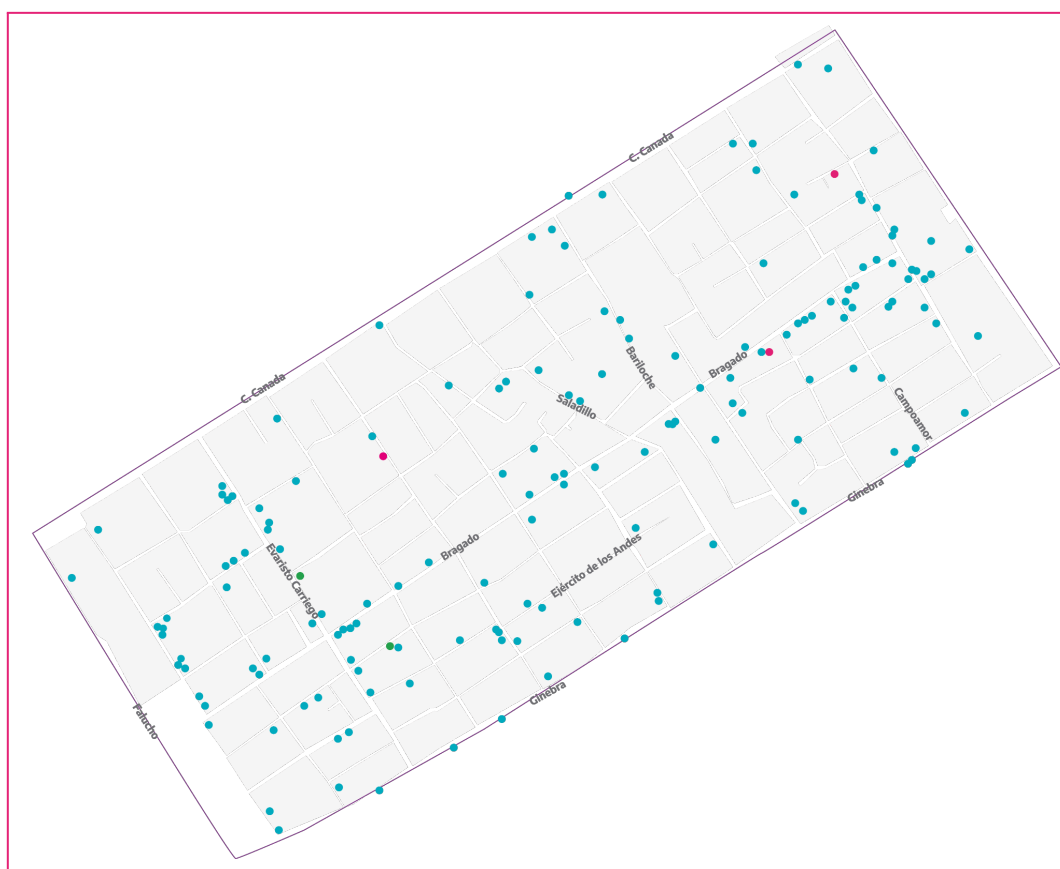
Barrio Miró



Barrio Fiorito II



Barrio 17 de Noviembre

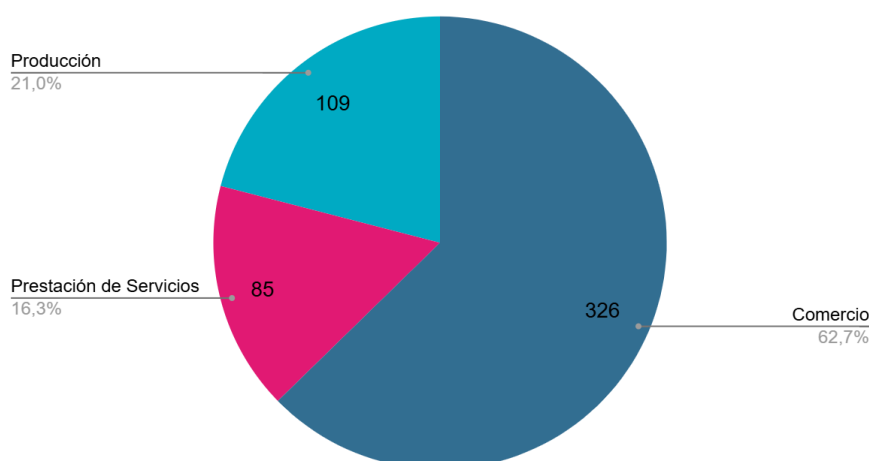


d) Análisis general de Unidades Productivas en territorio

A partir de los datos obtenidos de las encuestas que se visualizan en los mapeos construidos, se diferencian los espacios que conviven en los territorios: espacios socio comunitarios, instituciones y unidades productivas. Para el fin de este informe se analizan estas últimas, las cuales representan alrededor del 90% de los espacios existentes en los barrios encuadrados en el proyecto.

Tipología unidades Productivas

Tipología de Unidades Productivas



Tipología Unidades Productivas	Ezeiza		Lomas de Zamora		Totales por Tipo de Unidad Productiva	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	159	55,40%	167	71,67%	326	62,69%
Prestación de Servicios (Oficios y Profesionales)	56	19,51%	29	12,45%	85	16,35%
Producción (Elaboración propia)	72	25,09%	37	15,88%	109	20,96%
Totales por Municipio	287	100,00%	233	100,00%	520	100,00%

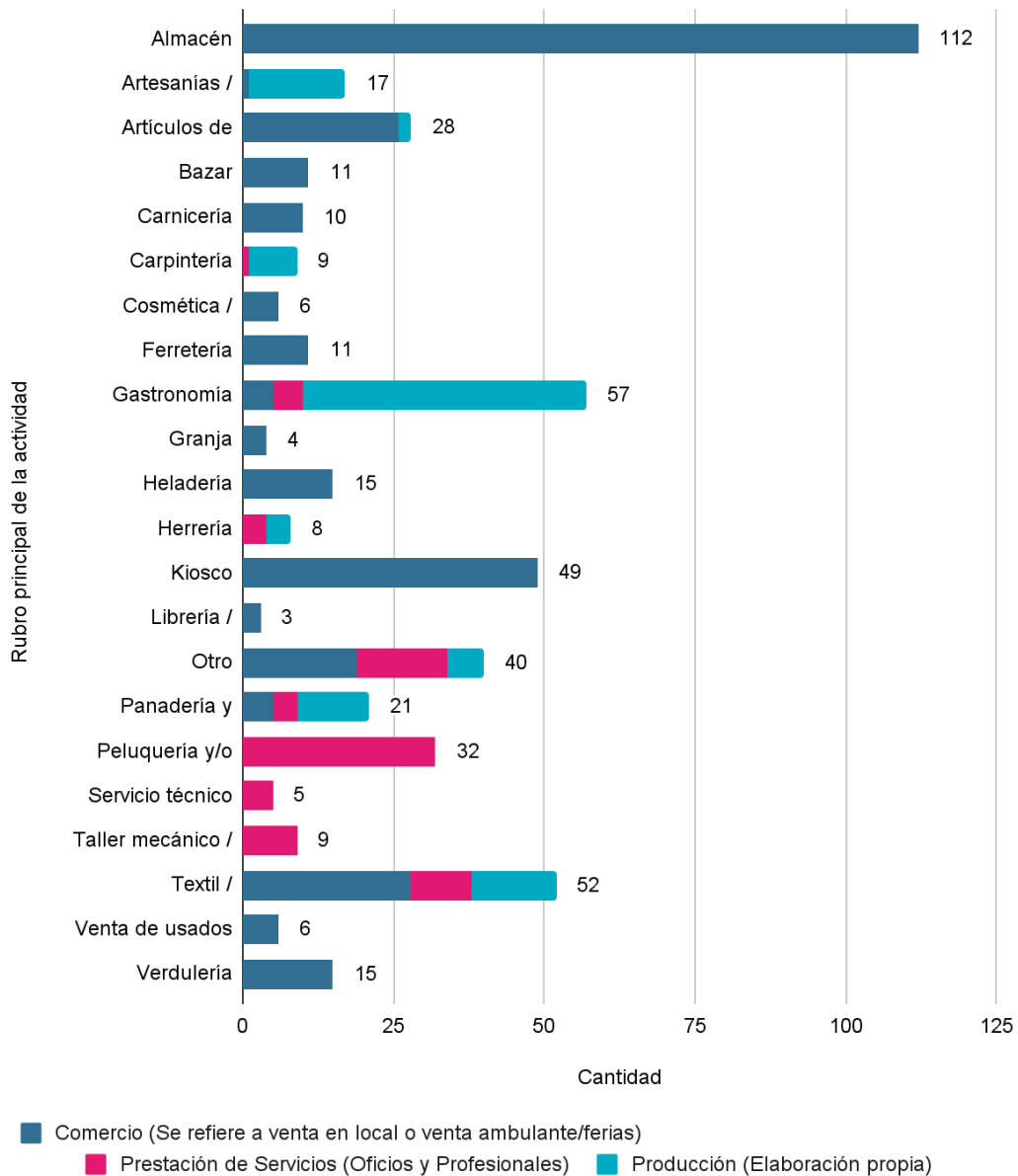
En ambos municipios nos encontramos con una alta presencia de comercios, entendidos como aquellas unidades que realizan principalmente la comercialización o compraventa de productos y mercancías ya sea en un local, en una casa particular, en ferias o realizan venta ambulante.

Rubros

En cuanto a la especificidad de sectores de las actividades productivas, los rubros con mayor cantidad de comercios por municipio son: Almacén, Gastronomía /

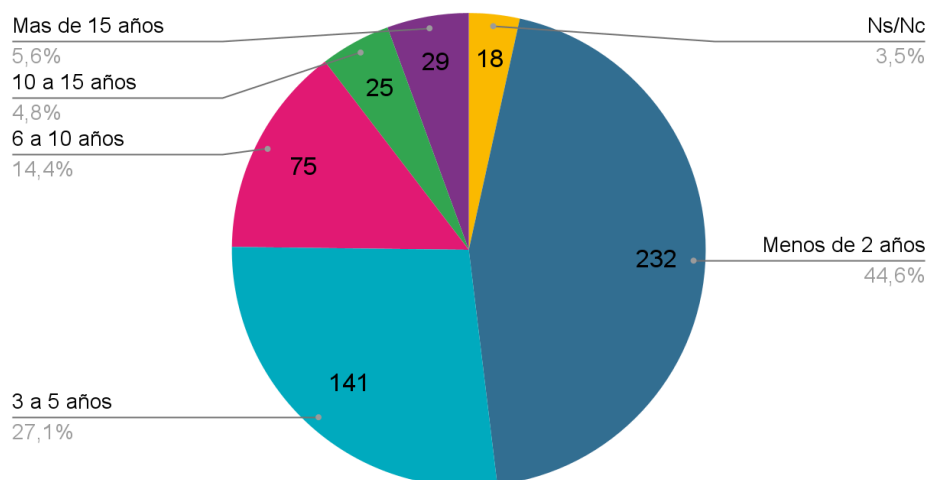
Venta de alimentos y Textil / Indumentaria y/o calzado. En el caso de los almacenes notamos una clara preponderancia del rubro en el Municipio de Lomas de Zamora por sobre el Municipio de Ezeiza.

Rubro Unidades Productivas

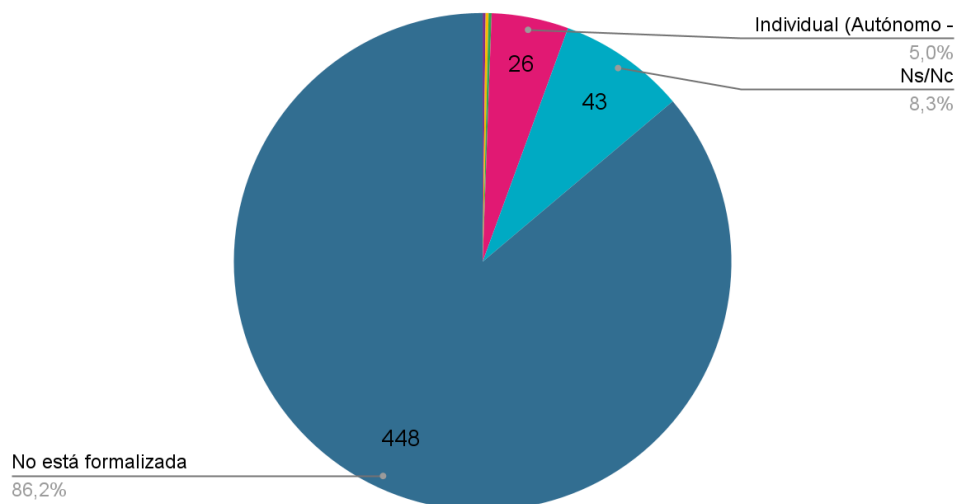


Antigüedad

Antigüedad Unidades relevadas



Formalización de Unidades Productivas



En términos de consolidación de las unidades productivas se puede observar que la mayor cantidad de unidades se han creado en los últimos 2 años y el 86% del total no se encuentran formalizadas.

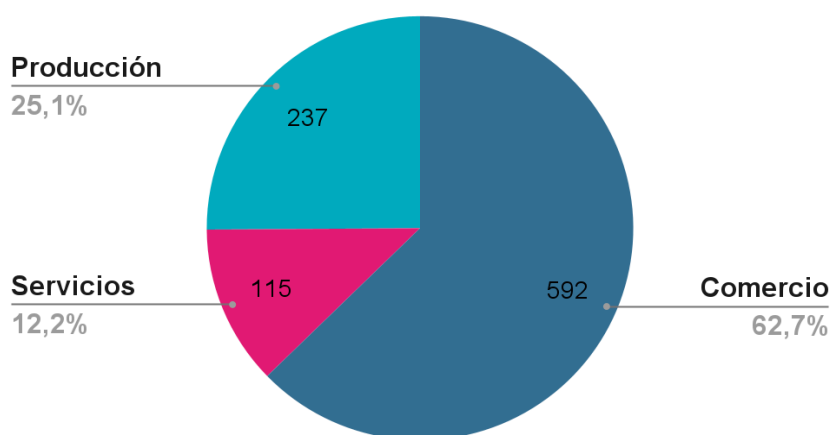
Cantidad de trabajadores

En cuanto a la fuerza laboral, de los 520 espacios relevados, casi el 60% genera un solo puesto de trabajo y el 24% genera hasta dos. En cuanto a la distribución por actividad, se observa que la mayor cantidad de trabajadores, casi el 62% de los relevados, se encuentran en comercios.

A pesar de esto, se observa que las unidades productivas que producen mercaderías ocupan en promedio, mayor cantidad de personas por unidad: En las

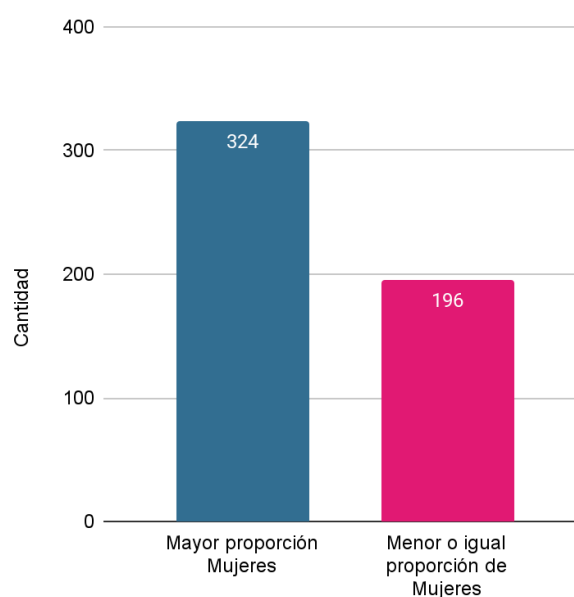
unidades que producen algún bien o mercadería trabajan en promedio 2,17 personas por unidad productiva, mientras que en los comercios trabajan en promedio 1,81 personas y en las unidades que prestan servicios trabajan en promedio 1,35 personas.

Puestos de trabajo

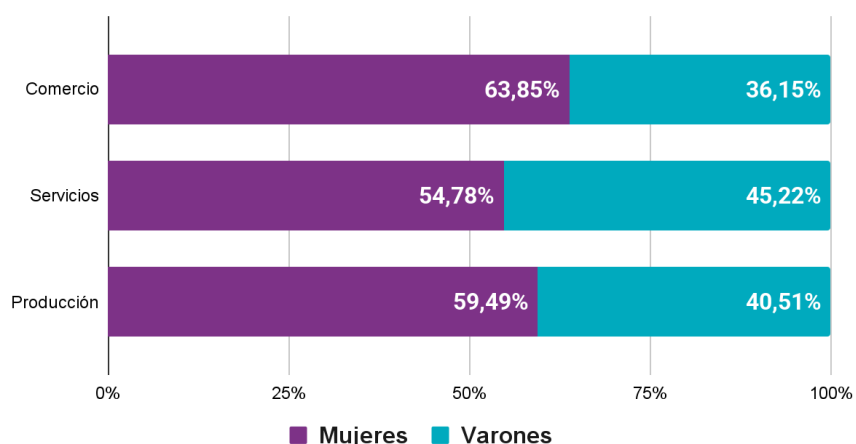


En términos de composición de género, observamos que hay una mayor proporción de unidades productivas conformadas predominantemente por mujeres, con una participación femenina que oscila entre el 54 % y el 64 % de los puestos de trabajo.

