

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO, TÉCNICO Y SOCIAL EN BARRIOS POPULARES DE LOS
PARTIDOS DE SAN MARTÍN Y LUJÁN

INFORME FINAL

JULIO 2025

ASOCIACIÓN CIVIL CENTRO DE ESTUDIOS Y TRABAJO PARA LA IGUALDAD SOCIAL
(CEYTIS)

ÍNDICE GENERAL

0. RESUMEN - EXTRACTO.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. DATOS DEL PROYECTO.....	4
3. TAREAS EJECUTADAS.....	5
3.1. Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico.....	6
3.2 Actividad 2: Selección de unidades productivas y diseño de intervención.....	10
3. 3 Actividad 3: Formación.....	12
4. CONCLUSIONES.....	16
ANEXO I: PLAN DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN LABORAL.....	18
ANEXO II: TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN GÉNERO.....	40
ANEXO III: REGISTRO FOTOGRÁFICO.....	42
ANEXO IV: PLANILLAS DE INSCRIPCIÓN A LAS CAPACITACIONES.....	51
ANEXO V: MAPAS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos del proyecto.....	4
Tabla 2: Criterio de ponderación de las unidades productivas relevadas.....	11
Tabla 3: Capacitaciones realizadas en los Municipios Luján y San Martín.....	13

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Registro de las capacitaciones brindadas en los Municipios Luján y San Martín.....	12
--	----

0. RESUMEN - EXTRACTO

Este informe recoge las actividades realizadas en el marco del proyecto “Fortalecimiento Productivo, Técnico y Social en Barrios Populares de los partidos de San Martín y Luján”. El mismo tuvo una duración de 8 meses a partir del 20/11/2024 y estaba planificado para ejecutarse a través de tres etapas consecutivas: relevamiento y diagnóstico, diseño de la intervención, y formación. La iniciativa se implementó de manera articulada con el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana (OPISU). El objetivo central del proyecto fue diagnosticar la situación de las unidades productivas, y fortalecerlas a partir de acompañamiento técnico y la promoción de la formalización y condiciones seguras de trabajo.

En el transcurso de la primera etapa, la Asociación Civil Centro de Estudios y Trabajo para la Igualdad Social (CEyTIS), llevó adelante un relevamiento de Unidades Productivas en 8 barrios populares de la Provincia de Buenos Aires. Se realizaron 710 encuestas, de las cuales 331 fueron efectivamente realizadas a una persona. Como resultado, se pudo identificar que la mayoría de las unidades productivas (UP) surgieron entre 2020 y 2024 y actualmente se encuentran poco consolidadas. Estas UP son principalmente pequeños comercios familiares, con un alto grado de informalidad.

A partir de esta intervención se realizó un diagnóstico socio productivo en función del que se elaboró y se llevó adelante un plan de capacitaciones. Además, se seleccionaron 44 unidades productivas a las que se acompañó de manera prioritaria. Las capacitaciones incluyeron temas como estrategias de comercialización, venta digital, administración, manipulación de alimentos, seguridad e higiene, entre otros. Las actividades fueron adaptadas a la realidad territorial, incorporando modalidades virtuales y talleres abiertos a la comunidad.

Además, se implementaron intervenciones barriales en salud y género. Muchas de estas iniciativas desbordaron los objetivos iniciales del proyecto, con actividades como ollas populares, puntos violetas y encuentros con comerciantes.

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 San Martín y Luján”. Comprende los ocho meses del Proyecto (20-11-2024 al 19-07-2025), que se ejecutó desde la Asociación Civil Centro De Estudios y Trabajo Para La Igualdad Social (CEyTIS). La implementación se realizó de manera articulada con el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana en los barrios populares Costa Esperanza, Costa del Lago, 8 de Mayo y La Cárcova, del municipio de General San Martín y los barrios Lezica, San Fermín, San Jorge y Villa del Parque del Municipio de Luján. El informe está compuesto por un resumen y esta introducción que dan cuenta de información general y sintética sobre el proyecto. A continuación se detallan las tareas ejecutadas en el marco del proyecto, siguiendo el planteo de los Términos de Referencia. En este apartado se detallan la totalidad de las actividades realizadas y las principales conclusiones a las que hemos llegado luego de la implementación del proyecto. Por último se incluyen los siguientes anexos: (1) Plan de Capacitaciones, (2) Taller de sensibilización de Género, (3) Registro Fotográfico, (4) Planilla de inscripción a los ciclos de capacitación, (5) Mapas.

2. DATOS DEL PROYECTO

Tabla 1: Datos del proyecto.

Nombre del proyecto	Fortalecimiento productivo, técnico y social en barrios populares de los partidos de San Martín y Luján		
Nombre de la entidad	Asociación Civil Centro de Estudios y Trabajo para la Igualdad Social (CEyTIS)		
Referente de contacto	María José Alonso (1131570603)		
Fecha de inicio de ejecución del proyecto	20/11/2024	Plazo de ejecución	Ocho (8) meses
Fecha de presentación del Informe	17/01/2025		
Plazo de ejecución correspondiente a	Meses 1 y 2		

Informe	
---------	--

3. TAREAS EJECUTADAS

En primer lugar, cabe destacar que los objetivos centrales del proyecto eran los siguientes:

- Construir un diagnóstico de las unidades productivas ubicadas en las zonas de intervención seleccionadas en pos de identificar sus principales características y necesidades.
- Brindar asesoramiento técnico y acompañamiento social para el fortalecimiento de las unidades productivas.
- Fomentar la participación laboral de mujeres y diversidades mediante el fortalecimiento de unidades económicas y el acompañamiento socio-territorial.
- Promover la formalización de las unidades productivas y el desarrollo de prácticas seguras y espacios de trabajo saludables.

Para poder alcanzar los mismos se realizaron tres actividades. Las mismas se encuentran descritas de manera sintética a continuación:

Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico

a) Encuestas: Se realizó un relevamiento permitió mapear y diagnosticar las principales características de las unidades productivas, económicas y de los actores barriales ubicadas en cada zona de intervención.

b) Diagnóstico: Se elaboró un diagnóstico por barrio basado en las encuestas antes mencionadas y datos oficiales estatales. El mismo consistió en un mapeo socio productivo y un análisis integral de los datos relevados.

Actividad 2: Selección de unidades productivas y diseño de intervención

a) Selección UP: Se utilizó una matriz de evaluación para priorizar las unidades productivas en función de su grado de consolidación, la relevancia como fuente principal de ingresos de sus integrantes y su conformación mayoritaria por mujeres, a fin de convocarlas a las capacitaciones según criterios homogéneos.

b) Selección estrategia formativa: Se elaboró un plan de capacitaciones con perspectiva de educación popular y enfoque de género. El mismo abordó las temáticas de formalización, estrategias de comercialización, venta digital y manipulación de alimentos.

c) Selección estrategia intervención barrial Género - Salud: Se planificaron intervenciones en los diferentes barrios en función de las características y el desarrollo del proyecto.

Actividad 3: Formación

En esta etapa se ejecutaron las instancias de formación y acompañamiento territorial, de acuerdo a las estrategias elegidas para las diferentes unidades productivas. Se garantizaron espacios adecuados, materiales didácticos y métodos participativos que promovieron el intercambio de saberes y la sistematización de los conocimientos adquiridos en los talleres.

3.1. Actividad 1: Relevamiento y diagnóstico

Etapas Preparatoria

El proyecto comenzó a ejecutarse el 20 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 dos reuniones clave 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. En las mismas, se discutieron las características generales de las actividades a implementar. Así también, se trabajó en el Plan de Trabajo y en la asignación de roles. La Asociación solicitó apoyo técnico al OPISU, que ofreció herramientas como su sistema de relevamientos (la aplicación OKD collect), personal para encuestas, análisis de datos, acompañamiento territorial y formación en los ejes del Proyecto.

