



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

**FCE**  
FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

Carrera: Lic. En Administración

**EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y EL ROL DEL  
MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL Y DERECHOS  
HUMANOS EN FUNCIÓN A LO ESTABLECIDO POR LA  
LEY N° 8.423**

Trabajo de Investigación

POR

**Anahí Badilla**

Profesor Tutor

**Graciela Salvo**

M e n d o z a - 2013

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>CAPÍTULO I - EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL .</b>	5
1. Conceptos Claves	5
1.1 Definición de Economía Social	5
1.2 Definición de Empresas de Economía Social	6
1.3 Definición de Comercio Justo	8
1.4 WFTO ( World Fair Trade Organization)	18
<b>CAPÍTULO II – ORGANISMOS DE APLICACIÓN A NIVEL NACIONAL Y PROVINCIAL</b>	22
1. Ministerio de Desarrollo Social	22
1.1 Programas Nacionales	24
2. Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos	27
2.1 Organigrama	28
2.2 Ley Provincial N° 8.423	29
3 Dirección de Economía Social y Asociatividad.	31
3.1 Áreas Principales	32
3.2 Programas Provinciales	35
<b>CAPÍTULO III- COMERCIO JUSTO EN MENDOZA</b>	41
1. Presentación del Programa de Comercio Justo en Mendoza	43
1.2 Capacitaciones	44
2. Comercio Justo y Mercado Libre	45
2.1 Alcance	45
2.2 Población Titulares de Derechos	46
3. La Ruta de los Artesanos	46
3.1 Empresas Participantes	49
4. Análisis de una Empresa Visitada	50
CONCLUSIÓN	53
BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXO A	57
ANEXO B	58

## INTRODUCCIÓN

En Mendoza, así también como en el país existen una extensa cantidad de pequeñas y medianas empresas que se han ido conformando bajo la modalidad de empresas de Economía Social. Estas empresas por lo general están dedicadas a la elaboración de productos artesanales, manufacturados y agrícolas que se organizan para poder lograr un desarrollo integral de sus productos y servicios, y de esta manera lograr una mejor posición competitiva frente a los productos y servicios industrializados.

Estas empresas de economía social están organizadas por el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos y dentro de éste son coordinadas por la Dirección de Economía Social y Asociatividad, que están encargados de promover este tipo de programas para la ayuda, asesoramiento y desarrollo de los sectores más vulnerables de la economía

Para contextualizar un poco el análisis señalaremos que el Estado provincial de Mendoza está conformado por nueve Ministerios: Ministerio de Trabajo Justicia y Gobierno, Ministerio de Infraestructura y Energía, Ministerio de Agroindustria y Tecnología, Ministerio de Hacienda y Finanzas, Ministerios de Seguridad, Ministerio de Salud, Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura y por último el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos que es donde vamos a basar nuestra investigación, convirtiéndose en uno de los pilares básicos de análisis.

Dentro Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos se encuentran tres Subsecretarías: Subsecretaría de Niñez Adolescencia y Familia, Subsecretaría de Derechos Humanos y Subsecretaría de Desarrollo Social y Comunidad, dentro de esta última se encuentra la Dirección de Economía Social y Asociatividad, que es la coordinadora de dichos programas de desarrollo.

Actualmente este tema ha tomado mayor importancia, por lo que ha llamado profundamente nuestra atención, razón por la cual analizaremos todos los programas brindados para las empresas de economía social, así también como los beneficios obtenidos por las mismas y el impacto que este tipo de programas ha tenido sobre ellas.

Según lo investigado, estas empresas que pasan desapercibidas son más de las que pensábamos, lo que genera movimientos en la economía de Mendoza, por lo que pretendemos analizar cuáles son los tipos de programas que se brindan para que estas empresas puedan beneficiarse, cuántas empresas están formadas bajo esta modalidad y cuál es su impacto en la actividad económica de Mendoza.

Para cumplir con este cometido en primer lugar se analizará cómo está organizado el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, la Dirección de Economía Social y Asociatividad y un análisis en profundidad de la Ley Provincial N° 8423, en donde tendremos un marco teórico para encausar nuestra investigación.