Proporción de Trabajadoras

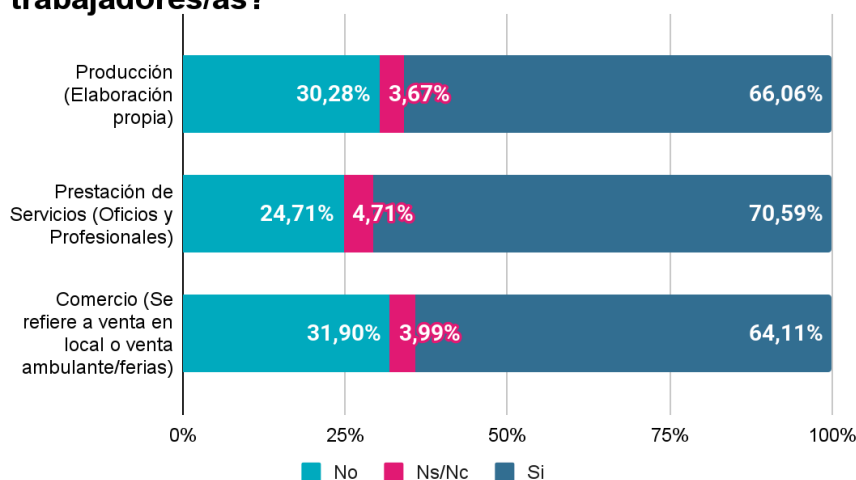


Distribución Puestos de Trabajo según género



Un dato muy importante a tener en cuenta, es que mayoritariamente el trabajo realizado en las unidades productivas representa la fuente principal de ingresos de los trabajadores de las mismas.

Este trabajo es la fuente principal de ingreso de los trabajadores/as?



03. Selección de Unidades Productivas

a) Consolidación de Unidades Productivas - características consideradas

En el marco de las encuestas realizadas en los diferentes barrios populares de los partidos de Lomas de Zamora y Ezeiza se relevaron diversas características de las unidades productivas que permitieron identificar ciertos grados de consolidación de las mismas.

Se tomaron como características para delimitar las unidades productivas con algún grado de consolidación a:

- la Antigüedad de la Unidad Productiva, tomando como base 3 años hacía adelante;
- reconocimiento de división interna de tareas y distribución;
- la cantidad de trabajadores involucrados;
- la cantidad de mujeres trabajando en la UP;
- el estado de formalización de la unidad productiva;
- la cantidad de días semanales que se trabaja;
- la condición de si el ingreso derivado de la actividad de la unidad productiva es la principal fuente de ingreso familiar de los trabajadores involucrados en ella.

Se adjunta a continuación la matriz, con los respectivos criterios, su indicador y la calificación, siendo 10 lo más alto (importante) y 1 lo más bajo (menos importante).

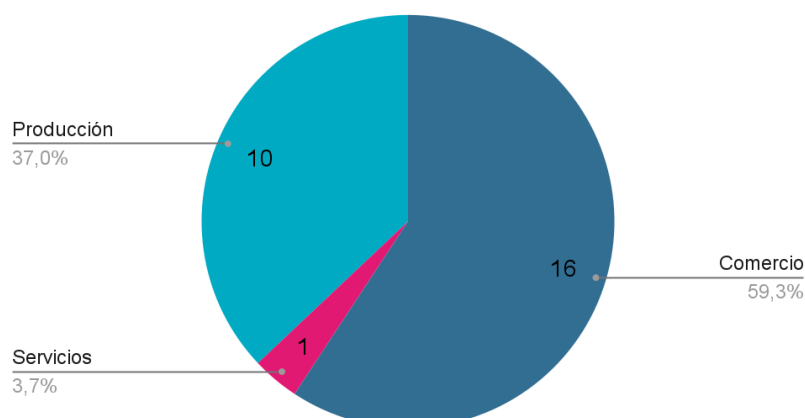
Criterio	Ponderación	Indicador	CALIFICACIÓN		
			BAJO	MEDIO	ALTO
			1	2	3
Formalización	2	Posee actividad registrada	NO	-	SI
Días de Trabajo por semana	4	Cantidad de días	de 1 a 2	de 2 a 4	más de 4
División de tareas hacia lo interno de la UP	5	Cantidad de tareas identificadas en los procedimientos	2	de 2 a 4	más de 4
Antigüedad de la UP	6	Cantidad de años	menos de 1	de 1 a 3	más de 3
Cantidad de Mujeres en el equipo de trabajo	7	Cantidad de personas en proporción al total	0-35%	35-50%	60-100%
Generación de puestos de Trabajo	8	Cantidad de personas	de 1 a 3	de 3 a 6	más de 6
Ingreso Familiar Principal	10	Ingreso familiar principal para mayoría de los integrantes	NO	-	SI

Según la matriz de ponderaciones se seleccionaron 27 unidades productivas, aquellas con un mayor nivel de puntaje (superior a 95 puntos) para realizar un análisis de sus problemáticas y necesidades y desarrollo de propuestas para mejorar las capacidades técnicas y productivas e identificar potencialidades.

b) Análisis particular Unidades Productivas seleccionadas

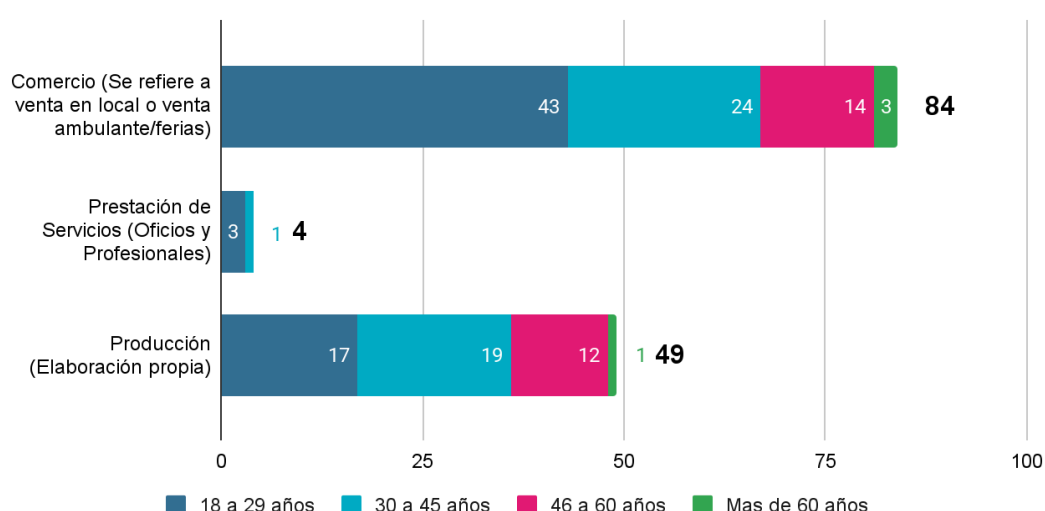
Al igual que el análisis general de las unidades productivas encuestadas, nos encontramos que en las unidades mejor rankeadas también la mayoría son comercios, con un 59,3% del total de UP, seguido con un 37% por las que producen bienes (a diferencia del total de encuestadas que representaban un 21% del total) y las que prestan servicios son la minoría, un 3,7%, mientras que en el total de encuestadas llegan al 16,3%.

Tipología de Unidades Productivas



En relación a la cantidad de puestos de trabajo, las Unidades Productivas seleccionadas suman 192 trabajadores, donde la mayoría se desempeñan en comercios y cuya composición etaria y distribución de género, se presenta a continuación.

Composición etaria puestos de trabajo - Cantidad

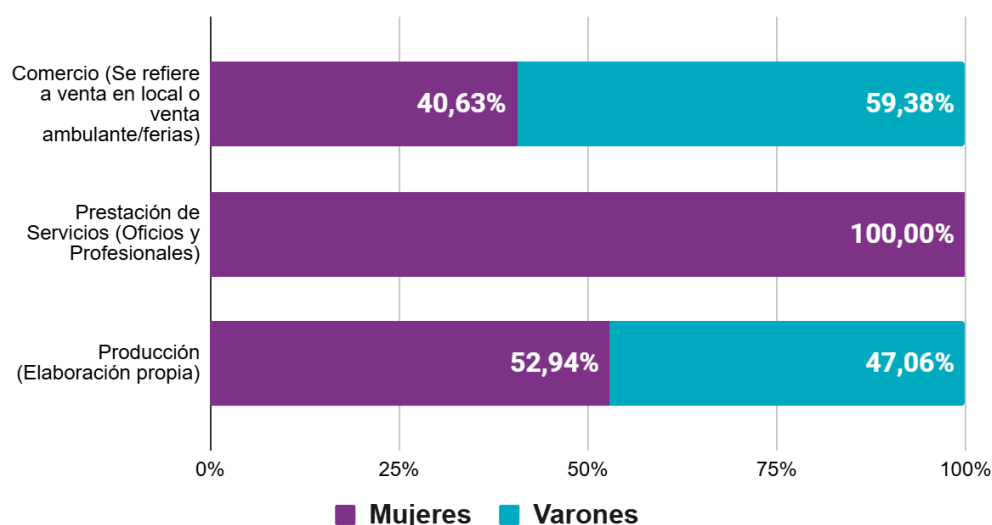


Se identificaron tres Unidades Productivas (UP) que no proporcionaron información sobre las edades de un total de 14 personas que trabajan en ellas. Esta

omisión de datos no impide conocer la distribución etaria del personal involucrado en esas unidades, no afectando el análisis general.

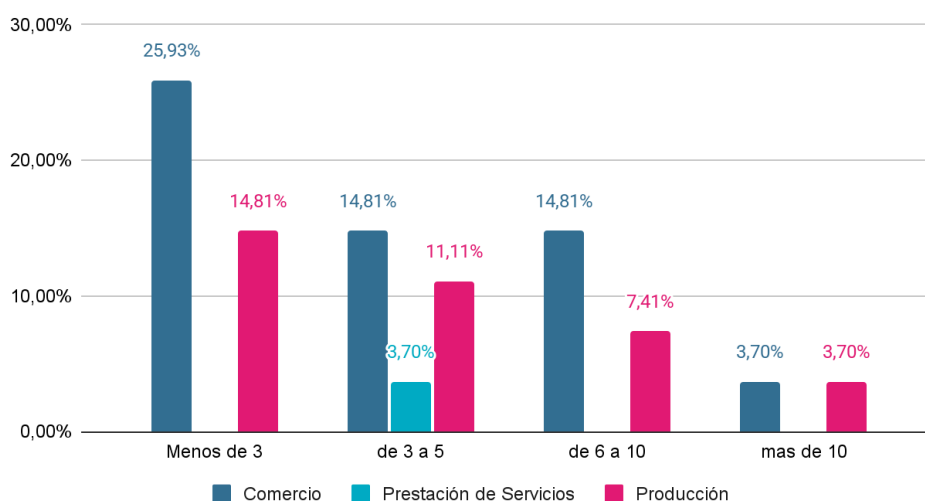
A diferencia de los datos recolectados en el total de Unidades Productivas (UP) encuestadas, observamos que, en el caso de las UP seleccionadas del sector comercio, la distribución de los puestos de trabajo por género muestra una mayor presencia de varones en comparación con mujeres.

Distribución Puestos de Trabajo según género



Cabe destacar, que la mayor cantidad de unidades productivas poseen 5 o menos trabajadores, siendo que las UP con menos de 3 trabajadores son el 40,74% del universo analizado (las mejores rankeadas) y las UP con 3 a 5 trabajadores son el 29,63% del total de UP analizadas.

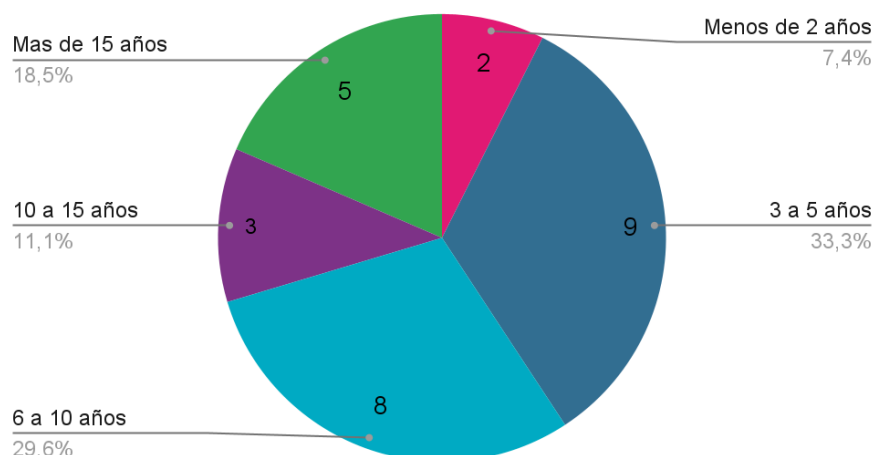
Puestos de trabajo en las Unidades Productivas



Para todas las unidades productivas seleccionadas el ingreso derivado de la actividad es la fuente principal de ingresos de los trabajadores involucrados.

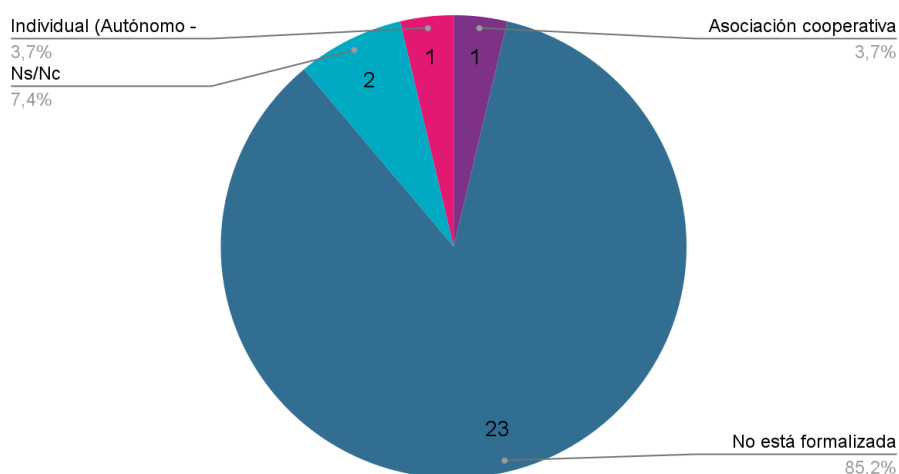
En términos de consolidación de las UP, se seleccionaron aquellas que poseían mayor cantidad de años en la actividad.

Antigüedad de las Unidades Productivas



Un dato relevante a considerar es la situación de informalidad en la que se encuentran las Unidades productivas en los diversos barrios de intervención. En el caso de las UP seleccionadas, el 85,2% no se encuentran formalizadas.

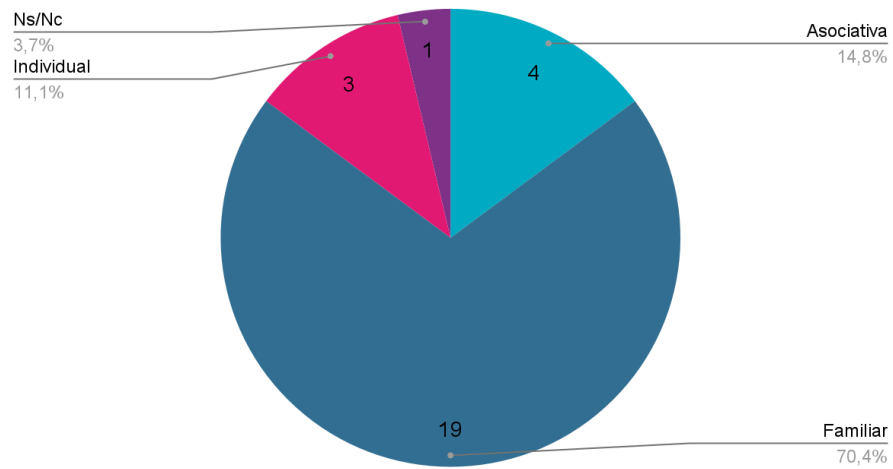
Formalización de Unidades Productivas



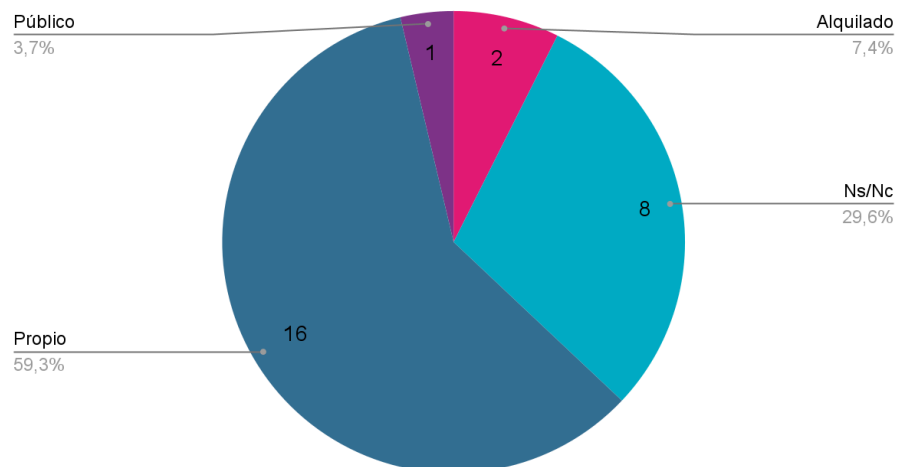
Al igual que en el análisis general, nos encontramos entre las unidades seleccionadas que la mayoría están vinculadas a emprendimientos familiares, como

también la mayor cantidad lleva adelante la actividad en espacios propios y en locales a la calle.