En términos de distribución de tareas, se designó una Coordinación de Promotoras por distrito (dos promotoras en total). Luego, una Responsable de

Registro por distrito (dos en total). Finalmente, el resto se constituyeron como Promotoras-Relevadoras (16 en total).

De acuerdo a lo establecido en el primer informe de este proyecto: “La Coordinación por distrito hace un seguimiento general de la ejecución del proyecto. Se ha planificado y coordinado todo el proceso en articulación con el OPISU, las tareas que llevó adelante el equipo de promotoras y el registro adecuado de la tarea realizada para la concreción de los informes correspondientes. Tenía la función de generar espacios operativos de planificación, ejecución y evaluación junto con el equipo profesional correspondiente durante todo el proceso, que estuvo a demanda de las eventualidades y necesidades territoriales. También tiene la tarea de los informes de seguimiento, basándose en la información brindada por las promotoras, haciendo un seguimiento al mismo. Finalmente, el fomento de la articulación con diferentes organismos y entidades para fortalecer las unidades productivas de los barrios populares trabajados como también de los espacios socio-comunitarios.”¹ Por otro lado “La responsabilidad de Registro tenía el objetivo de garantizar la sistematicidad del guardado de la información cotidiana para poder realizar en tiempo y forma los informes de seguimiento. Es decir, es el cotidiano del resguardo que sigue al resto para que la información se encuentre recopilada de manera clara y accesible para ser utilizada. El equipo de Responsables del Proyecto estuvo involucrado en el inicio en garantizar las herramientas metodológicas.”²

Una vez distribuidas las responsabilidades, se realizaron capacitaciones vinculadas al uso del software y al marco general del proyecto para el grupo completo de personas involucradas en el relevamiento, tanto de parte de la Asociación Civil como del OPISU.

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

A continuación, se distribuyó el grupo de promotoras por cercanía geográfica de sus hogares a los distritos relevados y se conformaron dos grupos: uno para San Martín y otro para Luján. A ambos equipos se los capacitó en la utilización del software “ODK Collect” y la metodología de la encuesta a

¹ Extracto del primer informe parcial en el marco del proyecto, Página 10

² Extracto del primer informe parcial en el marco del proyecto, Página 10

realizar. En el caso de Luján las promotoras realizaron un mapeo previo para facilitar el trabajo a realizar.

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 dió inicio a la etapa de relevamiento.

Etapa de Relevamiento

El relevamiento se realizó en horarios flexibles, adaptados a la dinámica de cada barrio, abarcando 200 manzanas en San Martín y 70 en Luján.

En una primera etapa se había definido un horario matutino, pero en función de los horarios barriales se definió avanzar con esquemas que se amoldaran a los horarios de apertura de comercios e instituciones en cada barrio.

Con excepción de las semanas de navidad y año nuevo, el trabajo de campo se desarrolló con regularidad, salvo en San Martín, donde hubo que ajustar el esquema por situaciones de violencia vinculadas al narcotráfico. Se priorizó relevar unidades productivas colectivas y espacios con funciones sociales (como escuelas, clubes, Centros de Atención Primarias de Salud, comedores, etc.). Estas categorías fueron definidas de manera conjunta entre la Asociación y el OPISU. En San Martín, se realizó una reunión específica con el equipo del Centro de Atención Barrial de Costa Esperanza, que ya tenía vínculos previos en el territorio, lo que facilitó el trabajo al generar mayor confianza y articulación con actores locales.

En el caso de Luján el relevamiento se comenzó en diciembre en el barrio San Jorge, continuando en San Fermín, luego Villa del Parque y finalizando en Lezica. En el caso de San Martín, el relevamiento inició en diciembre en el barrio La Cárcova, siguió en 8 de Mayo, continuó en Costa del Lago y finalizó en Costa Esperanza. En ambos distritos se definieron centros logísticos en espacios comunitarios dentro de los barrios para la realización de reuniones periódicas sobre el trabajo realizado. Como se estableciera en los informes parciales ya presentados, fue clave para la realización del relevamiento la inserción de las promotoras en los entramados barriales. Es decir, que ellas fueran referentes de los barrios en los que se llevó adelante el proyecto agilizó la realización de encuestas en función de su conocimiento previo sobre el terreno a recorrer. Sin embargo, también es importante destacar que existió un alto grado de rechazo a

la realización de la encuesta. Las promotoras caracterizan que esta desconfianza pudo estar vinculada al carácter sensible de algunas preguntas en la encuesta. En resumen se realizaron 710 encuestas, de las cuales 331 fueron efectivas, con un rechazo del 18,03% y un 35,35% de casos sin presencia de personas al momento del relevamiento.

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 15/01/2024 se dió por finalizada esta etapa.

Etapas diagnósticas

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 esbozamos algunas conclusiones generales sobre el relevamiento realizado. En primer lugar, se identificó un alto nivel de desconfianza hacia el Estado por parte de los actores barriales, lo que se expresó en una significativa negativa a responder encuestas o brindar información sensible. Entendemos que esto puede estar vinculado a percepciones del Estado asociadas a funciones de fiscalización o control.

Respecto de las unidades productivas relevadas, se observa que la gran mayoría fueron creadas recientemente, entre los años 2020 y 2024. Entendemos que esto da cuenta de un proceso de surgimiento espontáneo vinculado a estrategias de subsistencia y generación de ingresos ante el contexto de crisis económica. Estas unidades son, en su mayoría, pequeños comercios familiares como almacenes, kioscos, emprendimientos gastronómicos y venta de usados. Un dato relevante es que el 85% de estas unidades no se encuentran formalizadas, lo que implica no sólo la falta de inscripción en los registros correspondientes, sino también la ausencia de acceso a beneficios o financiamiento.

A pesar de esta informalidad, muchas de estas unidades funcionan en locales a la calle, cuentan con equipamiento básico y hasta el 29% posee un logo identificadorio. Sin embargo no se identificaron estrategias de comunicación o marketing consolidadas. Además, en términos generales las Unidades productivas no declararon poseer una distinción formal de tareas ni una organización interna sistemática, lo cual puede estar directamente relacionado con el tamaño y nivel de desarrollo de los emprendimientos.

En cuanto a los métodos de administración, la mayoría no lleva registros sistematizados y, cuando lo hace, los mismos son en papel o de forma muy precaria. En relación a los medios de pago, el efectivo y Mercado Pago son los más utilizados. En este sentido, el 70% de las unidades no tiene cuenta bancaria vinculada al comercio. Esta situación dificulta el acceso al crédito, lo que se refleja en que sólo el 6% de las Unidades Productivas relevadas declaró haber accedido a financiamiento en el último año.

El contexto urbano en el que se insertan estas unidades también condiciona su desarrollo. En general, los barrios relevados presentan importantes carencias de infraestructura básica: predominan las conexiones irregulares a los servicios de agua y electricidad, no existe red de gas natural (se cocina mayoritariamente con garrafas), y el sistema de saneamiento se basa en pozos ciegos. Esto repercute en muchos casos, en problemas de acceso a servicios dentro de las Unidades Productivas relevadas.

Por último, además de construir el diagnóstico, el equipo de relevadoras de conjunto con los equipos del OPISU identificaron la necesidad de reforzar el trabajo con los espacios socio-comunitarios, por fuera de los lineamientos del proyecto. Esto se expresó en la etapa de capacitaciones, por lo que se amplía sobre este tema en ese apartado.

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

a) Selección UP: Se utilizó una matriz de evaluación para priorizar las unidades productivas en función de su grado de consolidación, la relevancia como fuente principal de ingresos de sus integrantes y su conformación mayoritaria por mujeres, a fin de convocarlas a las capacitaciones según criterios homogéneos.