Una vez analizado la estructura, nos enfocaremos hacia todos los programas que se elaboran para organización, desarrollo y promoción de las empresas de Economía Social de Mendoza, para determinar el alcance y el impacto de dichos programas en Mendoza.

Así también analizaremos qué tipos de empresas son las que forman parte de este grupo de Empresas de Economía Social, y de esta manera ver cómo se desarrolla este pequeño universo de empresas que en su mayoría son empresas familiares que ofrecen productos artesanales de muy alta calidad y a un muy buen precio.

Para esto se consultará material del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, luego se entrevistará al personal encargado de la coordinación de dichos planes a fin de obtener información más precisa de cada uno de los planes y por último se entrevistará a alguna de las empresas analizadas para consultar su experiencia.

## CAPÍTULO I

### EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

#### 1) Conceptos claves

##### 1.1) Definición de Economía Social

En primer lugar vamos a definir Economía Social:<sup>1</sup>

La Economía Social que es llamada también Economía Solidaria, abarca distintos sectores que componen la economía y que actúan en conjunto como productores, consumidores, ahorristas, trabajadores, etc., que basan su actuar bajo determinadas premisas como la participación democrática en las decisiones, autonomía de gestión y la primacía del ser humano sobre el capital. Es decir que no solo el fin de la actividad económica es el lucro, sino también la solidaridad entre los distintos actores que componen este sistema.

También existe una definición similar al de la economía Social, muy utilizada en el ámbito de la economía social que es la **ESS**:

ESS: Economía Social y Solidaria se puede definir como un movimiento Socioeconómico basado en valores y principios orientados hacia la constitución de una economía centradas en las personas, su desarrollo integral y el fomento de las prácticas de cooperación y solidaridad en sus comunidades.<sup>2</sup>

Es un concepto muy similar al de la economía Social, solo que a un nivel más global, ya que además define la intencionalidad de la aplicación de este tipo de prácticas económicas, es decir, que la aplicación de los conceptos de economía social al momento de desarrollar un emprendimiento, no quiere decir que uno base su actividad solamente en la solidaridad o solamente en el individualismo competitivo, porque ese no es el fin de este movimiento económico, sino que sería como un desarrollo individual en conjunto, es decir que no sólo debemos velar por nuestro crecimiento individual sino que debemos hacerlo en conjunto, y de esa forma la sociedad en su conjunto se ve beneficiada.

---

<sup>1</sup> <http://www.econlink.com.ar/economia-social>

<sup>2</sup> <http://www.eness.org.ar>

De esta forma la mayoría de las decisiones importantes se toman en conjunto, siempre atendiendo las necesidades particulares de cada uno de los participantes. Generalmente se realizan reuniones periódicas para acordar ciertos puntos importantes y respuesta a las inquietudes que se van presentando.

La ESS crea un ambiente de trabajo en el que se enfatiza el trabajo “autogestivo” de los emprendedores, es decir que cada uno desarrolle lo que mejor sabe hacer, partiendo de su propio potencial, de manera tal que cada uno de esos productos sea desarrollado con el sello inconfundible de cada productor, lo que a su vez es lo que marca la gran diferencia con los productos industrializados: También ponen especial énfasis en que el intercambio sea de carácter asociativo y justo.

## **1.2) Definición de empresas de economía social**

El concepto de Economía Social supone el desarrollo de actividades de trabajo en un espacio público en el que la retribución de los agentes no es necesariamente de carácter monetario”. Es decir, existen objetivos económicos pero éstos no son los prioritarios.<sup>3</sup>

Otra forma de definirla, podría ser como formas de producción y circulación que se orientan a la satisfacción de necesidades, más que a la obtención de ganancia”.<sup>4</sup>

Es decir que las empresas de economía social son organizaciones empresariales democráticas, fundamentadas en la valoración de la persona y en entorno (local) por encima del capital, en las que los beneficios de la actividad son repartidos entre todos sus integrantes. El principal logro de estas empresas es la generación de cohesión social allí donde se instalan:<sup>5</sup>