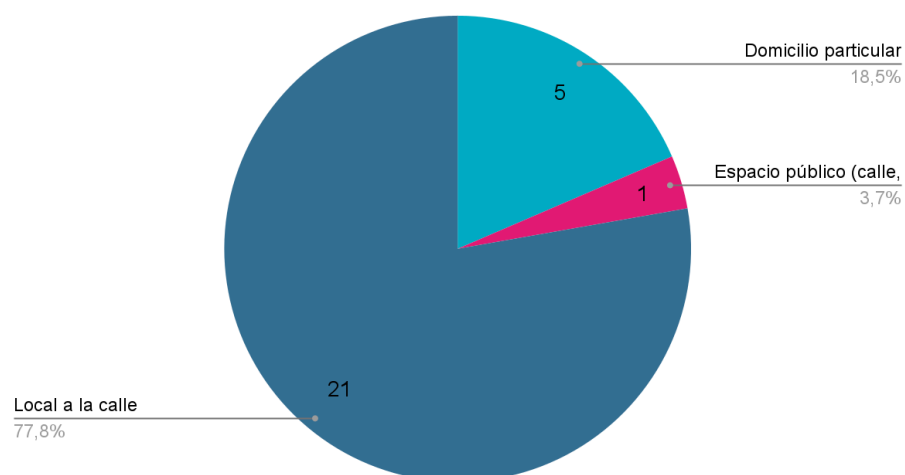
Tipo de Gestión de la Unidad Productiva



Tipo de posesión del espacio donde desarrolla la actividad



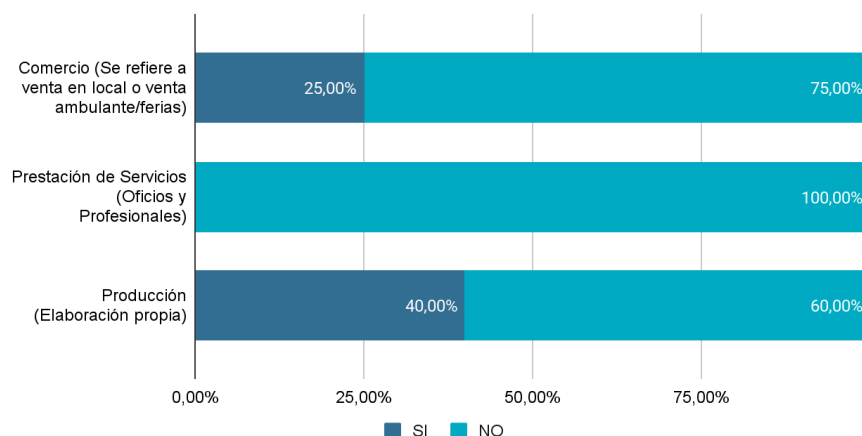
Espacio donde desarrolla la actividad



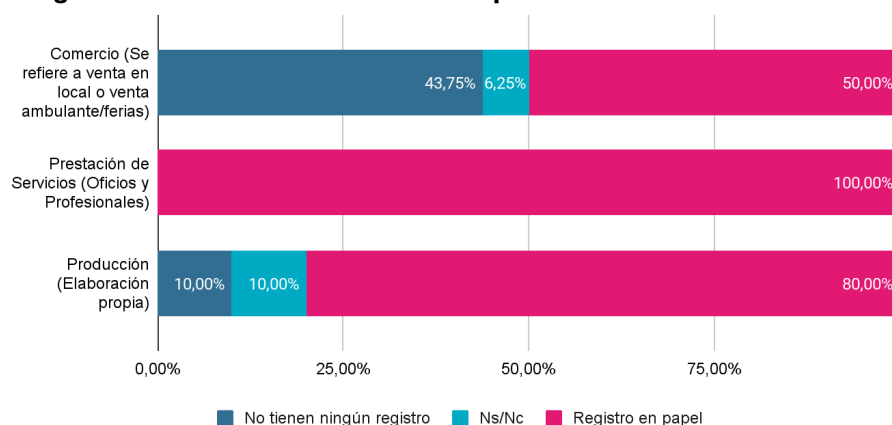
Se puede visualizar que existe un número considerable de unidades productivas entre las seleccionadas que no poseen división de tareas internas para realizar la actividad, lo cual se podría explicar en parte por la cantidad de unidades que tienen uno o dos trabajadores únicamente, pero también nos encontramos que en unidades de mayor cantidad de trabajadores existe una baja división y diferenciación de tareas.

También se observa que casi el 63% de las unidades productivas priorizan el uso de papel para sus registros administrativos, siendo en las UP que prestan servicios mayoritario su uso. Es notorio el porcentaje de unidades productivas entre los comercios que no poseen registro administrativo alguno de las tareas realizadas en su actividad, llegando a un 43,75%.

Existencia de tareas diferenciadas

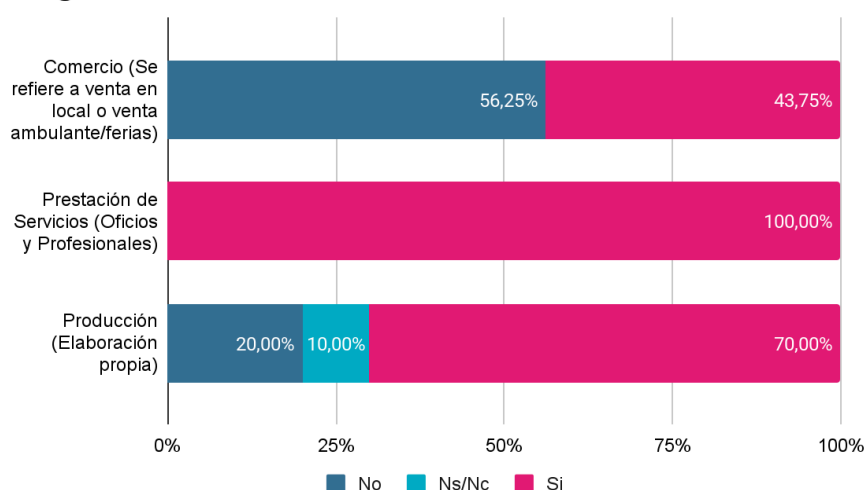


Registro administrativo de tareas de producción - comercialización



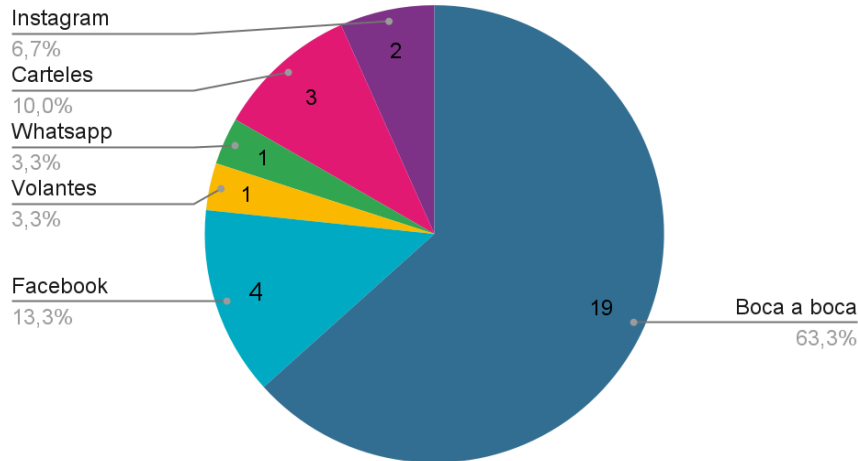
En cuanto a identidad de las UP seleccionadas, nos encontramos que en las unidades productivas que prestan servicios o producen un bien hay un avance en el desarrollo de una estrategia de marketing/comercialización, con la existencia de un logo propio de la entidad, no así en los comercios.

Logo identificador de la Unidad Productiva

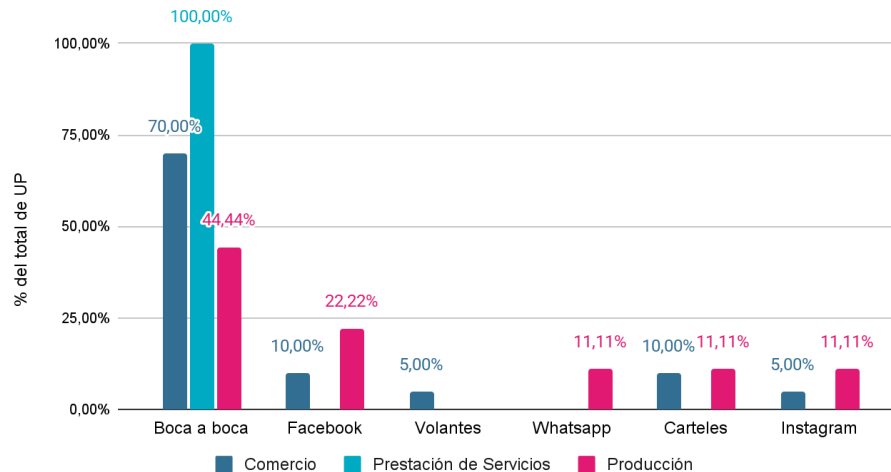


Por otro lado, de manera mayoritaria las UP declaran promover su negocio a través del boca en boca. Se visualiza que los comercios y las UP que producen bienes poseen algo de diversificación en la forma que promocionan, no así quienes prestan servicios que declaran en las encuestas que promocionan su negocio sólo por medio del “boca en boca”.

Formas de Promoción de la Unidad Productiva

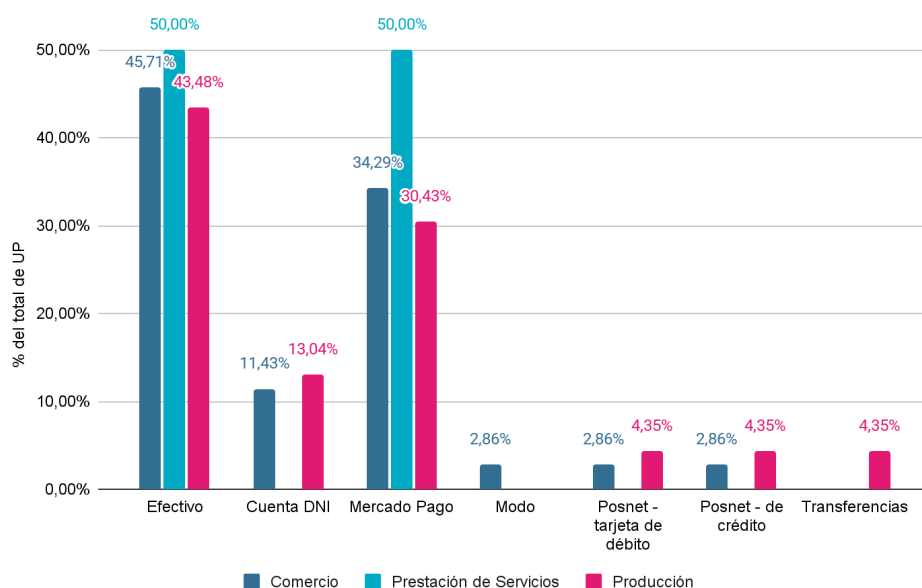


Formas de Promoción de la Unidad Productiva



En cuanto a las formas de pago que reciben las UP, nos encontramos que el medio predominante es el efectivo, seguido por la app Mercado Pago. En el siguiente gráfico se puede percibir la distribución de métodos de pago según tipología de Unidad Productiva:

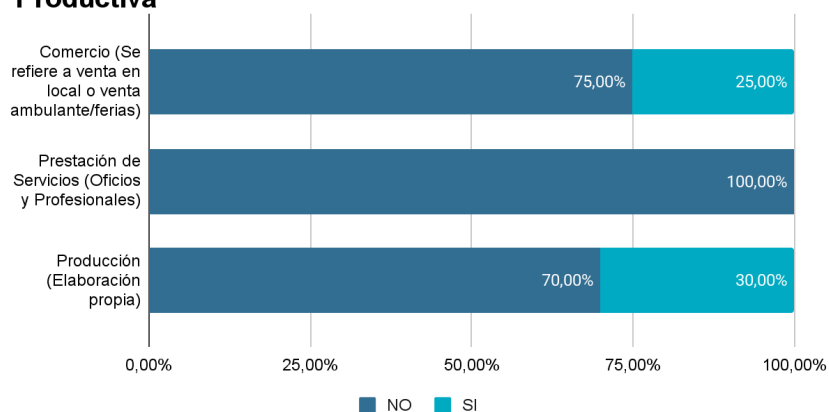
Forma de Pago de los clientes



Esta información tiene sentido en el marco de que sólo el 25% de las UP declaran poseer una cuenta bancaria vinculada a ella donde se destacan los comercios, llegando a ser un 75% los que no poseen cuenta bancaria propia, dando cuenta del grado de informalidad de los mismos.

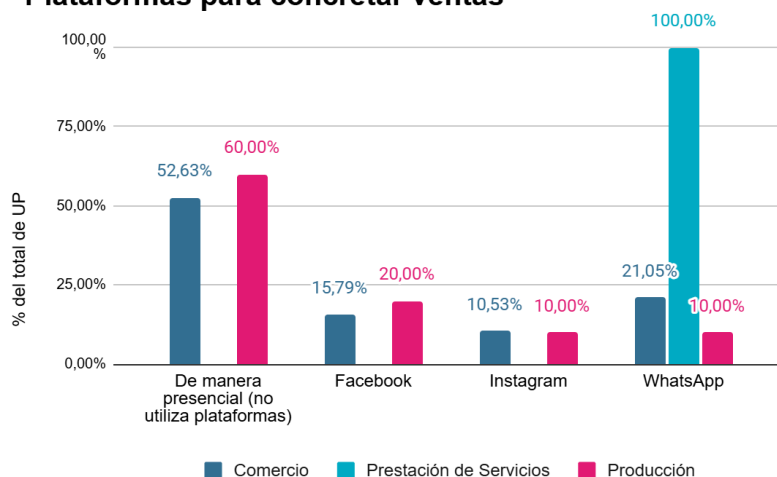
En la misma línea, sólo el 14% de las UP seleccionadas declaran haber accedido a un crédito en el último año para financiar el comercio o proyecto.

Posesión de Cuenta Bancaria por parte de la Unidad Productiva



En relación al uso de plataformas para concretar ventas, encontramos un bajo desarrollo en la diversificación de sus usos, predominando la venta de manera presencial que representa el 53%.

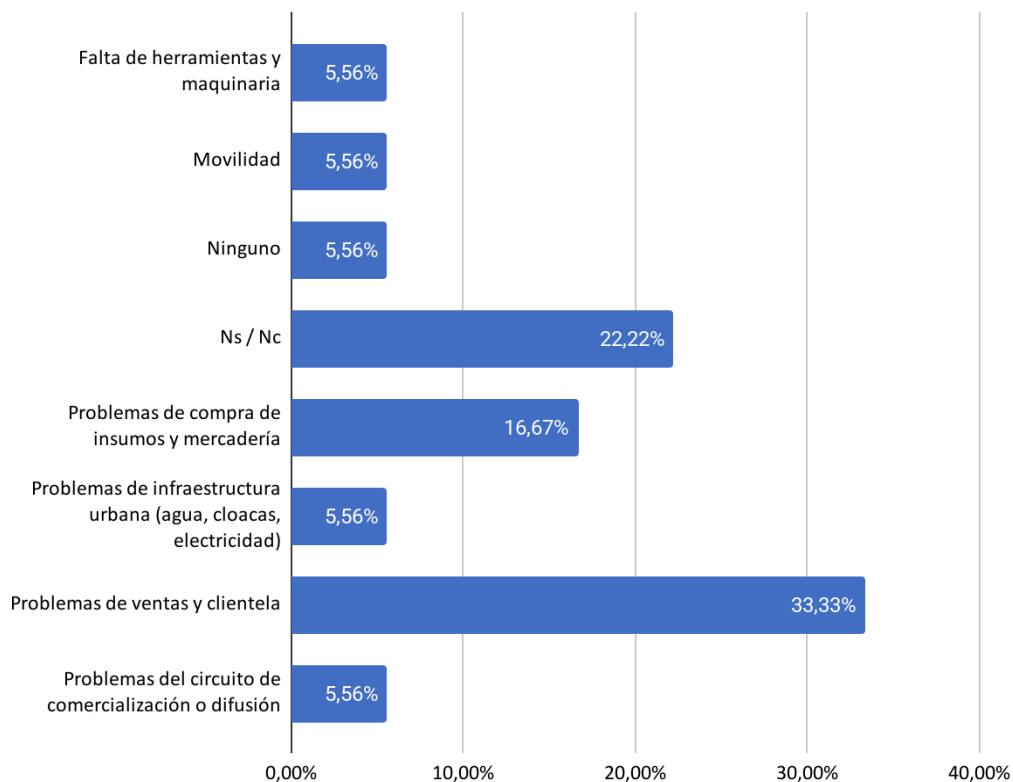
Plataformas para concretar ventas



En el último bloque de la encuesta se brindó un espacio para que las Unidades Productivas puedan opinar y enunciar qué problemáticas observaban y qué necesidades tenían para poder llevar adelante su actividad.

Surgieron diferentes tipos de respuestas que apuntan tanto a condicionamientos internos como a situaciones externas.

Problemáticas y necesidades visualizadas desde la Unidad



04. Mejoras y Potencialidades

A partir del análisis realizado de las encuestas a las UP mejor posicionadas según la matriz de ponderaciones, se definieron diversas líneas de acción orientadas a fortalecer la capacidad productiva, así como la gestión administrativa, económica y comercial de las 27 unidades productivas seleccionadas en los barrios populares incluidos de intervención del proyecto.

Formación y asistencia técnica

Se busca brindar nuevas herramientas y afianzar los saberes de las y los trabajadores/as vinculados a las UP, que apunten a fortalecer la gestión técnica y administrativa de los emprendimientos.

Temáticas:

Modelo de Negocio: Uso de modelos que apuntan a reflejar, identificar y analizar aspectos claves de cara al fortalecimiento de una unidad productiva.