En este sentido, se utilizó la siguiente tabla para ponderar las Unidades productivas relevadas:

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

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

Como resultado de este trabajo originalmente se seleccionaron 10 unidades productivas para convocar de manera prioritaria a los ciclos de capacitación. Luego en función del desarrollo de la etapa de formación (ver apartado 5.3), definimos ampliar esta priorización a 44 unidades productivas que fueron incluidas en el Informe Técnico que se presenta junto con este informe.

b) Selección estrategia formativa: Se elaboró un plan de capacitaciones con perspectiva de educación popular y enfoque de género. El mismo abordó las siguientes temáticas: Estrategias de Comercialización, Venta digital y Cuenta DNI Comercios, Administración y Gestión Económica, Monotributo y Facturación, Inducción en Seguridad e Higiene, Procesos, procedimientos y Manipulación Segura de Alimentos. El plan de capacitaciones puede ser consultado en los anexos de este informe.

c) Selección estrategia intervención barrial Género - Salud: Se planificaron intervenciones en los diferentes barrios, ya sea promoción,

encuentros o talleres de salud y género. Las primeras de estas intervenciones fueron realizadas en el marco del 8 de marzo, el día Internacional de la mujer.

3. 3 Actividad 3: Formación

La etapa de formación no se implementó de manera homogénea sino que el plan de capacitaciones y de talleres de sensibilización de género y salud se fue adaptando a la realidad de cada territorio. En este sentido, originalmente se había planificado convocar de manera prioritaria a las Unidades Productivas seleccionadas. Sin embargo, quienes mostraron mayor interés en las capacitaciones muchas veces fueron las personas que acababan de abrir su comercio por lo que sus proyectos no se encontraban necesariamente consolidados. En la misma línea, en el quinto informe de este proyecto se estableció que “era pertinente sumar una modalidad virtual para que las Unidades Productivas (UP) puedan participar de los talleres. En este sentido, hubo vecinos/as que indicaron que los horarios no les eran convenientes porque no podían dejar sus espacios de trabajo cerrados y que sí podían sumarse si era a distancia. También remitieron la imposibilidad de trasladarse de un barrio a otro (las distancias entre los barrios populares son considerables) o que no podían dejar a las infancias solas o tenían que ir a retirarlas del jardín o de la escuela.”³ Así también a lo largo del proyecto se fueron modificando las invitaciones y el público al que estaban dirigidas en función de una evaluación permanente sobre la efectividad de la convocatoria. Estas gestiones fueron registradas y trabajadas de manera articulada con el OPISU a partir de una base de datos común:

Figura 1: Registro de las capacitaciones brindadas en los Municipios Luján y San Martín.

Municipio	Fecha	Día	Hora	Curso	Modalidad	Lugar	Punto GPS - Link Clase virtual	Flyer difusión virtual	Volante para imprimir	Formulario de inscripción	Mensaje a s	Envío	Respuestas inscripción	Recordatorio a los inscriptxs	Fecha	Envío
San Martín	26/5/2025	Lunes	14.00 hs	Estrategias de Comercialización	Virtual	Virtual	Capacitación Virt Lunes, 26 de ma Punto de inscripción en Costa Espera	■ cfi san m...	■ Estrategi...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	26/5/2025	■
San Martín	27/5/2025	Martes	10.30 hs	Seguridad e Higiene	Presencial	Presencial		■ SEH sm - ...	■ Seg e Higi...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	26/5/2025	■
Luján	2/6/25	Lunes	14.00 hs	Manipulación Segura de Alimentos 1	Presencial	CFP 402	Villa del Parque	MDA/DPS (el nexo es sir)	-	DPS	MDA/DPS (el nexo es sir)	■	■ Inscripto...	-		
Luján	3/6/25	Martes	14.00 hs	Manipulación Segura de Alimentos 2	Presencial	CFP 402	Villa del Parque	MDA/DPS (el nexo es sir)	-	DPS	MDA/DPS (el nexo es sir)	■	■ Inscripto...	-		
San Martín	3/6/2025	Martes	10.30 hs	Venta Digital y Cuenta DNI Comercio	Virtual	Virtual	Capacitación Virt Martes, 3 de juni 7:00a. hora: An	■ cfi san m...	■ Venta Dig...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	2/6/2025	■
Luján	9/6/25	Lunes	14.00 hs	Estrategias de Comercialización	Virtual	Virtual	Capacitación Virt Lunes, 9 de junio	■ cfi san m...	■ Comercial...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	6/6/25	■
San Martín	10/6/2025	Martes	10.30 hs	Estrategias de Comercialización	Presencial	Presencial	Biblioteca Popul	■ cfi san m...	■ Estrategi...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	9/6/25	■
Luján	11/6/25	Miércoles	14.00 hs	Seguridad e Higiene	Presencial	CFP 402	Villa del Parque	■ SEH sm - ...	■ Seg e Higi...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	10/6/25	■
Luján	17/6/25	Martes	10.30 hs	Venta digital y cuenta DNI comercios	Virtual	Virtual	Capacitación Virt Martes, 17 de jun Zona horaria: An	■ cfi san m...	■ Venta Dig...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	16/6/25	■
San Martín	17/6/2025	Martes	10.30 hs	Costos y precios de venta	Presencial	Presencial	Carrova, 26 de julio	■ costos syl...	■ Costos S...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	16/6/25	■
San Martín	24/6/2025	Martes	10.30 hs	Administración, Monotributo y Faf	Presencial	Carrova	Espacio comuniz	■ cfi san m...	■ Administr...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■ Recordatorio	23/06	■
Luján	25/6/2025	Miércoles	14.00 hs	Administración, Monotributo y Faf	Virtual	Virtual	Capacitación Vir	■ cfi san m...	■ Administr...	https://forms.gle	■ Invitación a *	■	■ Inscripto...	■	24/06	■
Luján	27/6/2025	Viernes	14.00 hs	Administración, Monotributo y Faf	Virtual	Virtual	Capacitación Vir	ya difundido con	ya difundido con	https://forms.gle	ya difundido con	■	■ Inscripto...	■	26/06	■

³ Extracto del Informe parcial 5 presentado en el marco de este proyecto

En este sentido, los talleres llegaron en muchos casos a vecinos/as interesadas por la temática que no necesariamente participaron del relevamiento original, desbordando el alcance original del proyecto. En síntesis las capacitaciones realizadas fueron las siguientes:

Tabla 3: Capacitaciones realizadas en los Municipios Luján y San Martín.

Municipio	Fecha	Curso	Lugar de Dictado
San Martín	25/03/2025	Estrategias de Comercialización	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
San Martín	21/3/2025	Taller Integración Sociourbana y Acceso al Hábitat 1	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
San Martín	31/3/2025	Manipulación de Alimentos	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
San Martín	1/4/2025	Manipulación de Alimentos	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
Luján	18/3/2025	Gestión Administrativa	Barrio San Fermín
Luján	26/3/2025	Facturación	Barrio San Fermín
Luján	08/4/2025	Gestión Administrativa	Villa del Parque, en el Centro de Formación 402.
Luján	10/04/2025	Facturación.	Villa del Parque, en el Centro de Formación 402.
San Martín	24/4/2025	Gestión Administrativa	Costa Esperanza. CAB OPISU.
San Martín	9/5/2025	Estrategias de Comercialización	Costa Esperanza. CAB OPISU.
San Martin	26/5/2025	Estrategias de Comercialización	Virtual

San Martin	27/5/2025	Seguridad e Higiene	Costa Esperanza. CAB OPISU.
San Martin	3/6/2025	Venta Digital y Cuenta DNI Comercios	Virtual
San Martin	10/6/2025	Estrategias de Comercialización	Biblioteca Popular de Carcova.
Luján	11/6/2025	Seguridad e Higiene	Villa del Parque, en el Centro de Formación 402.
Luján	17/6/2025	Venta digital y cuenta DNI comercios	Virtual
San Martin	17/6/2025	Costos y precios de venta	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
San Martin	24/6/2025	Administración, Monotributo y Facturación 1	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
Luján	25/6/2025	Administración, Monotributo y Facturación 1	Virtual
Luján	27/6/2025	Administración, Monotributo y Facturación 2	Virtual
San Martin	1/7/2025	Administración, Monotributo y Facturación 2	La Carcova. Espacio comunitario 26 de julio.
Luján	2/7/2025	Estrategias de Comercialización	Villa del Parque, en el Centro de Formación 402.
San Martin	10/7/2025	Manipulación Segura de Alimentos 1	Centro de Producción de Alimentos, Costa

			Esperanza
San Martin	11/7/2025	Manipulación Segura de Alimentos 2	Centro de Producción de Alimentos, Costa Esperanza

En términos del fortalecimiento de los espacios productivos se llevó adelante la tarea de relevar de manera sistemática qué unidades productivas de las 44 relevadas y priorizadas estaban participando de las capacitaciones. En este marco, además del seguimiento particular que se le realizó a estas personas, en algunos casos se fortalecieron sus trayectos formativos a partir de espacios de asesorías particulares con miembros de la Asociación Civil CEYTIS en función de las necesidades específicas de cada espacio. Un ejemplo en este sentido son los encuentros presenciales que se realizaron con la Cooperativa de Trabajo Zaldarriaga (2024-12-19T16:06:27.752Z)⁴ y la Cooperativa Vencedores Vencidos (2025-01-13T15:29:49.968Z)⁵.

En términos de la estrategia de intervención barrial vinculada a los ejes de Género y Salud, la misma superó las expectativas originales. A partir del trabajo realizado por las promotoras en ambos barrios se relevaron una serie de demandas vinculadas a la generación de espacios de encuentros comunitarios. En ambos casos, por fuera de las jornadas de salud y sensibilización de género planificadas originalmente, se generaron espacios de intercambio que permitieron llevar adelante las siguientes actividades:

- Olla Popular
- Sensibilización contra la violencia por motivos de género
- Espacio de intercambio de la red de comerciantes
- Taller de Sensibilización en Salud y acompañamiento de situaciones de consumo (se sumó una planificación específica al plan original de capacitaciones).

En el caso de San Martín las jornadas de sensibilización de género se llevaron adelante a través de “puntos violetas” en plazas y esquinas de los barrios.

En Luján, se llevaron adelante jornadas de intercambio con los vecinos/as sobre problemáticas barriales con perspectiva de género.

⁴ Identificador único de la encuesta realizada, campo “SubmissionDate”.

⁵ Identificador único de la encuesta realizada, campo “SubmissionDate”.

Así también y a partir del intercambio con los equipos de trabajo del OPISU las promotoras participaron de la convocatoria a talleres de oficios en el Centro de Encuentro Comunitario Cárcova, en San Martín y en el Centro de Formación 402, en Luján. Además, en el marco del proyecto, la institución participó del IV Congreso Políticas para la Igualdad en la Universidad Nacional de Luján, de actividades en el marco de los 10 años de la ley Micalay se dictaron talleres con espacios sociocomunitarios vinculados a la Integración Sociurbana y al Acceso al Hábitat.

Por último, y a partir de un pedido del OPISU, se planificó una segunda etapa de relevamiento enfocada particularmente en espacios sociocomunitarios. En este sentido, se evaluaron estrategias para evitar que la desconfianza observada en la primera etapa del relevamiento no impidiera la realización de esta segunda tanda de encuestas. En esta etapa, las promotoras actuaron principalmente como facilitadoras del relevamiento ya que la mayoría de las jornadas que llegaron a efectuarse dentro de los plazos del proyecto fueron implementadas por trabajadores/as del OPISU.

4. CONCLUSIONES

El trabajo realizado en el marco del proyecto representa un gran aporte a la hora de comprender mejor la realidad de los barrios populares de la Provincia de Buenos Aires. Entendemos que el proyecto fue exitoso en sus propios términos porque permitió construir datos certeros en relación a los barrios populares y las actividades económicas que allí se desarrollan. Destacamos como innovador el hecho de que las promotoras, en el marco del proyecto, hayan sido referentes barriales de los mismos lugares que iban a ser relevados. Esto marcó una diferencia clave a la hora de la implementación. Por un lado, porque garantizó la correcta realización del relevamiento y ciclos de capacitación. De otra manera, los mismos hubieran sido muy complejos de llevar adelante en términos de seguridad, logística, etc. Por otro lado, permitió que los vínculos con los comerciantes y con las personas relevadas desbordaran los límites del proyecto. En primer lugar a partir de las articulaciones con el Organismo Provincial de Integración Social y Urbana. Pero además, ahora, una vez que las actividades finalizaron, las promotoras sostienen iniciativas en las que participan comerciantes que van a tener continuidad por fuera de los plazos del proyecto.

Por otro lado y en términos del fortalecimiento de Unidades Productivas, las líneas propuestas por el presente proyecto dan respuesta a algunas de las problemáticas planteadas por las Unidades Productivas vinculadas a cuestiones administrativas, de circuitos de comercialización y de formalización. Sin embargo, el mayor caudal de problemas planteados están vinculados al aumento de precios, la falta de maquinaria y el acceso a servicios o infraestructura urbana. Todo esto teniendo en cuenta que “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.”⁶

En este sentido creemos que uno de los resultados más interesantes de la implementación del proyecto tiene que ver con las ya mencionadas redes de comerciantes que se conformaron en los barrios y con el vínculo construido con las promotoras. De fortalecerse este trabajo, el mismo tiene el potencial de convertirse en una herramienta poderosa para transformar la realidad de las unidades productivas de los barrios populares. Estos espacios de intercambio pueden convertirse en el puntapié para la elaboración de estrategias colectivas para el acceso a mejoras estructurales en la zona o líneas de crédito y/o financiamiento destinados a la inversión en los proyectos productivos.

Por todo esto, creemos que existe una oportunidad en utilizar las redes de comerciantes vigentes como espacios de articulación para el acceso a políticas públicas de la Provincia de Buenos Aires que den respuesta integral a las problemáticas planteadas.

⁶ Extracto del Informe Técnico en el marco del proyecto, página 31.

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 brindarles 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 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.

2.3.2. 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.

- Descacharro/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 comercial. d. Herramientas para la construcción de una estrategia comercial integral. e. Lienzo de la propuesta de valor, mapa de empatía f. Mix de mercadotecnia, las 4P. g. Estrategia comercial en el ámbito digital, las 4C.
FORTALECIMIENT O COMERCIAL	Venta digital y Cuenta DNI Comercios	a. Espacios digitales de comercialización (whatsapp business, facebook, instagram) b. Estrategias de escritura y uso de

		palabras a la hora de comercializar un producto; armado de textos, selección de información. c. Construcción de un discurso/marca (mensajes predeterminados, plantillas) d. Introducción a canva y sus usos básicos. e. Armado de catálogo. f. Cuenta DNI Comercios
FORTALECIMIENT O TÉCNICO	Procesos y Procedimientos	a. Importancia de los procesos y procedimientos de trabajo. b. División interna del trabajo. Roles. Ejemplos c. Tipos de tareas y tipos de procesos. Ejemplos d. Mejoras de eficiencia en el proceso productivo. Disposición de planta y balanceo de línea. 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.
FORTALECIMIENT O TÉCNICO	Manipulación Segura de Alimentos	a. Nociones bromatológicas generales. b. Nociones microbiológicas generales. c. Enfermedades transmitidas por los alimentos ETAs. d. Manipulador de alimentos.

		e. Higiene y calidad alimentaria. f. Enfermedad celíaca. Tecnología aplicada a los alimentos.
FORTALECIMIENT O ADMINISTRATIVO	Administración y Gestión Económica	Eje 1: a. Administración interna: ¿Qué es? ¿Para qué sirve administrar la información de la organización? b. Soportes y herramientas para el registro de la información. Planilla de ingresos y egresos, planilla de stock, planilla de asistencias. c. Costos: nociones básicas. Eje 2: 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. Eje 3: 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	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.

4. Taller de Sensibilización en Salud y acompañamiento de situaciones de consumo

A partir del desarrollo del proyecto en Luján, se detectó la necesidad de avanzar en capacitaciones específicas para el acompañamiento de situaciones de consumo. Por este motivo, se elaboró esta planificación.