Costos de Producción: el análisis de costos, ingresos y punto de equilibrio es indispensable, desde el punto de vista económico y financiero, puesto que su desconocimiento puede acarrear riesgos e incluso, llevar a la quiebra al emprendimiento. En términos de sustentabilidad, es necesario aprender a calcular qué cantidad se debe producir y vender -como mínimo- para mantener la rentabilidad de la unidad productiva.

Seguridad e higiene: Orientado a adquirir, actualizar y profundizar los conocimientos relacionados con riesgos y enfermedades laborales, accidentes e incidentes en dicho ámbito.

Manipulación de Alimentos: Destinado a todas aquellas personas que lleven a cabo cualquier actividad de manipulación de alimentos y apunta al logro de cambios efectivos en las conductas, costumbres y prácticas de los involucrados tanto en la elaboración como el consumo de alimentos contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida. Este taller es indispensable para avanzar en el proceso de formalización de espacios ligados a actividades gastronómicas.

Procesos y procedimientos: en toda actividad productiva, es crucial el análisis de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en la elaboración de los productos. Este taller está destinado a realizar dicho análisis de manera tal de identificar y aplicar las posibles mejoras en los procesos de producción

Diseño y presentación de producto: la propuesta de este taller consiste en promover un espacio de revisión y reflexión, donde se analizaran las variables que componen el sistema de producto (calidad, terminación, técnicas de fabricación,

composición general, color, contraste, materiales) para mejorar su visualización en los distintos canales de comercialización donde participe el emprendimiento.

Venta digital: en esta capacitación se abordan las características del mercado digital, específicamente WhatsApp Business, Facebook e Instagram, el alcance comercial de cada una y el tipo de audiencia y su presencia en cada red.

Foto producto: el objetivo de este taller es trasladar conceptos básicos de fotografía. Enseñar manejo básico de la cámara del celular, trabajar con la composición de la imagen y encuadre, generar una relación entre figura y fondo, analizar el uso de la luz natural y la luz artificial, uso del flash, entre otras.

Planificación Económica: en este encuentro se espera que los emprendimientos puedan realizar una estimación de sus costos mensuales a mediano mediano plazo (6 meses) como así también de sus posibles ingresos, de manera tal de construir un flujo de fondos.

Finalmente se propone que en función de ello, se pueda trabajar con distintas variables de manera tal de generar estrategias de acción ante distintos escenarios posibles.

Desarrollo de Identidad visual

Apuntado a fortalecer la imagen comercial de los emprendimientos desarrollando íntegramente o mejorando la identidad visual (logo y marca) a través de un sistema visual y piezas gráficas que aporten profesionalismo y calidad a la comunicación del trabajo.

Educación financiera

El objetivo del taller es acercar a los participantes de las unidades productivas (UP) conceptos y herramientas clave relacionados con el ahorro y la gestión del dinero, los principios básicos de inversión, el uso responsable del crédito, y el manejo de deudas para prevenir el sobreendeudamiento. Además, se busca fomentar la planificación de metas financieras y promover hábitos financieros saludables, poniendo especial énfasis en el crédito como herramienta útil y en la diferenciación entre los distintos tipos de créditos disponibles.

Mejoras Productivas

Se apunta a mejorar las condiciones de producción, la capacidad productiva y la seguridad e higiene de los trabajadores a través de mejoras edilicias de los espacios, readecuando tanto la estructura como el equipamiento con maquinaria, herramientas, ropa de trabajo y accesorios de seguridad adecuados para la actividad.

La mayoría de las unidades productivas operan y producen dentro de las viviendas, muchas veces en condiciones de hacinamiento y precariedad.

Generalmente, no existe una separación clara entre la dinámica familiar y los espacios y tiempos destinados a la producción. Muchas presentan instalaciones eléctricas inseguras, construcciones en mal estado, problemas de humedad, falta de iluminación y deficiente ventilación. En algunos espacios asociativos, aunque la producción se realiza en áreas separadas de las viviendas, persisten las mismas deficiencias en la infraestructura. Además, en la mayoría de los casos, se utiliza equipamiento deteriorado u obsoleto debido al uso prolongado, la antigüedad, malas conexiones eléctricas y la imposibilidad de contar con capital para invertir en nuevas herramientas y maquinaria, lo que limita considerablemente la productividad.

Mejoramiento edilicio:

- Instalación de agua y cloaca
- Instalación eléctrica
- Revestimiento (revoque y pintura)

Equipamiento, maquinarias o herramientas:

Se entregarán kits de equipamiento y herramientas según el rubro del emprendimiento:

- Gastronómico
- Textil
- Herrería
- Carpintería
- Ropa de trabajo y Elementos de Protección Personal, según el rubro de actividades de la unidad productiva.

Acompañamiento para el acceso a políticas públicas estatales

Formalización

Monotributo e Ingresos Brutos

Con el objetivo de que los emprendedores/as accedan a derechos básicos y nuevos mercados se busca que registren su actividad laboral. Mediante la registración en el monotributo podrán emitir facturas, contar con una obra social con cobertura para tu grupo familiar, y realizar aportes para acceder a una jubilación en el futuro. A través de las capacitaciones vinculadas a régimen simplificado, monotributo social, IIBB y Ley Alas, los emprendedores pueden conocer sus derechos y beneficios, pudiendo elegir entre dichas opciones.

En los casos en que se decida realizar el registro, es posible acompañar el proceso para obtener la clave fiscal, dar de alta servicios, emitir facturas y notas de crédito o débito, gestionar el monotributo, adherir a planes de pago, tramitar el certificado PyME, habilitar puntos de venta, entre otros. De este modo, se puede evitar inicialmente la contratación de un profesional contable, un gasto que muchas de estas unidades productivas no están en condiciones de afrontar.

Inclusión financiera

Aquí se engloban distintas herramientas, incluyendo la posibilidad de brindar talleres de formación sobre la billetera digital Cuenta DNI tanto para personas como para comercios, talleres de capacitación financiera y acceso a microcréditos con tasa subsidiada. De esta manera es posible ampliar el acercamiento a cuentas bancarias, microcréditos y servicios bancarios, permitiendo a las personas un mejor acceso a la economía, contribuyendo a la reducción de la brecha financiera.

Cuenta DNI personas: Es posible informar y asesorar a los trabajadores de las UP sobre la billetera digital Cuenta DNI Personas. Se aborda desde la instalación de la aplicación, la creación de una caja de ahorro gratuita y diversas funcionalidades como envío de dinero, recargas, pago de servicios, extracción de dinero, etc.

Cuenta DNI comercios: Se pueden realizar talleres que traten acerca de qué es la aplicación, los requisitos, el uso y beneficios de la billetera digital. Se considera desde el alta en la aplicación, principales funcionalidades como pago con QR, link de pago, transferencias hasta la manera de promocionar los descuentos que se realizan desde el BAPRO.

Microcréditos: Provincia Microcréditos posee diversas líneas de financiamiento para emprendimientos familiares, asociativos y trabajadores independientes, donde la tasa aplicada es mucho menor a la de casas de préstamos express, billeteras virtuales o prestamistas individuales.

Se propone informar y acompañar a las unidades productivas que deseen acceder a un microcrédito para la realización de una inversión, compra de capital de trabajo o insumos.

Habilitación PUPAAs: es una habilitación brindada por el Ministerio de Desarrollo Agrario a pequeñas unidades productivas que se dedican a elaborar alimentos artesanales, de bajo riesgo sanitario y en pequeña escala de producción, en cocinas domiciliarias individuales o colectivas.

Se propone acompañar en la inscripción al registro a todas aquellas unidades productivas gastronómicas que elaboren los alimentos enumerados en la reglamentación del programa, con el objetivo de acceder a diversos beneficios:

- Generar productos con etiquetado donde se incorpore la tabla nutricional, ingredientes, fechas de elaboración y vencimiento, identificación de lote y origen, código QR con el número de registro Pupaa.
- Incorporación a Mercados Bonaerenses, a ferias locales y mercados que requieran registro Pupaa.
- Incorporación al ciclo de capacitaciones que brinda DMA y a subsidios financieros para mejoras productivas.

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO, TÉCNICO Y SOCIAL EN BARRIOS POPULARES DE LOS
PARTIDOS DE EZEIZA Y LOMAS DE ZAMORA**

INFORME DIAGNÓSTICO SOCIOPRODUCTIVO

ASOCIACIÓN CIVIL EL AMANECER DE LOS CARTONEROS

Índice General

1. Introducción	2
Datos del proyecto	2
Descripción breve del proyecto	2
1. Proceso metodológico del relevamiento realizado	3
2. Análisis de los datos relevados	8
a. Análisis Municipal:	8
Ezeiza	8
Lomas de Zamora	11
Indicadores Barriales:	13
b. Análisis sobre las Unidades productivas / comerciales relevadas:	15
Caracterización general de las Unidades Productivas/comerciales relevadas	15
Caracterización de los trabajadores vinculados a Unidades Productivas/comerciales relevadas	22
Organización del trabajo, estrategias de comercialización, acceso al crédito y principales problemáticas relevadas	23
c. Análisis sobre Espacios sociocomunitarios relevados e instituciones:	24
5. Conclusiones:	25
Bibliografía	27
Anexo I: Mapas socioproductivos de los barrios relevados	28

Índice de Tablas y figuras

Tablas

Tabla 1: Datos del proyecto.	2
Tabla 2: Indicadores de población del Municipio de Ezeiza	9
Tabla 3: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Ezeiza	10
Tabla 4: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Ezeiza	10
Tabla 5: Indicadores de población del Municipio de Lomas de Zamora	12
Tabla 6: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Lomas de Zamora.	12
Tabla 7: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Lomas de Zamora	12
Tabla 8: Indicadores barriales Ezeiza	13
Tabla 9: Indicadores barriales Lomas de Zamora	14
Tabla 10: ¿Cómo se realizó la encuesta?	17
Tabla 11: ¿La Unidad Productiva está formalizada?.	19
Tabla 12: Lugar de desarrollo de la actividad	20
Tabla 13: ¿Es la UP la principal fuente de ingresos de sus trabajadores?	21

Figuras

Figura 1: Mapa Ezeiza	9
Figura 2: Mapa Lomas de Zamora	11
Figura 3: Distribución de encuestas por barrio. Ezeiza.	16
Figura 4: Distribución de encuestas por barrio. Lomas de Zamora.	16
Figura 5: Distribución de encuestas por tipo de Unidad Productiva.	17
Figura 6: Distribución de encuestas por rubro de la Unidad Productiva.	18
Figura 7: Distribución de encuestas por antigüedad de la Unidad Productiva.	18
Figura 8: Distribución de encuestas por tipo de emprendimiento por Municipio.	20
Figura 9: Distribución de los trabajadores por rango etario.	22
Figura 10: Principales problemáticas declaradas.	24
Figura 11: Distribución de instituciones por tipo	25

1. Introducción

El presente informe corresponde al diagnóstico socioproductivo de siete (7) barrios populares que se encuentran localizados en los partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora.

El mismo se encuentra estructurado desde un análisis general, con información del Municipio correspondiente y la Provincia de Buenos Aires, hasta un análisis particular de unidades productivas y sociales de cada barrio.

Datos del proyecto

Tabla 1: Datos del proyecto

Nombre del proyecto	Fortalecimiento productivo, técnico y social en barrios populares de los partidos de Ezeiza y Lomas de Zamora		
Nombre de la entidad	Asociación Civil el Amanecer de los Cartoneros		
Referente de contacto	Maximiliano Sosa (1151790360)		
Fecha de inicio de ejecución del proyecto	25/11/2024	Plazo de ejecución	8 meses

Descripción breve del proyecto

Este proyecto busca fortalecer a las Unidades Productivas (en adelante UP) de los barrios populares de Ezeiza y Lomas de Zamora. Para ello relevamos UP y espacios sociocomunitarios de los barrios seleccionados. Asimismo, en el mes que antecede se inició con los talleres de sensibilización en materia de relaciones de género y desigualdades, y se delineó el cronograma y plan de capacitaciones.

El objetivo del relevamiento es llevar adelante un acompañamiento territorial y comunitario a las instituciones sociales y un asesoramiento técnico-productivo a las UP. Esta tarea se realiza mediante capacitaciones que fortalecerán tanto las capacidades técnicas, como productivas y/o comerciales.

En la actualidad, no existe base de datos en ningún organismo público ni entidad privada vinculado a aspectos socioproductivos en barrios populares. Los mismos aparecen como espacios aislados sin información socio-productiva, centrándose estos datos únicamente en los centros urbanos.

Así, el objetivo prioritario del proyecto es obtener información primaria cuantificable sobre la actividad productiva en los barrios populares de la Región Metropolitana de Buenos Aires, para fortalecer las capacidades técnicas y

organizativas de las unidades productivas relevadas. Para lograr esto analizamos los diferentes tipos de organizaciones e instituciones radicadas en ellos, las personas que las integran y los vínculos existentes entre las diferentes entidades, para avanzar con el fortalecimiento productivo a partir de las capacitaciones contempladas en el Proyecto.

A partir de los datos obtenidos podemos acercarnos con mayor precisión a la densidad que abarca el universo de las unidades socioproductivas enmarcadas en las dinámicas sociales de los barrios de estudio, comprender a través de las respuestas algunas de las principales características que comparten las mismas y las dificultades comunes en el contexto actual; reconocer las potencialidades organizativas y técnicas que surjan del análisis de los datos, que luego puedan servir de soporte para articular una propuesta eficaz de fortalecimiento de las unidades de análisis.

1. Proceso metodológico del relevamiento realizado

En la medida en que el Proyecto de Fortalecimiento amerita un relevamiento sistemático de las unidades productivas y comunitarias de los Barrios Populares seleccionados de cada partido, resulta pertinente aplicar una metodología consistente y homogénea en cada uno de los mismos, en pos de construir una base de datos sobre la cual implementar la etapa correspondiente a las capacitaciones. En este sentido, la ¹metodología consiste en una serie de reglas y procedimientos que ordenan el relevamiento de una determinada manera para hacer accesible una realidad a captar, permitiendo la puesta en práctica de herramientas e instrumentos operativos que sistematizan y homogenizan el trabajo territorial de las promotoras.

En el relevamiento, las promotoras hicieron hincapié en los sentidos que los/as encuestados/as le atribuyen a su cotidianeidad y a sus problemáticas, entre otras cosas, y por ende a las respuestas que iban dando, atravesadas por estos criterios. A través de la habilitación de la palabra, hubo lugar a las ideas, los sentimientos y las percepciones de la realidad socio-productiva y comunitaria que les atraviesa. Así, la importancia de la escucha y la empatía, aspecto que fue resaltando constantemente como necesario por parte del equipo de promotoras, es un atributo fundamental de la metodología construida. Si bien las opciones de las preguntas son, en su mayoría, cerradas, configuran un puntapié para el intercambio de diálogo encuadradas en las preguntas, pero que exceden la rigidez de los tópicos, pudiendo ser incorporadas en las encuestas realizadas a partir de espacios específicos para las observaciones detectadas.

Los resultados del relevamiento se expresan a través de datos concretos en una Base de Datos compacta, homogénea y sistemática, dando cuenta de condiciones estructurales del entramado socio-productivo y comunitario de los

¹ Ficha de Cátedra Trabajo Social 1 (2017) Universidad Nacional de La Plata. "Aportes a la construcción metodológica para la Práctica de Formación Profesional del 1er Nivel".

barrios en cuestión. Este proyecto, permite identificar las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas que se visualizan en los barrios populares, para así detectar las problemáticas y planificar la política pública para el sector con datos fehacientes.

El abordaje territorial del Proyecto fue llevado adelante a través de distintos roles asignados con el objetivo del acompañamiento en la ejecución, estos fueron:

- Acompañamiento Social. Sus tareas fueron acompañar a la entidad en todo lo relativo a la intervención territorial (instancias de elucidación acerca del perímetro a relevar, actores barriales a distinguir, acompañamiento al equipo de trabajo destinado a las tareas de relevamiento).
- Responsable Metodológico. Encargado/a de la articulación entre el equipo interdisciplinario OPISU y la entidad en la construcción del abordaje metodológico (modalidades de intervención, técnicas/herramientas a implementar para la recolección de datos)
- Responsable Técnico. Vinculación con el equipo interdisciplinario OPISU con el fin de cumplimentar los objetivos administrativos propuestos por el Proyecto en lo correspondiente a la documentación a remitir, elaboración de informes, etc.
- Responsable de Seguridad e Higiene. Destinado/a a la elaboración de las capacitaciones a brindar en el marco del Proyecto durante la tercera etapa del mismo.
- Coordinador General. Encargado/a del seguimiento de las etapas y tareas a realizar en cada una de estas, al funcionamiento de los distintos roles asignados y de los equipos de trabajo.

El plan de trabajo de la primera etapa del Proyecto de “Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares”, correspondiente a los relevamientos y al diagnóstico barrial, está compuesto por actividades sucesivas que poseen tareas específicas a realizar tanto por el equipo de la entidad como también de la contraparte del Estado, el equipo interdisciplinario del Organismo Provincial de Integración Social y Urbana (OPISU).

Previo al comienzo de los relevamientos, solicitamos al equipo interdisciplinario de OPISU capacitaciones para el equipo de promotoras de la entidad, que se dividieron en dos de acuerdo a los partidos involucrados en el Proyecto. Estos encuentros consistieron en el uso del software construido por el OPISU (ODK Collect) en función de las instancias previas detalladas anteriormente. Las capacitaciones también dieron lugar a debates profundos en torno a los criterios establecidos en términos metodológicos de lo que hacía a los relevamientos, el alcance territorial y la identificación de los actores (unidades) institución/espacio sociocomunitario/unidad productiva.