El curso tiene como objetivo difundir información sobre los consumos problemáticos de sustancias y desarrollar habilidades y estrategias para manejar el consumo problemático y promover la recuperación de las personas que se encuentran atravesando esta situación.

Temario:

- Definición y características del consumo problemático.
- Causas y factores de riesgo asociados al consumo problemático
- Impacto del consumo problemático en la salud física y mental, las relaciones interpersonales y la calidad de vida.

Modalidad: Presencial

Materiales: Proyector

Duración: 2 Hs

Planificación de la clase:

- Presentaciones e intercambios grupales
- Reflexión acerca de los consumos problemáticos, sus causas y su impacto.
- Integrantes de la agrupación “Vientos de Libertad” exponen sobre herramientas para el abordaje de estas situaciones y el recurso local de instituciones que trabajan la temática
- Compartimos experiencias

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.

ANEXO II: TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN GÉNERO

En un primer momento, se hizo 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. Para ello, se formaron grupos que trabajaban con temáticas relativas a temas de género.

Los grupos tenían diferentes temas vinculados a los barrios populares. Por ejemplo, “Género y espacio público”. Esta actividad se realizó mediante un juego de roles, en el que las participantes se colocaron 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
- Varon 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.

La moderadora se encargó de desarrollar nociones relacionadas al hábitat con perspectiva de género.

Otro eje estuvo atravesado por las “Tareas de Cuidado”. Aquí, las participantes se pusieron frente a un afiche en el cual debían 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.
- 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 introdujeron nociones relativas a tareas de cuidado, trabajo pago/no pago, economía popular, división sexual del trabajo y el uso del tiempo.

El último fue relativo a “Violencia por razones de género”. El grupo se dividió y se entregaron fichas que debían 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

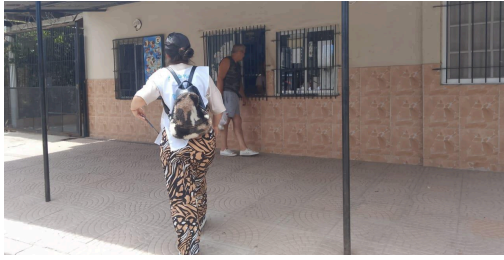
Una vez que las y los participantes ordenaron los papeles, se realizó una reflexión, fundamentalmente aquellas que se ordenaron de manera incorrecta, argumentando desde la definición de violencia por razones de género, señalando tipos y modalidades. El objetivo fue identificar la violencia de género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

ANEXO III: REGISTRO FOTOGRÁFICO

1. Registro fotográfico del relevamiento

- San Martín





- Luján





2. Registro fotográfico de la difusión

- **Flyers de difusión**

SAN MARTÍN | COSTA ESPERANZA

**INSCRIPCIONES ABIERTAS:
CURSOS DE PELUQUERÍA
Y PASTERÍA**

GRATUITOS Y CERTIFICADOS POR EL IPFL

Requisitos: Inscribirse en el CEC con DNI.
Dirigido a mayores de 18 años con
primario completo.

PELUQUERÍA 📅 Martes y jueves | 9 hs.

PASTERÍA 📅 Miércoles y sábado | 14 hs.

📍 Centro de Encuentro Comunitario (C.E.C.)
Córdoba y Bicentenario

San Martín | IPFL | OPISU | GOBIERNO DE BUENOS AIRES

SAN MARTÍN | LA CARCOVA

MANIPULACIÓN SEGURA DE ALIMENTOS

EN ESPACIOS COMUNITARIOS

CURSO GRATUITO Y CERTIFICADO

Dirigido a quienes trabajen en cocinas comunitarias, cooperativas
y/o emprendimientos en los que se elaboren alimentos.

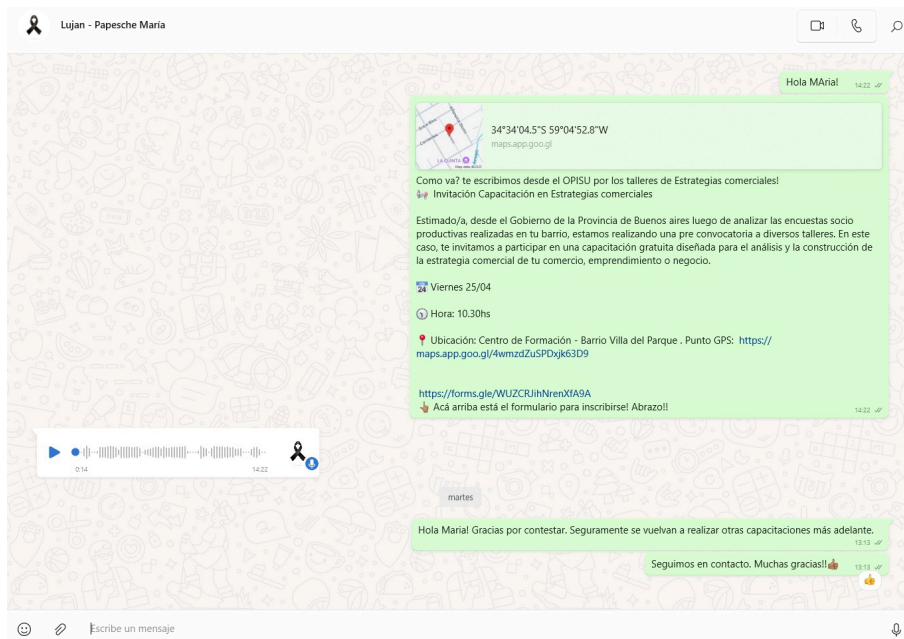
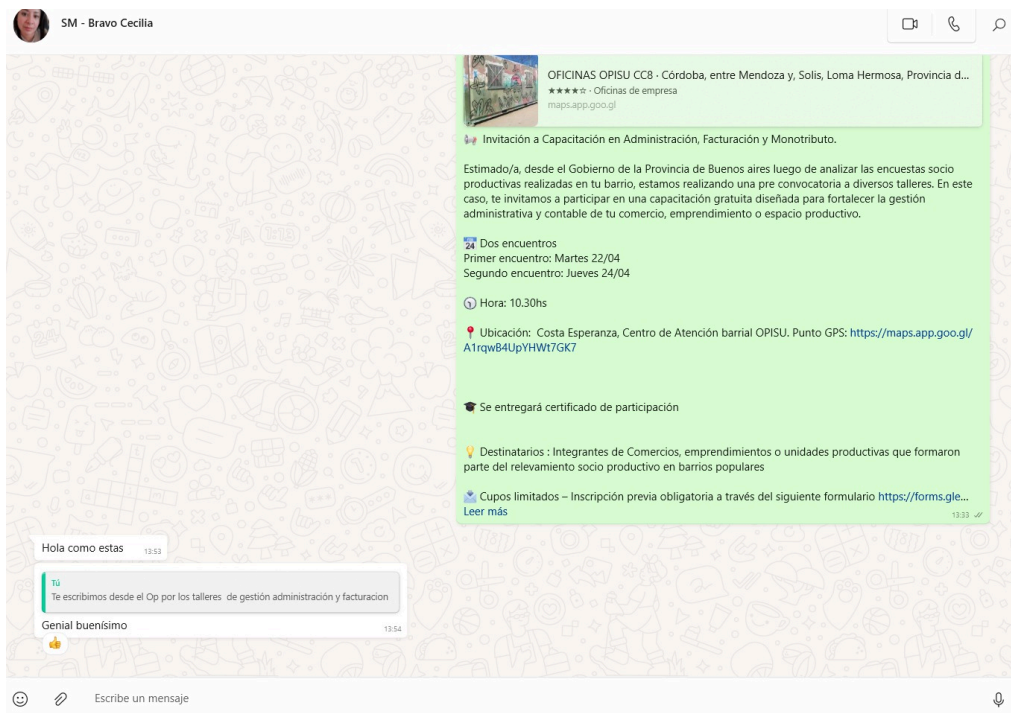
CUPOS LIMITADOS

📅 Lunes 31 de marzo y martes 1 de abril
🕒 9 a 12 hs.
📍 Biblioteca Popular La Carcova
Fray Luis Beltrán 2117, José León Suarez

PARA CONSULTAS:
✉ dpi.social@opisu.gba.gov.ar

San Martín | OPISU | GOBIERNO DE BUENOS AIRES

- **Mensajes de difusión vía whatsapp**



- **Formulario de inscripción a las capacitaciones del Proyecto**

¿A cuál de las siguientes capacitaciones te gustaría inscribirte?