El territorio a trabajar por parte de los relevamientos está delimitado a los barrios populares incluidos en el Proyecto. El perímetro de los barrios se encuentra visible en el Mapa del Registro Nacional de Barrios Populares (RENABAP)². Nos interesa destacar que en las reuniones previas al inicio entre el equipo de promotores/as y los/as trabajadores del OPISU, surgieron discusiones referidas al alcance de los territorios delimitados por el RENABAP. El eje del debate remite a que la definición de “Barrios Populares” no encuadra estrictamente en la dinámica socio-productiva y comunitaria de quienes habitan dichos territorios, debido a que, en algunas ocasiones, hay ligeros “desbordes” de la actividad productiva, fundamentalmente en lo que hace a las ferias que llevan adelante dichos barrios.

La cartografía se apoya en los mapas y el mapeo como herramienta metodológica y se realiza en el ejercicio de dibujar conjuntamente dichos mapas del territorio, lo que genera procesos de comunicación entre los participantes. Si bien en el caso de este Proyecto no utilizamos la herramienta cartografía social en todas las instancias, nos apoyamos en esta para identificar ciertas cuestiones a priori en los territorios, puntualmente expresiones microsociales de cada barrio. Las promotoras en su mayoría son habitantes de los barrios asignados y al conocerlos, trabajaron de manera colectiva con los mapas impresos con la zona delimitada y de las manzanas específicas, fue así como identificaron los accesos al territorio, (avenidas, si podían hacerlo en duplas o necesitaban estar todas por cuestiones de cuidado, entre otras) unidades productivas, instituciones públicas y privadas, organizaciones sociales y posibles articulaciones entre las mismas, etcétera.

Las promotoras son en su mayoría mujeres habitantes de los Barrios Populares. Tomamos esta elección fundamentada en que el 54,95% de los habitantes de BP está ubicado en la franja etaria de la PEA (entre 18 y 64 años) y de las 3.618.606 personas inscritas en Registro Nacional de Economía Popular hasta abril del 2023, el 58,2% son mujeres.³ Además, la segunda rama de actividad más ocupada, con el 27,1% es “Servicios Sociocomunitarios”⁴, lo que deja claro que el cuidado comunitario es indispensable en la provisión de servicios de cuidados junto con la familia y es también del que menos registro se encuentra, puesto que se trata mayormente de iniciativas no estatales que se vinculan a estrategias de base territorial en sectores sociales vulnerados en términos socioeconómicos.

²Mapa de Barrios Populares de la Argentina. En línea: <https://www.argentina.gob.ar/habitat/integracion-socio-urbana/renabap/mapa> (último ingreso el 15 de enero de 2025).

³ Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTep) Informe - Datos a Abril de 2023 “Juventudes y Economía Popular en el ReNaTep” https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/08/informe_juventudes_y_economia_popular_en_el_renatop_28_sep_2023.pdf

⁴ Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTep) Informe Especial Nro 1 Datos a Octubre 2021 “Servicios Sociocomunitarios” https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/11/informe_ndeg1_servicios_sociocomunitarios.pdf

Nos parece relevante resaltar que en la Provincia de Buenos Aires, el 51,78% de las habitantes de Barrios Populares (BP) son mujeres, y que además ellas ocupan el 87,49% del porcentaje de hogares monoparentales con responsable femenino.⁵

En este sentido, apostamos a que la tarea del relevamiento sea realizada por quiénes conocen de manera situada el entramado urbano, las dinámicas sociales, así como el impacto de las necesidades y las consecuencias de la segregación social y el efecto que este produce en las mujeres e identidades feminizadas es central. Lo novedoso de este enfoque metodológico es el impacto que genera en una tarea que hasta el momento era realizada por profesionales en donde predominaban prácticas y enfoques tecnocráticos.

En la **encuesta** realizada se incluyen aspectos referidos a las características territoriales (ubicación geográfica, municipio y barrio), características de las unidades productivas, instituciones u organizaciones, características de los servicios que brinda, infraestructura, los flujos de la población que lo habita y las relaciones entre los los espacios microsociales, organizacionales, institucionales y las vinculaciones presentes al interior del barrio y del barrio para con la ciudad, entre otras.

Las preguntas se dividen en dos grandes grupos. Una para espacios socio-comunitarios y otra para unidades productivas. De los espacios sociocomunitarios indagamos acerca de la temática y problemática que aborda, quienes asisten al lugar (cantidad y público) con que servicios cuentan, etcétera. En relación a las unidades productivas se busca conocer tipo y rubro de la unidad, tareas, cómo comercializan, como gestionan sus responsabilidades financieras, entre otros.

El cuestionario aborda diferentes ejes: a) Datos generales - Barrio/Municipio - Información acerca del encuestado. b) Preguntas generales de la unidad a encuestar. c) Instituciones. d) Espacios sociocomunitarios. e) Unidad productiva. f) Tareas y procesos en la unidad productiva. g) Venta y comercialización. h) Acceso al crédito. I) Identificación de problemáticas. j) Vínculos barriales. k) Locación. L) Observaciones del encuestador.

A continuación mencionaremos algunas potencialidades halladas en la implementación de este instrumento así como las dificultades.

⁶Potencialidades:

- Facilita la comparación de resultados (estandarización y comparación de los resultados).
- Posibilita la obtención de información significativa.

⁵ Registro Nacional de Barrios Populares "Observatorio de Barrios Populares" En línea https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/0a127285-4dd0-43b2-b7b2-98390bfd567f/page/p_hausi_vyqyc (último ingreso el 16 de enero de 2025)

⁶ Sautu Ruth (2005) "Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología".

- Grandes volúmenes de información.
- Riqueza informativa en las palabras e interpretaciones de los entrevistados.
- Proporciona al relevador la oportunidad de clarificar y repreguntar en un marco de interacción directo, flexible, personalizado y espontáneo.
- Posibilita un contrapunto cualitativo que enriquece los datos cuantitativos.
- Accesible a información difícil de observar (por ejemplo por observación)

Dificultades:

- La información se restringe a la proporcionada por el individuo de acuerdo a las opciones de respuesta cerradas que brindan los cuestionarios.
- La carencia de referencias contextuales por parte de los individuos limita la interpretación de los datos.
- Problemas potenciales de reactividad. Necesidad de conocimientos contextuales apropiados a la situación y población.
- Carencia de interacción grupal.

En este sentido, las promotoras aportaron información clave para la puesta en contexto de los datos obtenidos de las encuestas.

Una vez realizado el relevamiento, se realizó una limpieza de los datos obtenidos. A partir de la misma se registraron algunas pequeñas inconsistencias, como encuestas realizadas en Lomas de Zamora que indicaban haber sido efectuadas en Ezeiza.

Así también y en función del análisis realizado, existió en todas las preguntas un porcentaje de respuestas “No Sabe/No contesta”. En este sentido, el número de encuestas válidas se fue modificando para cada pregunta en función de contemplar únicamente aquellas respuestas que contuvieran datos efectivos. Es decir, se excluyeron las respuestas que indicaban “No Sabe/No contesta”. En este sentido, el dato sobre el universo total de respuestas sobre el que se calculan porcentajes y se construyen conclusiones, queda registrado en la parte inferior de cada gráfico.

Por otro lado, en los casos en los que sea relevante para el análisis comparativo se distinguirá entre las encuestas realizadas en Ezeiza y en Lomas de Zamora. Por el contrario, siempre que los datos arrojen información similar, cuyo análisis desagregado no aporte nada sustancial a este trabajo, los mismos se mostrarán unificados.

Además, cabe destacar, como se estableciera en los primeros informes, que el relevamiento tuvo algunos problemas al comenzar. Los contratiempos estuvieron principalmente relacionados al período en que comenzó la ejecución del proyecto, a saber; aumento del rechazo a responder las encuestas en el período de fiestas que ocurren entre Navidad y Año Nuevo y un gran número de establecimientos cerrados por vacaciones; aunque también hubo otros, como la desconfianza de los actores

para proporcionar datos sensibles y el problema de prever la cantidad de establecimientos a abarcar sin datos fehacientes previos.

Por último, cabe destacar que el equipo interdisciplinario de OPISU realizó visitas periódicas e instancias de reflexión, sistematización y acompañamiento a las promotoras/relevadoras durante las distintas etapas mencionadas. Creemos que la co-gestión en la ejecución del Proyecto a través del trabajo mancomunado entre el Estado y la entidad fue fructífero para ambas partes, en lo relativo a la cumplimentación de los objetivos del Proyecto y el impacto positivo que este pueda generar en los respectivos barrios.

2. Análisis de los datos relevados

a. Análisis Municipal: ⁷

Ezeiza

El Municipio de Ezeiza es uno de los 24 partidos que conforman el Gran Buenos Aires, su superficie es de 238,2 km². En el Municipio existen en total 16 barrios populares habitados por 9.547 familias distribuidas en una superficie de 3,61 km².

Los barrios de intervención enmarcados en el proyecto son:

- Vista Alegre, ID RENABAP: 317
- Santa Marta, ID RENABAP:342
- Tres Américas, ID RENABAP: 346
- El Ombú, ID RENABAP: 361

⁷ Los cuadros de este apartado son de elaboración propia y fueron contruidos a partir de información extraída del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC).

Figura 1: Mapa Ezeiza

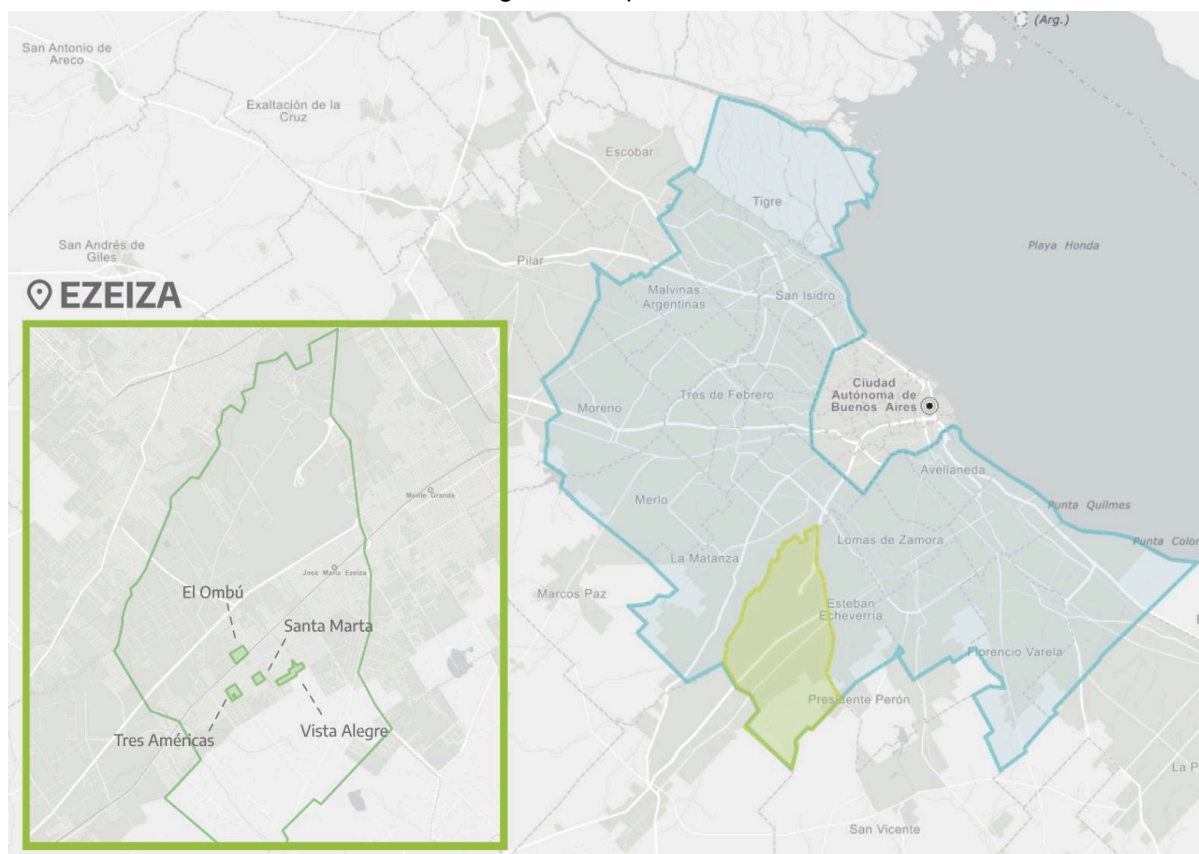


Tabla 2: Indicadores de población del Municipio de Ezeiza⁸

Población	Ezeiza	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
Total de Población (Censo 2010)	163.722	9.916.715	15.625.084
Total de Población (Censo 2022)	201.511	10.849.299	17.523.996
Variación Absoluta	37.789	932.584	1.898.912
Variación Relativa	23,08%	9,4%	12,2%
% de Población	1,86% (a) 1,15% (b)	61,91% (c)	38,05% (d)
Densidad hab/km2	845,97	2.875,30 hab/km2	57,28 hab/km2

⁸ (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país. (e) Indica la cantidad de mujeres por cada 100 hombres.

	hab/km2		
Índice de Feminidad (e)	103,19	107,56	106,88

Tabla 3: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Ezeiza⁹

Condición de actividad económica	Ezeiza	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
Población de 14 años y más en viviendas particulares	152.238	8.588.777	13.857.399
PEA Ocupada	91.980	4.997.130	8.120.465
% PEA Ocupada	(a) 1,8% (b) 1,13%	(c) 61,53%	(d) 38,49%
PEA Desocupada	10.047	548.035	82.235
% PEA Desocupada	(a) 1,83% (b) 1,22%	(c) 66,65%	(d) 42,01%

Tabla 4: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Ezeiza¹⁰

Condición de actividad económica	Ezeiza	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
PEA Total	102.027	5.545.165	8.942.700
% PEA Total	(a) 1,84% (b) 1,14%	(c) 62,00%	(d) 38,79%
Población no económicamente activa	50.211	3.043.612	4.914.699

⁹ (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país.

¹⁰ (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país.

% Población no económicamente activa	(a) 1,65% (b) 1,02%	(c) 61,92%	(d) 37,21%
--------------------------------------	------------------------	------------	------------

Lomas de Zamora

El Municipio de Lomas de Zamora es uno de los 24 partidos que conforman el Gran Buenos Aires, su superficie es de 88,7 km². En el Municipio existen en total 67 barrios populares en los cuales viven 51.485 familias y ocupan una superficie de 10,92 km².

Los barrios de intervención enmarcados en el proyecto son:

- 17 de noviembre, ID RENABAP: 1168
- Miró, ID RENABAP: 1293
- Fiorito II, ID RENABAP: 5002
-

Figura 2: Mapa Lomas de Zamora

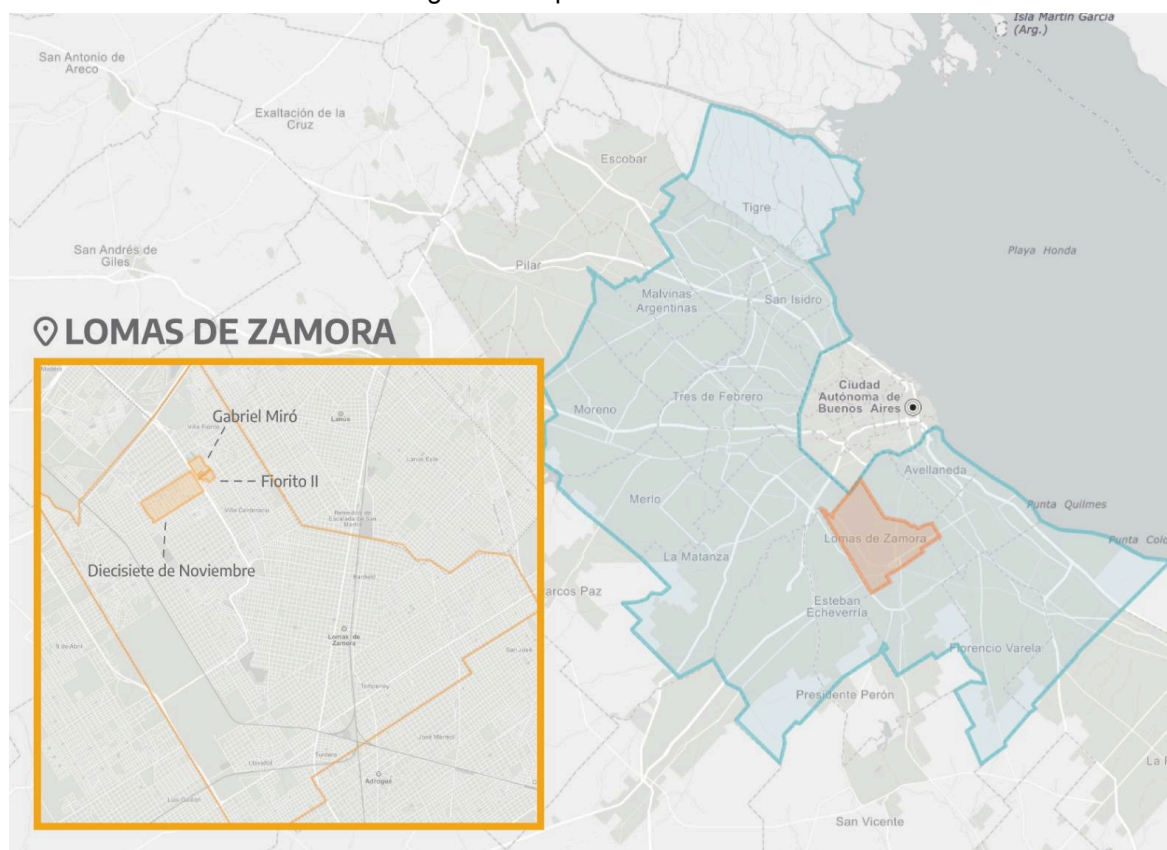


Tabla 5: Indicadores de población del Municipio de Lomas de Zamora¹¹

¹¹ (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la

Población	Lomas de Zamora	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
Total de Población (Censo 2010)	616.279	9.916.715	15.625.084
Total de Población (Censo 2022)	690.323	10.849.299	17.523.996
Variación Absoluta	74.044	932.584	1.898.912
Variación Relativa	12,0%	9,4%	12,2%
% de Población	6,36% (a) 3,94% (b)	61,91% (c)	38,05% (d)
Densidad hab/km2	7.784,4 hab/km2	2.875,3 hab/km2	57,3 hab/km2
Índice de Feminidad (e)	107,73	107,56	106,88

Tabla 6: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Lomas de Zamora¹²

Condición de actividad económica	Lomas de Zamora	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
Población de 14 años y más en viviendas particulares	546.773	8.588.777	13.857.399
PEA Ocupada	318.235	4.997.130	8.120.465
% PEA Ocupada	(a) 6,4% (b) 3,9%	(c) 61,53%	(d) 38,49%
PEA Desocupada	32.662	548.035	822.235

Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país. (e) Indica la cantidad de mujeres por cada 100 hombres.

¹² (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país.

% PEA Desocupada	(a) 5,9% (b) 3,9%	(c) 66,65%	(d) 42,01%
------------------	----------------------	------------	------------

Tabla 7: Indicadores socioeconómicos de población del Municipio de Lomas de Zamora¹³

Condición de actividad económica	Lomas de Zamora	Total 24 Partidos del GBA	Provincia de Buenos Aires
PEA Total	350.897	5.545.165	8.942.700
% PEA Total	(a) 6,32% (b) 3,92%	(c) 62,00%	(d) 38,79%
Población no económicamente activa	195.876	3.043.612	4.914.699
% Población no económicamente activa	(a) 6,43% (b) 3,98%	(c) 61,92%	(d) 37,21%

Indicadores Barriales:¹⁴

A continuación se listan algunas características relevadas mediante el RENABAP (Relevamiento Nacional de Barrios Populares) sobre la extensión de los barrios, la cantidad de viviendas que los componen y el estado de acceso a servicios de acuerdo a la última actualización en 2024.

Tabla 8: Indicadores barriales Ezeiza

Ezeiza				
Barrio	Vista Alegre	Santa Marta	Tres Américas	El Ombú
ID ReNaBaP	317	342	346	361
Década de creación	Década 1960	Década 1980	Década 1990	Década 1980
Clasificación Barrial	Asentamiento	Asentamiento	Asentamiento	Asentamiento
Cantidad de viviendas	3340	630	850	1000
Cantidad de Familias	3674	693	935	1100
Superficie en Km2	0,58275	0,251275	0,375447	0,458816

¹³ (a) Porcentaje del Municipio respecto de los 24 Partidos del GBA. (b) Porcentaje del Municipio respecto de la Provincia de Buenos Aires. (c) Porcentaje del Total 24 Partidos del GBA respecto de la Provincia de Buenos Aires. (d) Porcentaje de la Provincia de Buenos Aires respecto del total país.

¹⁴ Los cuadros de este apartado son de elaboración propia y fueron construidos a partir de información extraída del Relevamiento Nacional de Barrios Populares.

Situación preponderante energía eléctrica	Conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura	Conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura	Conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura	Conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura
Situación preponderante efluentes cloacales	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego	Desagüe sólo a pozo negro/ciego u hoyo	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego
Situación preponderante agua corriente	Bomba de agua de pozo domiciliaria	Bomba de agua de pozo domiciliaria	Bomba de agua de pozo domiciliaria	Bomba de agua de pozo domiciliaria
Situación preponderante método cocina	Gas en garrafa	Gas en garrafa	Gas en garrafa	Gas en garrafa
Situación preponderante método calefacción	Energía eléctrica	Energía eléctrica	Leña o carbón	Energía eléctrica

Tabla 9: Indicadores barriales Lomas de Zamora

Lomas de Zamora			
Barrio	Diecisiete de Noviembre	Gabriel Miró	Fiorito II
ID ReNaBaP	1168	1293	5002
Década de creación	Década 2000	Década 2000	Década 2000
Clasificación Barrial	Asentamiento	Asentamiento	Villa
Cantidad de viviendas	5395	900	200
Cantidad de Familias	5935	990	220
Superficie en Km2	1,20585	0,205901	0,084601
Situación preponderante energía eléctrica	Conexión irregular a la red	Conexión irregular a la red	Conexión formal a la red con medidor domiciliario con factura
Situación preponderante efluentes cloacales	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego	Desagüe a cámara séptica y pozo ciego

Situación preponderante agua corriente	Camión cisterna	Conexión irregular a la red de agua	Conexión formal a la red de agua con factura
Situación preponderante método cocina	Gas en garrafa	Gas en garrafa	Conexión formal a la red de gas con factura
Situación preponderante método calefacción	Energía eléctrica	Energía eléctrica	Energía eléctrica

Así también, como no existen datos sobre la población económicamente activa que habita específicamente en estos barrios se incluyen datos que dan cuenta de la composición etaria de los mismos.

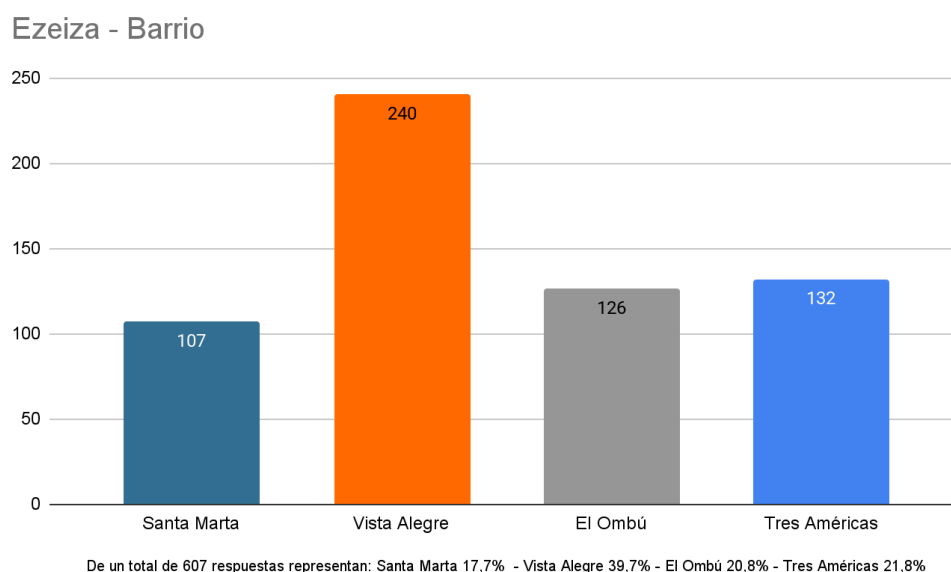
b. Análisis sobre las Unidades productivas / comerciales relevadas:¹⁵

Caracterización general de las Unidades Productivas/comerciales relevadas

En primer lugar es importante destacar que se relevaron 607 espacios en Ezeiza y 879 en Lomas de Zamora. Como se estableciera más arriba, en muchos casos, al comienzo de la actividad de relevamiento y en la tarea de realizar las encuestas a unidades productivas y otros actores barriales, nos encontramos con algunas dificultades operativas imprevistas que nos obligaron a rediseñar la perspectiva de plazos propuesta inicialmente. En este sentido, en la primera etapa del relevamiento las 605 unidades socioproductivas relevadas en Ezeiza se encuentran distribuidas de la siguiente manera en relación con los barrios donde están ubicadas:

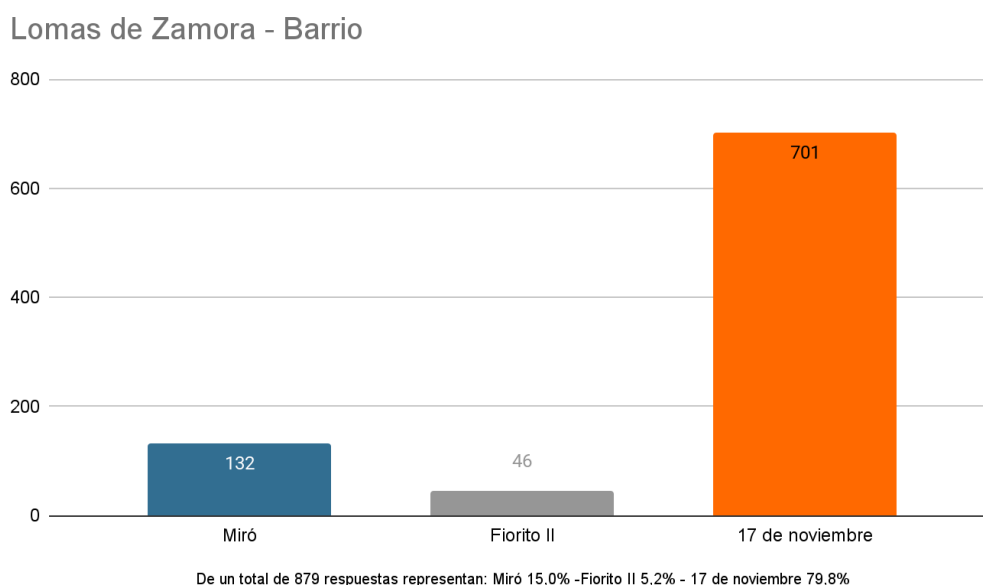
¹⁵ Los gráficos y tablas de este apartado son de elaboración propia y fueron construidos a partir de la información obtenida en el relevamiento realizado en el marco del proyecto.

Figura 3: Distribución de encuestas por barrio. Ezeiza.



En el caso de Lomas de Zamora la distribución es la siguiente:

Figura 4: Distribución de encuestas por barrio. Lomas de Zamora.



Eso da un total de 1486 unidades socioproductivas de las cuales el 92,9% (1380) son unidades productivas. En la mayoría de los casos la distinción entre categorías se realizó por observación por que, como dijimos más arriba, las personas no querían ser relevadas o en su defecto no se encontraban presentes. La distribución las respuestas en relación a esta cuestión es la siguiente:

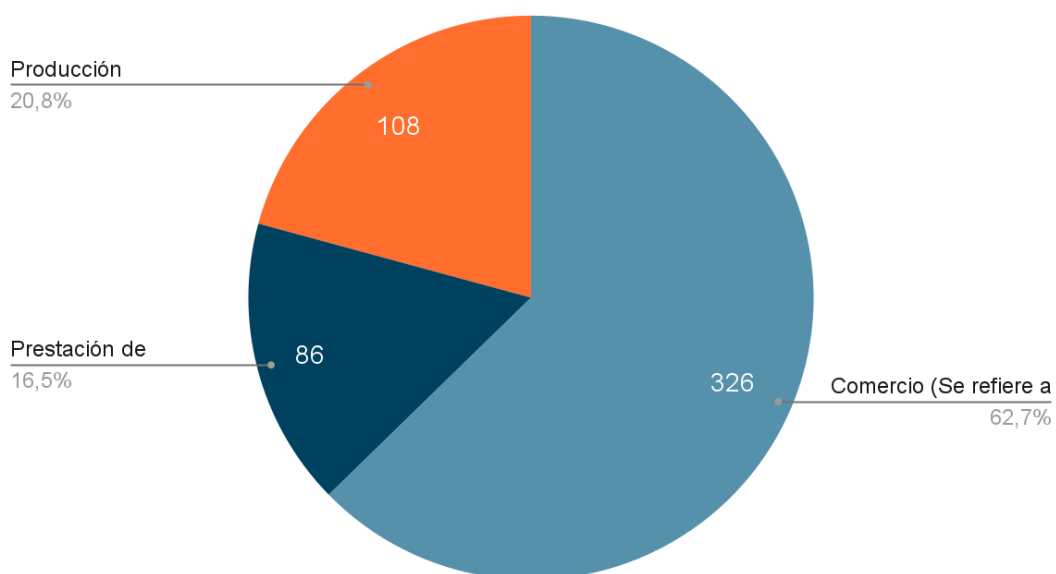
Tabla 10: ¿Cómo se realizó la encuesta?

¿Cómo se realizó la encuesta?	Ezeiza	Lomas de Zamora	Total
A una persona	302	245	547
No se pudo realizar por negativa a la persona a encuestar	243	321	564
No se pudo realizar por no encontrarse nadie en el lugar	54	302	356
Por observación	8	11	19
Total	607	879	1486

Las UP relevadas son en su mayoría (62,7%) comercios. Una vez más, la distinción por municipio no aporta datos interesantes por los que los mismos se analizaron de manera agregada:

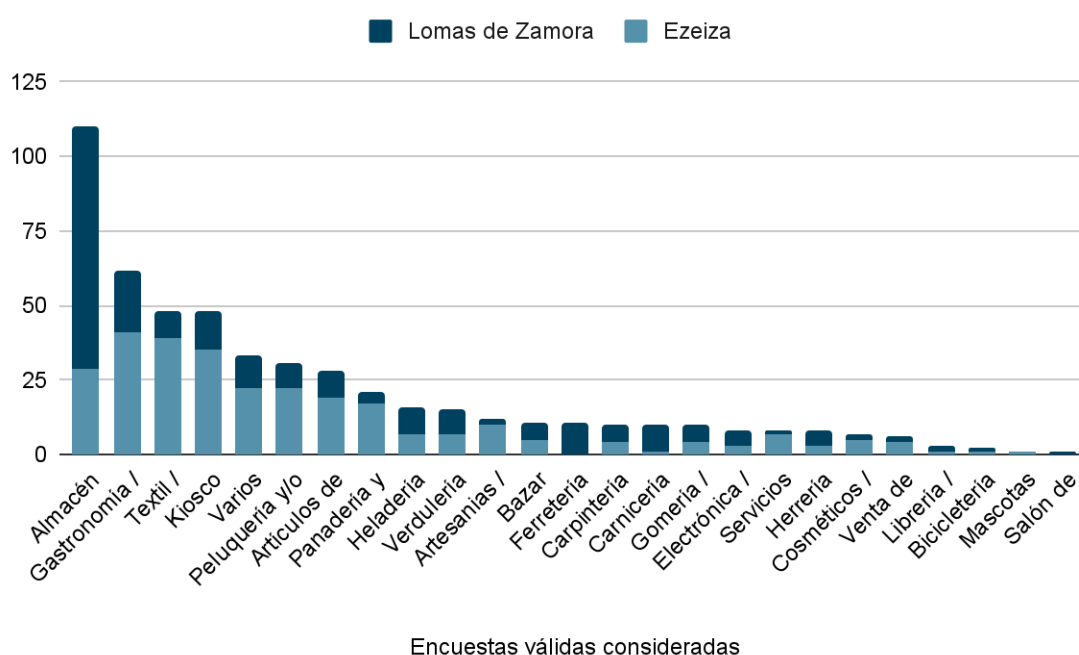
Figura 5: Distribución de encuestas por tipo de Unidad Productiva.

Encuestas válidas consideradas: 520



La distribución por rubros es la siguiente:

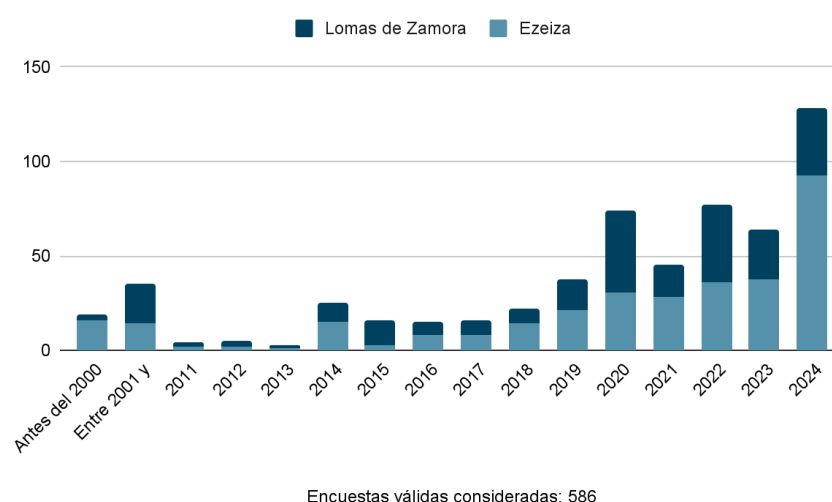
Figura 6: Distribución de encuestas por rubro de la Unidad Productiva.



Los rubros con mayor cantidad de comercios por municipio son: Almacén, Gastronomía / Venta de alimentos y Textil / Indumentaria y/o calzado. En el caso de los almacenes notamos una clara preponderancia del rubro en el Municipio de Lomas de Zamora por sobre el Municipio de Ezeiza.

Sobre estos datos generales, un primer dato relevante para destacar es la antigüedad de las unidades productivas relevadas. En el 66% de los casos las mismas son de constitución reciente; entre 2020 y 2024. Además en el 33% de los casos no superan los 2 años de antigüedad. La distribución por municipio, en este sentido, es pareja:

Figura 7: Distribución de encuestas por antigüedad de la Unidad Productiva.