Gestión Administrativa y Facturación *

Gestión Administrativa y Facturación

1er encuentro:

- Administración interna.
- Soportes y herramientas para el registro de la información.
- Planilla de ingresos y egresos, planilla de stock, planilla de asistencias.

2do encuentro:

- Monotributo: régimen simplificado y monotributo social.
- Ingresos Brutos para ambos regímenes.
- Facturación y tipos de comprobantes (factura, remito u orden de compra). Tipos de facturas.
- Validez fiscal y legal de las mismas.

☐ Sí

☐ NO

Venta digital *

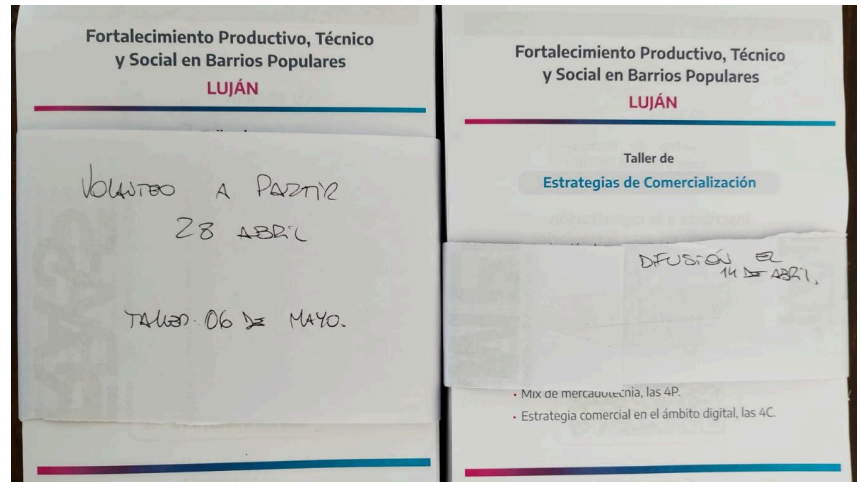
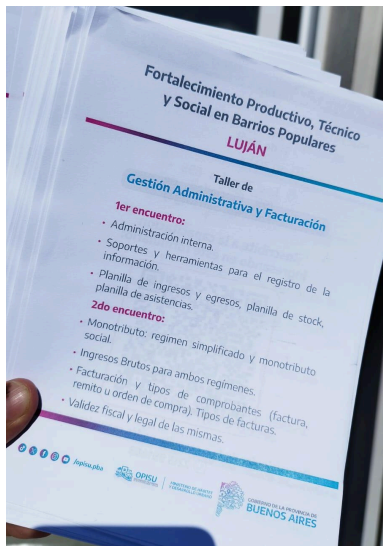
Venta Digital

- Espacios digitales de comercialización (whatsapp, 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 a Canva y sus usos básicos.
- Armado de catálogo.
- Cuenta DNI Comercios.

☐ Sí

☐ NO

- Difusión puerta a puerta con flyers impresos



3. Registro fotográfico de los talleres en San Martín y Luján

- Taller de Manipulación de Alimentos





- **Taller de Gestión Administrativa, Monotributo y Facturación**

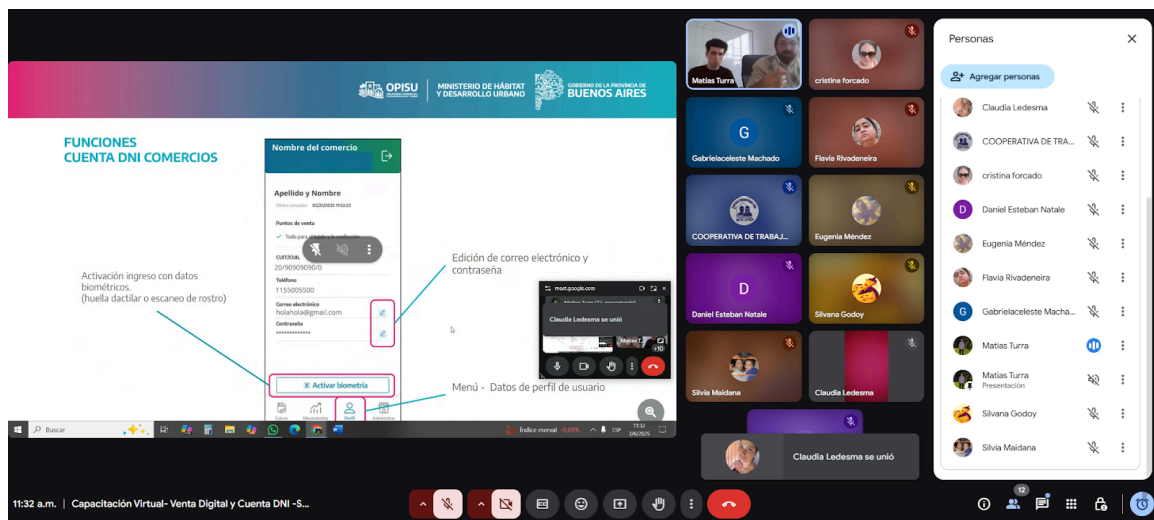


- **Taller de Estrategias Comerciales**





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



- **Taller de Seguridad e Higiene**



- **Sensibilizaciones de Género**

ANEXO IV: PLANILLAS DE INSCRIPCIÓN A LAS CAPACITACIONES

Fecha de inscripción	Nombre y Apellido	Municipio	Tipo de Unidad Productiva (Indicar según actividad principal)	Rubro	Gestión Administrativa y Facturación	Venta digital	Estrategias de Comercialización	Seguridad e higiene	Costos y precio de Venta
7/4/2025	Joana Diaz	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
7/4/2025	Angeles herrera	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
7/4/2025	Olga Ledezma	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	NO	SÍ
7/4/2025	Rufino maría de los Angeles	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Gastronomía	SÍ	NO	NO	NO	SÍ
7/4/2025	Alfonso vermudes	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y	Construcción	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ

			profesionales)						
7/4/2025	Alfonso Vermudes	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Construcción	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
7/4/2025	Olivera cecilia	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Gastronomía	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
7/4/2025	Dullak Julieta	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	NO	NO	NO
7/4/2025	Blanca castillo	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Kiosco	SÍ	NO	NO	NO	NO
7/4/2025	Yesica vermudes	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Coordinadora	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
7/4/2025	Benítez Miguelina	Luján	Producción (Elaboración)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