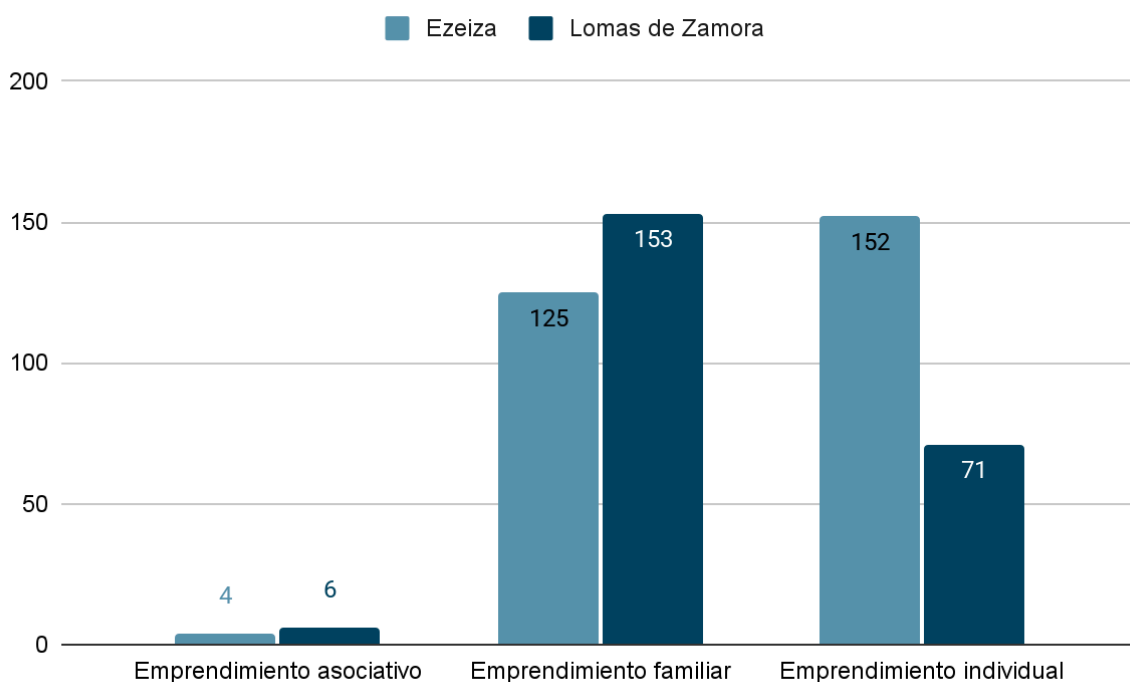
Así también, en términos generales, el 86% de la UP no se encuentran formalizadas:

Tabla 11: ¿La Unidad Productiva está formalizada?

La Unidad Productiva está formalizada?	Ezeiza	% Ezeiza	Lomas de Zamora	% Lomas	Total	% Total
Asociación civil	1	0.35%		0.00%	1	0.19%
Asociación cooperativa		0.00%	1	0.43%	1	0.19%
No está formalizada	237	82.58%	211	90.56%	448	86.15%
Ns/Nc	32	11.15%	11	4.72%	43	8.27%
Persona individual (Autónomo - Responsable Inscripto)	6	2.09%	3	1.29%	9	1.73%
Persona individual (Autónomo- Monotributo)	11	3.83%	6	2.58%	17	3.27%
Sociedad Comercial (SRL- SA)		0.00%	1	0.43%	1	0.19%
Total	287	100.00%	233	100.00%	520	100.00%

Este dato se complementa con la información que da cuenta de la distribución de unidades productivas por tipo de emprendimiento. De un total de 511 respuestas el 54% de las UP declaran ser un emprendimiento familiar, 44% un emprendimiento individual y un 2% un emprendimiento asociativo. En Lomas de Zamora predominan los emprendimientos familiares, mientras que en Ezeiza sucede lo mismo con los emprendimientos individuales.

Figura 8: Distribución de encuestas por tipo de emprendimiento por Municipio.



En términos del tipo de espacio en el cual se lleva adelante la actividad económica de cada Unidad Productiva la distribución es la siguiente:

Tabla 12: Lugar de desarrollo de la actividad

La actividad se desarrolla en...	Ezeiza	% Ezeiza	Lomas de Zamora	% Lomas de Zamora	Total	%Total
Domicilio particular con acceso independiente	81	28.2%	35	15.0%	116	22.3%
Domicilio particular sin acceso independiente	91	31.7%	9	3.9%	100	19.2%

Espacio productivo/comunitario de una organización		0.0%	1	0.4%	1	0.2%
Espacio público (calle, plazas, ferias)	18	6.3%	2	0.9%	20	3.8%
Local a la calle	88	30.7%	186	79.8%	274	52.7%
Otra	9	3.1%		0.0%	9	1.7%
Encuestas totales válidas:	287	100%	233	100%	520	100%

Por todo lo anterior, entendemos que, en términos generales, estamos en presencia de Unidades Productivas no consolidadas, cuyo constitución es reciente y en el marco de emprendimientos no asociativos. Por otro lado, en Ezeiza predominan los emprendimientos individuales que funcionan en domicilios particulares (60%), mientras que en Lomas de Zamora hay mayor cantidad de emprendimientos familiares que funcionan en locales a la calle (80%). En este sentido, identificamos un dato relevante para sumar elementos a esta caracterización: En Lomas de Zamora se presentaron más casos de Unidades Productivas en las que el principal ingreso de los/as trabajadores/as proviene de la actividad económica que motivó estas encuestas. En Ezeiza, esta tendencia se reduce:

Tabla 13: ¿Es la UP la principal fuente de ingresos de sus trabajadores?

Para la mayoría de los trabajadores ¿este trabajo representa la fuente principal de ingresos?	Ezeiza %	Lomas de Zamora %	Total
No	38.33%	20.60%	30.38%
Ns/Nc	5.57%	2.15%	4.04%
Si	56.10%	77.25%	65.58%
Grand Total	100.00%	100.00%	100.00%

La apertura de este dato por barrio no aporta información significativa: los promedios barriales acompañan los datos municipales. Por otro lado y a partir de este nuevo dato, identificamos que alrededor del 50% de las UP que funcionan en domicilios particulares, refieren que su fuente de ingresos principal no está vinculada a la actividad económica de la Unidad Productiva relevada en cuestión.

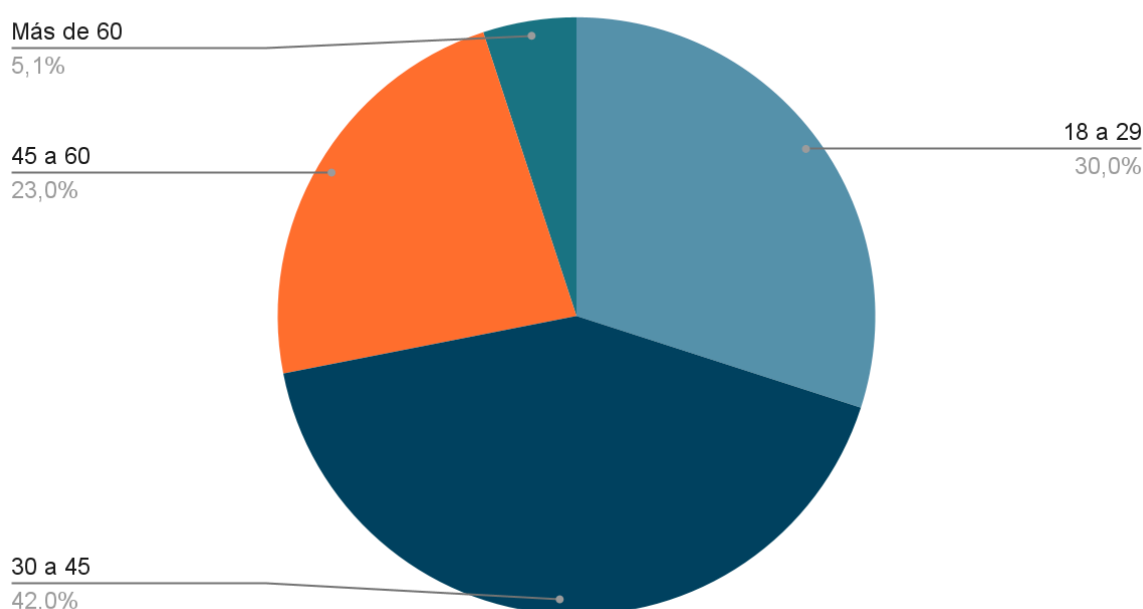
Caracterización de los trabajadores vinculados a Unidades Productivas/comerciales relevadas

Para empezar y en términos de la composición de las Unidades Productivas podemos establecer que la mayoría de ellas emplean solo a 1(60% de las UP) o 2(24% de las UP) personas. A su vez, estas personas son mayoritariamente mujeres (62%)¹⁶. Sin embargo esta distribución desigual entre los géneros se explica por los datos obtenidos en Ezeiza, dónde el 72% de las trabajadoras son mujeres, mientras que en Lomas ese guarismo disminuye a 54%.

Por otro lado, la distribución por rango etario de los trabajadores para los que existe información sobre su edad es la siguiente:

Figura 9: Distribución de los trabajadores por rango etario.

851 trabajadores sobre los que existen datos etarios



Es decir, que estamos en presencia de datos que acompañan la información general preexistente sobre quienes habitan estos barrios populares. Quienes sostienen diariamente actividades económicas en el marco de las Unidades

¹⁶ Sobre 944 trabajadores/as que fueron informados en el marco de la encuesta.

Productivas relevadas, son mayoritariamente mujeres y adultos jóvenes. El único dato que destaca en este sentido, es que los datos vinculados a la composición de género de los/as trabajadores/as de Ezeiza. La tasa de feminidad en este caso, 262.5, es muy superior a la censada en el municipio. Este dato es importante teniendo en cuenta que el 60% de las Unidades Productivas relevadas declaran funcionar 7 días por semana. Este elemento será retomado en las conclusiones.

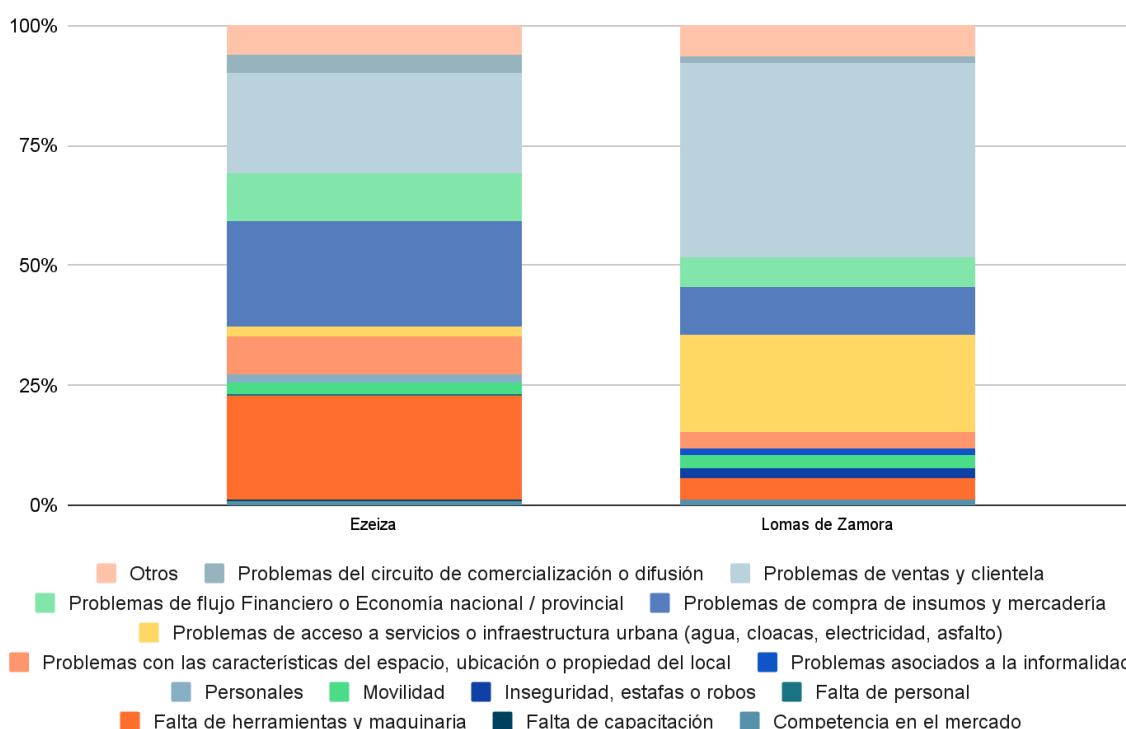
Organización del trabajo, estrategias de comercialización, acceso al crédito y principales problemáticas relevadas

En primer lugar, destacamos que como la mayoría de las UP se encuentran conformadas por uno o dos trabajadores/as, el 84% de las UP declara que no existen tareas diferenciadas entre trabajadores a la hora de organizar el trabajo. Así también el 34% declara no realizar ningún registro administrativo de las tareas realizadas y 56% declara realizar dicho registro en formato papel.

En términos de estrategias de comercialización, el 61% no posee un logo que identifique el comercio y el 64% declara que la forma principal de promoción de su emprendimiento es el boca a boca. Así también el 50% declara que el medio de pago más utilizado es el efectivo combinado con Mercado Pago. Solo el 18% de las UP relevadas hicieron alguna referencia a la utilización de Cuenta DNI.

Por otro lado, el 62% declaró no poseer cuenta bancaria y el 11% declaró haber solicitado un crédito en el último año. En términos generales estos créditos fueron utilizados para pagar gastos corrientes, particularmente insumos, y solo el 4% se utilizó para la compra de maquinaria. Este dato crece un poco cuando se preguntó a los encuestados si estaban considerando sacar un préstamo. El 16% lo está evaluando, de los cuales el 21% piensa utilizarlo para acceder a la compra de maquinaria. Así también, el 70% de los/as entrevistados declaró que considera que la situación de su comercio va a estar “Un poco mejor” o “mucho mejor”. En términos de problemáticas las mismas fueron categorizadas en las siguientes temáticas:

Figura 10: Principales problemáticas declaradas¹⁷



Los principales problemas parecen ser el acceso a insumos, ya sea por costos o movilidad, la disminución en las ventas, la cuestión de la infraestructura barrial deficitaria y la falta de maquinaria específica para la actividad económica.

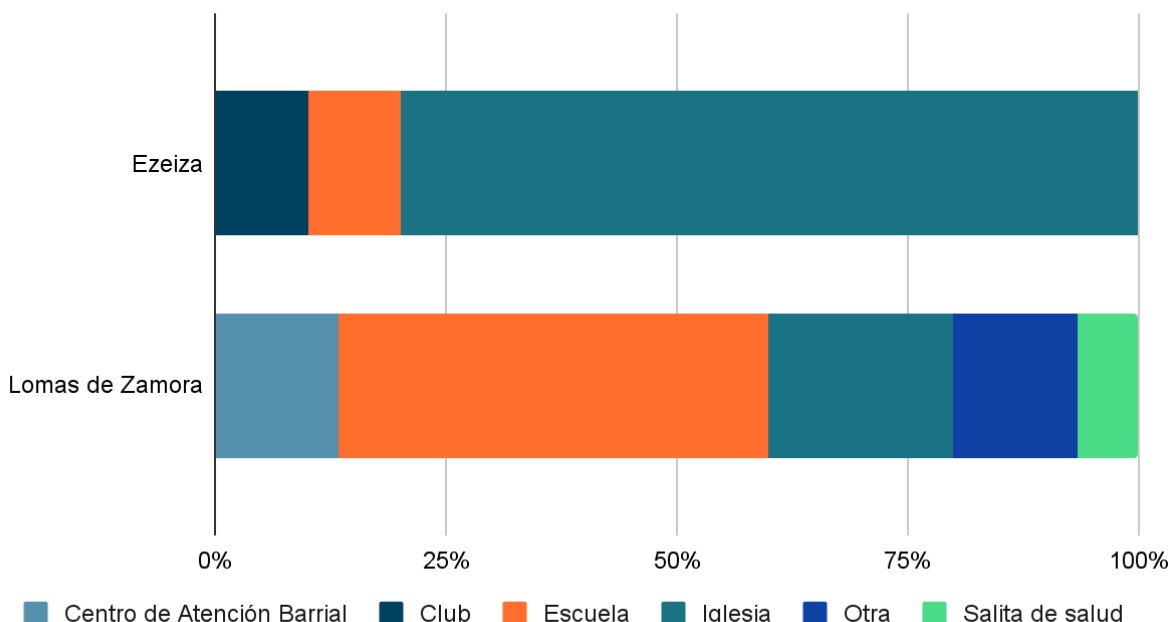
c. Análisis sobre Espacios sociocomunitarios relevados e instituciones:

En primer lugar cabe destacar que sólo se relevaron 106 espacios socio comunitarios e instituciones. En estos casos solo el 25% de las encuestas fueron realizadas a una persona. Es decir existen solamente 27 encuestas con datos suficientes para ser analizados, de las cuales 21 fueron realizadas a espacios socio comunitarios. En términos de las instituciones y al no haber datos suficientes para conducir otro tipo de análisis, la información más clara que pudo ser relevada por observación es la del tipo de entidad. Para esta temática la distribución es la siguiente:

¹⁷ Se excluyeron 160 respuestas que expresaban que no había ningún problema o respuestas en la categoría "NS/NC".

Figura 11: Distribución de instituciones por tipo

Encuestas válidas: 25 (19 por observación + 6 contestadas por una persona)



En el caso de los espacios sociocomunitarios, el 85% son comedores y/o merenderos. La distribución de los datos es parecida en ambos municipios. Es destacable que el 95% de los espacios declaran que trabajan la temática “Alimentación”. La segunda temática más trabajada es “Salud” y la tercera “Educación”. A partir de la información provista por 14 espacios se puede concluir que en el 65% de los espacios trabajan entre 1 y 5 personas y el 92% de ellas son mujeres. Además el 75% de los espacios se constituyeron antes del 2019, siendo llamativo que el 20% de ellos se constituyó entre 1998 y 2001.