			ón propia y venta)						
7/4/2025	Alicia del Carmen romero	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
7/4/2025	Franco Vargas	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Cooperativa	SÍ	NO	NO	NO	NO
7/4/2025	Costa altieri damian	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Kiosco	SÍ	NO	NO	NO	NO
7/4/2025	Costa altieri damian	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Kiosco	SÍ	NO	NO	NO	NO
8/4/2025	Maria Eugenia Ramirez	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Peluquería canina y felina	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
8/4/2025	Justina Fleitas	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

			ambulante/ferias)						
11/4/2025	Cecilia Bravo	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Tapicería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
11/4/2025	Sonia Elizabeth Arrua Sandoval	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Carnicería/Pollería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/4/2025	Kiara almada	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Peluquería y/o manicura	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
21/4/2025	Machado Gabriela	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
21/4/2025	Flavia rivadeneira	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025	Adriana Elizabeth Palacios	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/4/2025	Mirelli Bermudez pezzutti	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025	Kiara almada	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Peluquería y/o manicura	NO	SÍ	NO	SÍ	SÍ
23/4/2025	Andrea Villalba	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Indumentaria y/o calzado	SÍ	NO	NO	NO	NO
23/4/2025	Andrea Villalba	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Indumentaria y/o calzado	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
23/4/2025	Sonia Ovelar	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Indumentaria y/o calzado	SÍ	NO	NO	NO	NO
23/4/2025	Sonia Ovelar	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Indumentaria y/o calzado	SÍ	NO	NO	NO	NO
23/4/2025	Cristina forcado	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/4/2025	Guadalup e Yazmin Ferreya	San Martín	Prestació n de Servicios (oficios, servicios personale s y profesion ales)	Construcc ión	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025	Thiago insusarri	Luján	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Panaderí a y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025	Ana belen Barrera	Luján	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Almacén	NO	NO	NO	SÍ	NO
23/4/2025	Clara esmilce Aguirre Báez	San Martín	Prestació n de Servicios (oficios, servicios personale s y profesion ales)	Indument aria y/o calzado	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/4/2025	Megan Michelle Novoa	San Martín	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Gastrono mía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/4/2025	Claudia Emilia Ledesma	San Martín	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
24/4/2025	Olivera cecilia	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulant e/ferias)	²	SÍ	NO	SÍ	NO	NO

24/4/2025	Castillo griselda	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
25/4/2025	Inocencia Portillo de Vázquez	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Kiosco	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/4/2025	Maria Aguilar	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5/5/2025	Belen vazquez	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
9/5/2025	Ferreya Guadalupe	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Cooperativa patricia Zaldarrea ga	NO	NO	SÍ	NO	NO
21/5/2025	Celeste Cepoli	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	NO	NO	NO	SÍ	NO
23/5/2025	Noemi Gonzalez	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO

23/5/2025	Melina Agu	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Vivero	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Paola Acosta	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Griselda Velazco	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Orellana Ramona	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Brisa Sapea	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Producción	SÍ	NO	NO	SÍ	NO
23/5/2025	Alejandra Mendoza	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO

23/5/2025	Andrea Puebla	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Carnicería/Pollería	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Johana, Elizabeth, López	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Lugar de eventos	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/5/2025	Kiara Almada	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Peluquería y/o manicura	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Soledad Gaitán	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Indumentaria y/o calzado	NO	NO	SÍ	SÍ	NO
23/5/2025	Silvana Patricia Godoy	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Gastronomía	NO	NO	SÍ	NO	SÍ
23/5/2025	Castillo Blanca	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta	Almacén	NO	NO	SÍ	SÍ	NO

			ambulante/ferias)						
24/5/2025	Ferreya Guadalupe	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Cooperativa patricia Zalardrea ga	NO	NO	SÍ	NO	NO
24/5/2025	Ferreya Guadalupe	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Cooperativa patricia Zalardrea ga	NO	NO	NO	SÍ	NO
24/5/2025	Jaqueline gonzalez	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
24/5/2025	Nidia Elizabeth tardugno merlo	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
26/5/2025	Cristina forcado	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
26/5/2025	Cristina forcado	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
26/5/2025	Flavia Vanina Rivadeneira	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

26/5/2025	ANALÍA VANESA RICHERI	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Velas, almohaditas terapéuticas, etc	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
26/5/2025	Castillo griselda	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Artículos de limpieza	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
29/5/2025	Celeste alvarez	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Gastronomía	SÍ	NO	SÍ	SÍ	SÍ
30/5/2025	Brenda Ponce	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Textil	NO	NO	NO	SÍ	NO
2/6/2025	Macarena albornoz	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
2/6/2025	Patricia de los angeles valdez	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

2/6/2025	Silvia Noemí Maidana	San Martín	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Yuerya y art. De dietética	NO	Sí	Sí	NO	Sí
2/6/2025	Flavia Rivadeneira	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
3/6/2025	Ana Schiuma	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Comunicación 360° y Páginas Web	Sí	Sí	Sí	NO	Sí
3/6/2025	eugenia mendez	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Textil	NO	Sí	NO	NO	Sí
3/6/2025	Claudia ledesma	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
9/6/2025	Flavia Rivadeneira	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
9/6/2025	Claudia Emilia Ledesma	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

9/6/2025	Ferreyra Guadalup e	San Martín	Prestació n de Servicios (oficios, servicios personale s y profesion ales)	Cooperati va patricia Zalदारrea ga	NO	NO	SÍ	NO	NO
10/6/2025	Thiago insusarri	Luján	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Panaderí a y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025	Silvina Delport	San Martín	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025	Porfirio Nazario Lopez Benavide s	San Martín	Producció n (Elaboraci ón propia y venta)	Humus	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13/6/2025	Ferreyra Guadalup e	San Martín	Prestació n de Servicios (oficios, servicios personale s y profesion ales)	Cooperati va patricia Zalदारrea ga	NO	NO	NO	NO	SÍ
16/6/2025	Susana Pacheco	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulant e/ferias)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

16/6/2025	González Gonzálo	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Reciclado	NO	Sí	Sí	Sí	NO
16/6/2025	Romina Barrientos	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	Sí	Sí	NO	NO	NO
16/6/2025	Maira Contarutti	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Peluquería y/o manicura	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
16/6/2025	Cristina dominguez	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Textil	Sí	Sí	Sí	NO	Sí
16/6/2025	Johana Luna	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
16/6/2025	Graciela Inés González	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Tapicería	NO	NO	Sí	NO	Sí
16/6/2025	Celeste martinez	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

			ambulante/ferias)						
16/6/2025	Simonelly Micaela	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
16/6/2025	Altamirano Stella	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
16/6/2025	Ines dominguez	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Amigurumis	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
16/6/2025	Noelia Elizabeth Mons	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Prepizzas y pisetos	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
16/6/2025	Georgina Ledesma	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Papelería artesanal	SÍ	SÍ	SÍ	NO	SÍ
17/6/2025	Claudia ledesma	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
17/6/2025	Clara esmilce Aguirre Báez	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Construcción	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

17/6/2025	Jimena Gisela Murawski	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Textil	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/6/2025	Brisa díaz	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Peluquería y/o manicura	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/6/2025	Dullak Julieta	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Venta de usados	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
20/6/2025	Celeste Orellano	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Maria Teicheira	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Nadia Trimarco	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Claudia Pozzi	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO

21/6/2025	Noelia Gonzalez	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Latorre Lorena	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Sergio Bos	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Vanina Martínez	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Adriana Barrientos	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Gallardo Hilda	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO

21/6/2025	Karina Medina	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Varela Ximena	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Martínez Lucrecia	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Carmen Sanchez	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Jana Almendra	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO
21/6/2025	Santander Liliana	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Venta de usados	SÍ	NO	SÍ	SÍ	NO

22/6/2025	Priscila Aldana Enrique	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Panadería y pastelería	SÍ	SÍ	NO	SÍ	NO
23/6/2025	Ferreira Guadalupe	San Martín	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Cooperativa patricia Zaldarriaga	SÍ	NO	NO	NO	NO
23/6/2025	Flavia Rivadeneira	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025	Barrientos romina	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Almacén	NO	NO	NO	SÍ	NO
23/6/2025	Petraglia romina	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Bazar	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
23/6/2025	Soledad Jaime	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Ropa interior	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ

23/6/2025	Joana stephanie diaz	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
24/6/2025	Claudia ledesma	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Almacén	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
24/6/2025	Soledad peña	Luján	Producción (Elaboración propia y venta)	Carnicería/Pollería	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
24/6/2025	Rosana Noemí Aguilar	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Congelados	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
25/6/2025	Claudia Goytea	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Indumentaria y/o calzado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
26/6/2025	María laura zanetti	Luján	Comercio (Se refiere a venta en local o venta ambulante/ferias)	Perfumería	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
26/6/2025	Gabriela Toconas	San Martín	Producción (Elaboración propia y venta)	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

2/7/2025	Lidia Milagros Acevedo	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Estética	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
2/7/2025	Olivera cecilia	Luján	Prestación de Servicios (oficios, servicios personales y profesionales)	Gastronomía	Sí	Sí	Sí	Sí	NO

ANEXO V: MAPAS

Con la información brindada en las encuestas se realizó un primer borrador con la aplicación Mymaps de Google donde se hizo la georreferenciación de las encuestas efectivas por un lado y por otro los lugares donde existió negativa a responder.

A posterior se realizó un chequeo general de los puntos por fuera de los polígonos de intervención con las direcciones brindadas y algunas fotos de las fachadas de los lugares donde se realizaron las encuestas donde se corrigieron algunos puntos de ubicación y, por otro lado, se dejaron relevados espacios socio comunitarios o instituciones que son parte importante de la dinámica barrial, sea un centro de salud, bomberos, club de barrio, etc.

Con la corrección final de los datos de locación de las unidades se realizó la diferenciación por capas de la tipología de unidad: unidades productivas, instituciones y espacios sociocomunitarios.

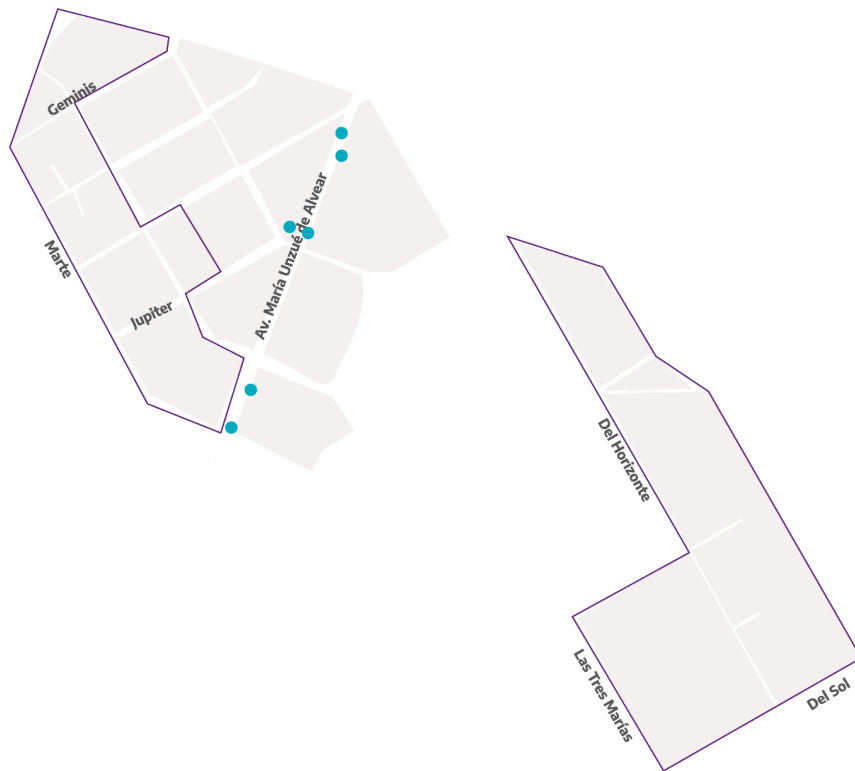
Finalmente, se realizó el armado de los datos del mapeo en formato del Sistema de Información Geográfica (GIS). Se adjunta un archivo geojson, imágenes de los mapas y el link de acceso a Mymaps:

<https://www.google.com/maps/d/u/3/edit?mid=1-hQoytpV5cSsNw1eMu9Dz01kFo3aOMg&usp=sharing>

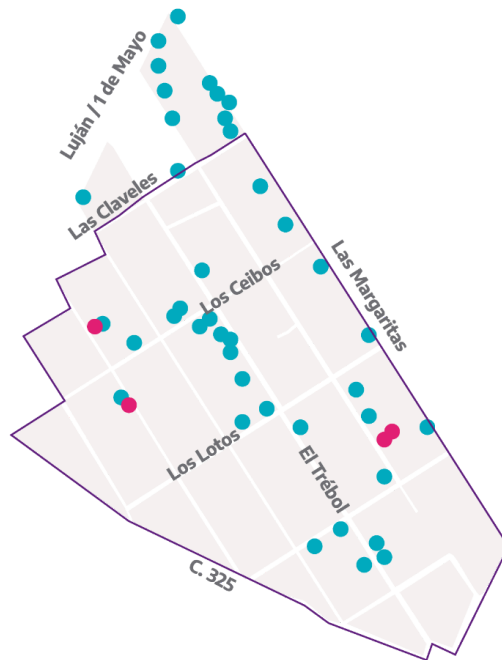
Referencias:

- Unidades Productivas
- Espacios Sociocomunitarios
- Instituciones

Barrio Lezica, Municipio de Luján



Barrio San Fermín, Municipio de Luján



Barrio San Jorge, Municipio de Luján



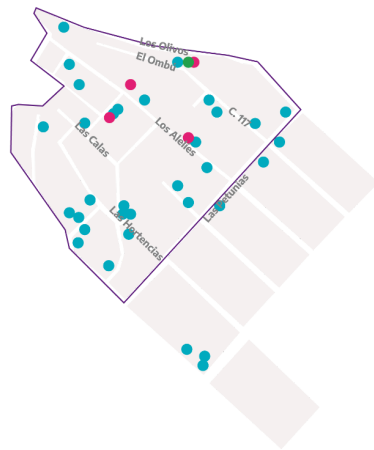
Barrio Villa del Parque, Municipio de Luján



Barrio Costa Esperanza, Municipio de San Martín



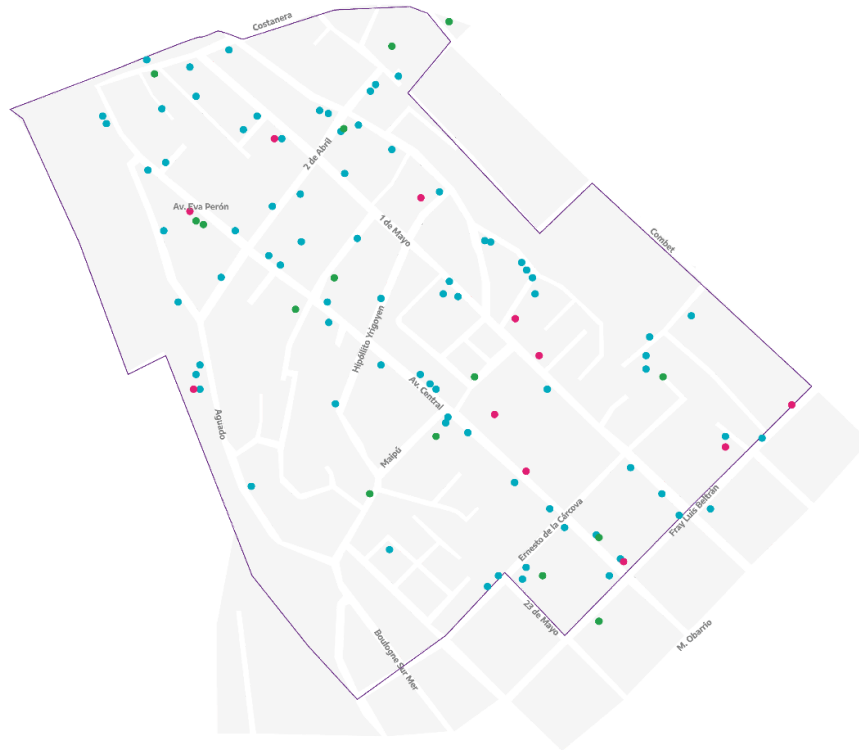
Barrio Costa del Lago, Municipio de San Martín



Barrio 8 de Mayo, Municipio de San Martín



Barrio La Cárcova, Municipio de San Martín





Consejo Federal de Inversiones
2025

Copia Digitalizada
Hoja Adicional de Firmas

Número:

Referencia: informe Final

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 79 pagina/s.