5. Conclusiones:

El primer dato destacado es la tasa alta de rechazo a la encuesta. Esto se expresó en el 37,95% de negativa a responder. Una posible hipótesis en este sentido es que la realización de la encuesta generó desconfianza en función de las preguntas que refieren a datos sensibles, como las de formalización o regularización de la Unidad Productiva.

Por otro lado, un gran porcentaje de las UP -el 44,62% del total de encuestadas-, se constituyó en los últimos dos años, de las cuales el 64,65% fueron comercios.

Se observa una distinción clara entre la conformación de las unidades productivas de Ezeiza y Lomas de Zamora. En el caso de Ezeiza estamos en presencia de emprendimientos mayoritariamente individuales y donde las

trabajadoras son mayoritariamente mujeres. En Lomas de Zamora, por el contrario, predominan emprendimientos familiares y la tasa de feminidad no destaca particularmente, sino que acompaña los guarismos municipales. Además en Ezeiza el 38% de las Unidades Productivas indicó que el salario en el marco de la actividad realizada en el emprendimiento no es el ingreso principal de sus trabajadores y cerca del 70% funcionan en domicilios particulares.

Una manera posible de explicar cómo se conjugan todos estos elementos, en Ezeiza, es que muchos de los comercios relevados surgieron en los últimos dos años, de manera poco planificada, con el fin de complementar los ingresos de los hogares que pusieron en funcionamiento estas UPs. Todo esto en el marco de estrategias individuales o familiares orientadas a paliar los efectos de la crisis económica.

En el caso de Lomas de Zamora, por otro lado, si bien las Unidades Productivas son de constitución reciente hay otros datos que hablan de mayores grados de consolidación: poseen local propio y sus trabajadores obtienen su ingreso principal de estos emprendimientos.

Otra de las diferencias se expresa en los problemas declarados por los emprendedores/as: mientras que en Ezeiza expresaron que el problema principal es la falta de maquinaria, en Lomas de Zamora las dificultades están vinculadas, sobre todo, a la falta de clientela y ventas. Este dato refuerza la hipótesis de que en Ezeiza existen comercios poco consolidados que aún no cuentan con la maquinaria necesaria para desarrollar sus actividades. En esta misma línea las reveladoras aportaron información en el primer informe en el marco del proyecto dando cuenta de que “muchas personas comentaron tener un trabajo fijo no formal, y aún así iniciaron un emprendimiento personal, ya que no les alcanzaba para sustentarse”.¹⁸

Sin embargo existen líneas de continuidad entre ambos municipios. En ambos municipios cerca del 86% de las UP no se encuentra formalizada. Lo mismo sucede en relación a la cantidad de trabajadores activos que participan de las unidades. Así también, nos encontramos que en los comercios se ocupa la mayoría de los trabajadores/as -el 62,29%-. En cuanto a la fuerza laboral, casi el 60% genera un solo puesto de trabajo y el 24% genera hasta dos.

A pesar de esto, se observa que las unidades productivas que producen mercaderías ocupan en promedio, mayor cantidad de personas por unidad: En las unidades que producen algún bien o mercadería trabajan en promedio 2,17 personas por unidad productiva, mientras que en los comercios trabajan en promedio 1,81 personas y en las unidades que prestan servicios trabajan en promedio 1,35 personas.

Por último y en términos de los espacios sociocomunitarios, destaca el dato de que el 92% de sus trabajadoras sean mujeres. Entendemos que este elemento puede estar vinculado a roles y estereotipos de género que aún perduran en la

¹⁸ Extracto del Primer Informe parcial en el marco del proyecto, Página 14.

división sexual del trabajo: el trabajo productivo y el trabajo reproductivo. Lo mismo se expresa en Ezeiza donde encabezan emprendimientos creados para complementar los ingresos de sus hogares. Por todo esto es que afirmamos que el trabajo de las mujeres en los barrios populares excede exponencialmente su rol como trabajadoras asalariadas o informales: cumplen una función social muy valiosa dentro de sus comunidades.

Por último destacamos una información facilitada por las promotoras pero que es relevante a los fines de identificar problemáticas: “más allá de que la problemática de los barrios sea diferente, se observó que en todos ellos la falencia más grande era la falta de obras de infraestructura, particularmente las de pavimentación y entubamiento a través de reclamos de muchos de los relevados en zonas urbanas.”¹⁹

Bibliografía

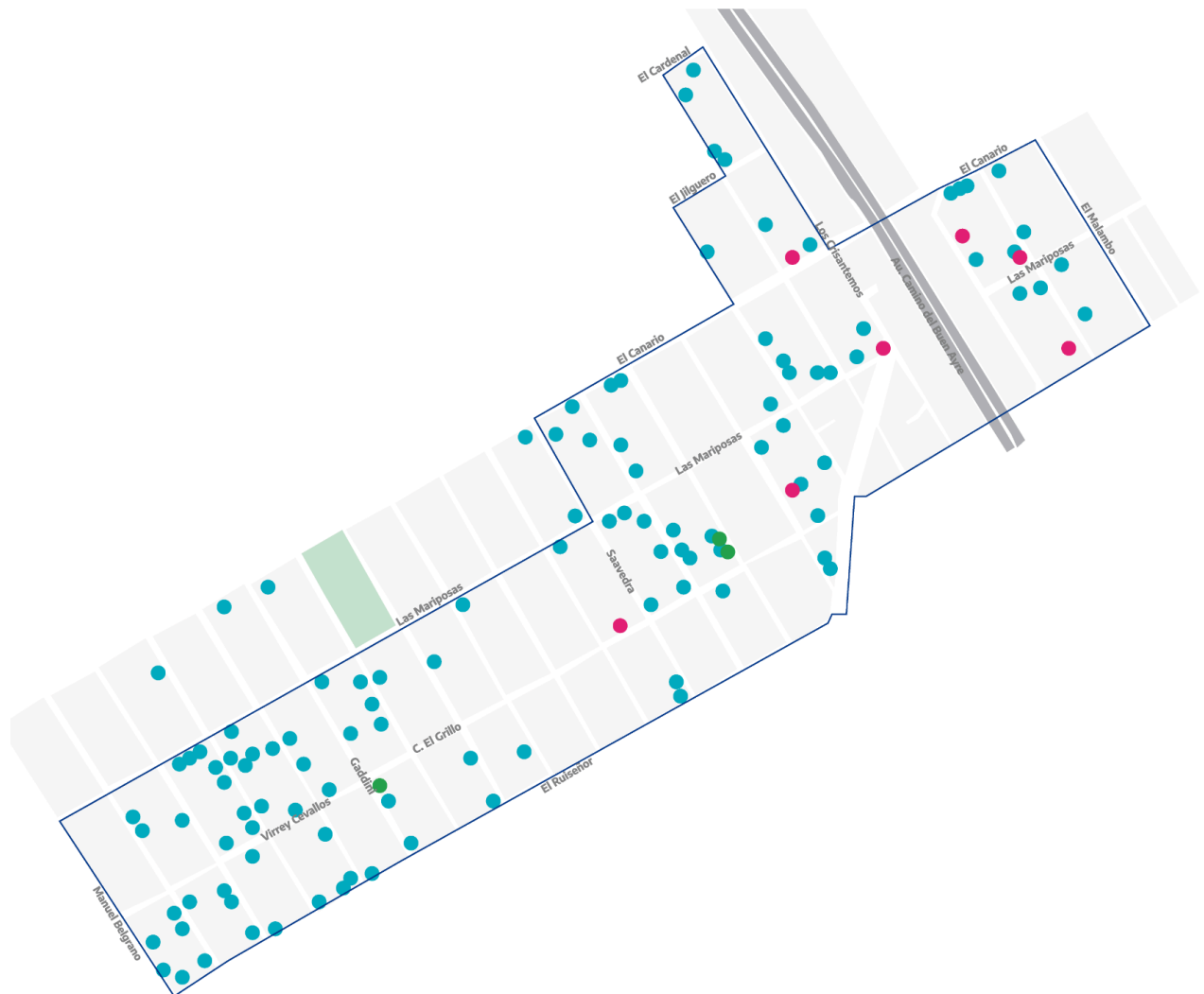
- Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC).
- Ficha de Cátedra Trabajo Social 1 (2017) Universidad Nacional de La Plata. “Aportes a la construcción metodológica para la Práctica de Formación Profesional del 1er Nivel”.
- Mapa de Barrios Populares de la Argentina. En línea: <https://www.argentina.gob.ar/habitat/integracion-socio-urbana/renabap/mapa> (último ingreso el 15 de enero de 2025).
- Registro Nacional de Barrios Populares “Observatorio de Barrios Populares” En línea https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/0a127285-4dd0-43b2-b7b2-98390bfd567f/page/p_hausivyqyc
- Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTep) Informe - Datos a Abril de 2023 “Juventudes y Economía Popular en el ReNaTep” https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/08/informe_juventudes_y_economia_popular_en_el_renattep_28_sep_2023.pdf
- Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTep) Informe Especial Nro 1 Datos a Octubre 2021 “Servicios Sociocomunitarios” https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/11/informe_ndeg1_servicios_sociocomunitarios.pdf
- Sautu Ruth (2005) “Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología”.

¹⁹ Extracto del Primer Informe parcial en el marco del proyecto, Página 15.

Anexo I: Mapas socioproductivos de los barrios relevados

A partir de los procedimientos detallados en el apartado “Proceso metodológico...” se elaboraron mapas socioproductivos de los barrios relevados. Se adjuntan los mismos en un archivo geojson. Además los mapas detallados a continuación pueden ser consultados en este link: <https://www.google.com/maps/d/u/3/edit?mid=1KR7MWd2d9T8ow2kG6ZtVhpoOqlo416s&usp=sharing>

Barrio Vista Alegre, Municipio de Ezeiza



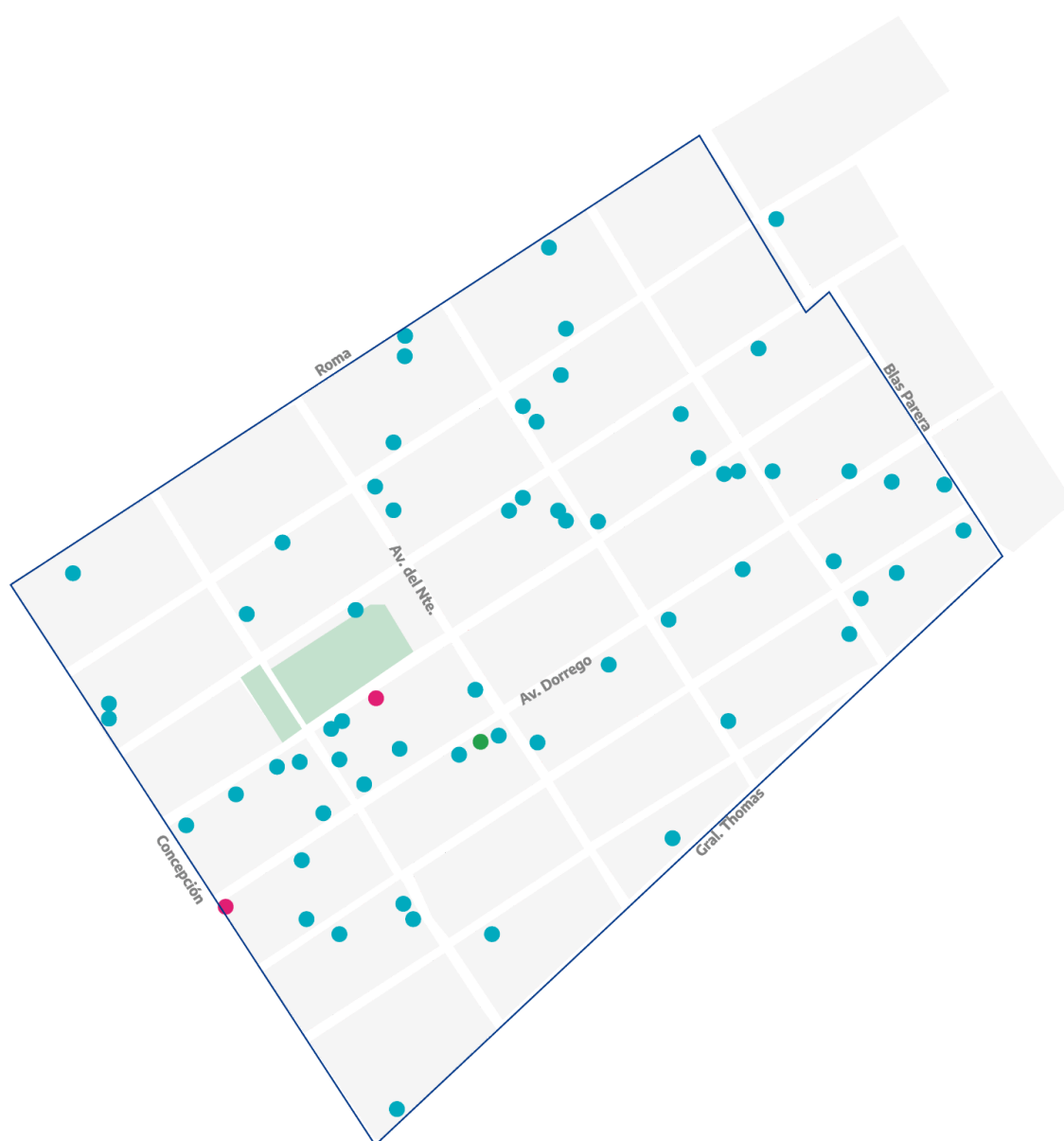
Barrio Santa Marta, Municipio de Ezeiza



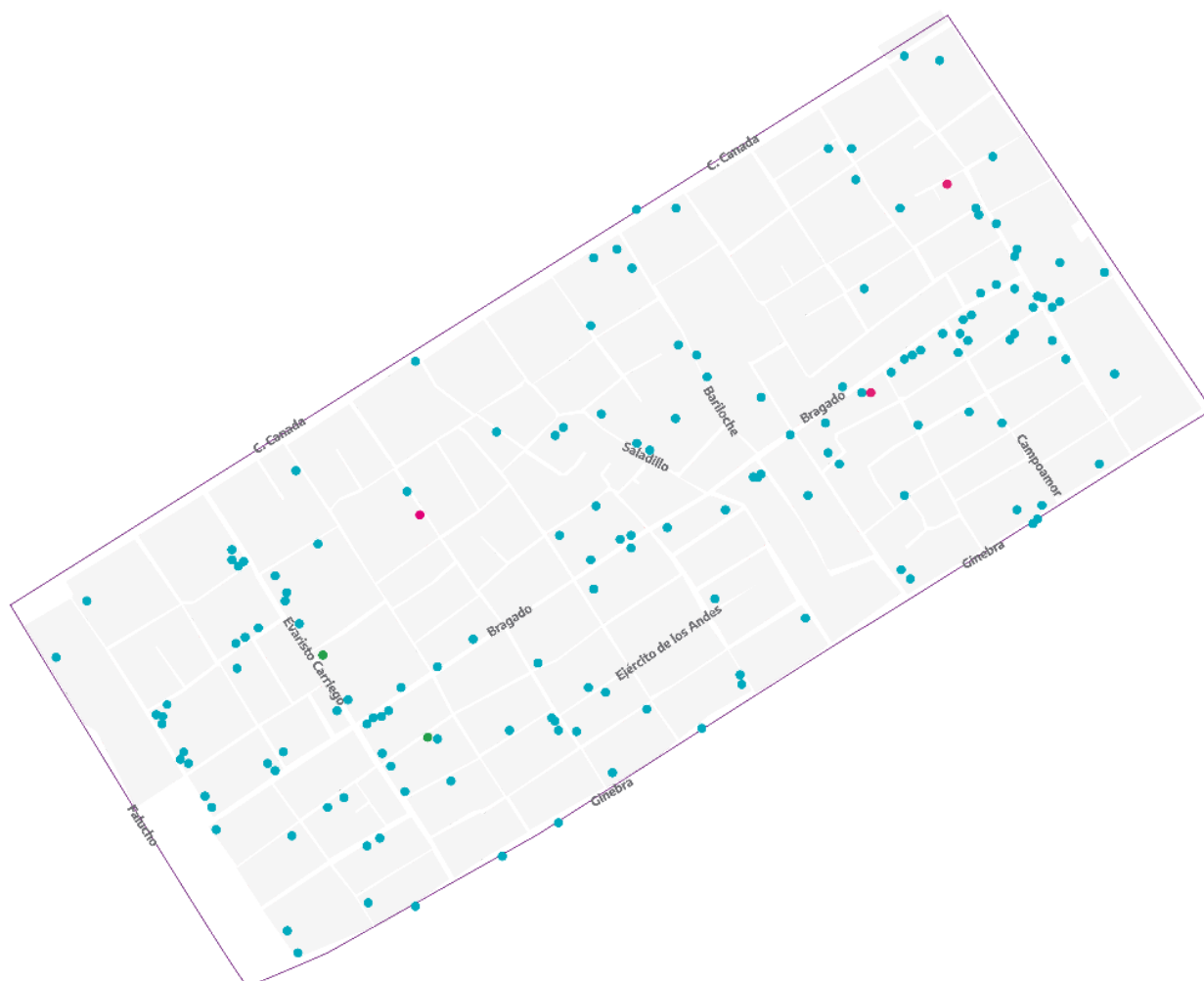
Barrio Tres Américas, Municipio de Ezeiza



Barrio El Ombú, Municipio de Ezeiza



Barrio 17 de Noviembre, Municipio de Lomas de Zamora



Barrio Miró, Municipio de Lomas de Zamora



Barrio Fiorito II, Municipio de Lomas de Zamora