- Estas son generadoras de empleo y estabilidad (son competitivas).
- Resuelven crisis sectoriales o territoriales gracias a su carácter colectivo y a la no deslocalización de la producción. Es decir, quedan ancladas al territorio en que se crearon permitiendo que esta resurja, crezca y se mantenga en el tiempo. Esta actitud es una fuente de riqueza que evita, en muchos casos, la despoblación de los territorios. Es decir que se arman y se desarrollan en el mismo lugar en el que surgieron, permitiendo de esta manera que se potencie la economía local, dando origen a nuevas fuentes de trabajo mancomunado y no la migración de las empresas a otros lugares.

---

<sup>3</sup> <http://www.taringa.net/posts/info/1228799/Economia-Social.html> - [Septiembre 2013 ]

<sup>4</sup> <http://www.taringa.net/posts/info/1228799/Economia-Social.html> José Luis Coraggio (ex rector de la Universidad de General Sarmiento y actual director de la maestría de Economía Social en la misma universidad- [Septiembre 2013 ]

<sup>5</sup> <http://redautonomos.es/emprendedores/economia-social> -[ Septiembre 2013 ]

- Son emprendedoras y participativas, por lo que potencian esas mismas cualidades en sus integrantes. Las empresas de economía social son también conocidas como “escuelas de democracia económica”.
- Son socialmente solidarias. Integran en sus organizaciones a personas discapacitadas o en riesgo de exclusión social.

Este concepto tiene diversas variantes, de acuerdo al contexto político y social en el que este inmerso, pero la mayoría de esos conceptos coinciden en que la economía social tiene ciertos valores:<sup>6</sup>

- Primacía de las personas y del objeto social sobre el capital.
- Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática.
- Conjunción de los intereses miembros usuarios y del interés general.
- Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad de sus miembros.
- Autonomía de gestión e independencia de los poderes públicos.
- Aplicación de la mayor parte de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del interés general, de los servicios de los miembros y del desarrollo sostenible.

Es decir que se fundamenta en principios de solidaridad y cooperación para lograr un crecimiento de la sociedad en su conjunto, logrando un encadenamiento entre las distintas partes y de esta forma beneficiarse con la sinergia de esa conjunción. Por esto la economía social y solidaria es una economía comprometida con la cooperación entre las personas, el desarrollo local, el comercio justo y el consumo responsable.

Estas empresas de economía social se encuentran distribuidos en distintos puntos aislados de los puntos económicos fuertes, muchas veces se ven perjudicados por eso. Esto genera un sinnúmero de situaciones problemáticas, que pueden desgastar el espíritu del emprendedor, haciendo que su negocio no sea competitivo, o no sea lo suficientemente atractivo o accesible para que el consumidor lo prefiera, lo que lleva a que el emprendimiento fracase. Al formar parte de esta misma “población” de pequeños productores asociados, formando empresas de economía social, pueden hacer frente a diversas demandas de la sociedad de manera oportuna y eficiente, compartiendo recursos, técnicas, gastos, etc., y de esta manera aplicar estrategias de desarrollo sustentable y sostenible de sus negocios.

Otro de los valores fundamentales es la cooperación de las familias en este tipo de emprendimientos, es decir que se arman empresas familiares en la que cada uno de los miembros lleva

---

<sup>6</sup> <http://www.cepes-extremadura.org> – [Septiembre 2013 ]

a cabo un papel fundamental en la empresa, de esta forma los emprendimientos que recién se están armando cuentan con “personal” comprometido, ya que como son miembros de la familia generalmente están más comprometidos con el emprendimiento y además quizás en un principio los costos para mantener el personal no son tan elevados como si fuera un tercero.

Se intenta que el trabajo sea organizado en forma de red, de manera de que la expansión sea en forma exponencial, además se trata de que los mismos productos que se producen en estas redes sirvan como insumo para la realización de otros productos, y de esta forma aprovechar al máximo esta ventaja competitiva que se genera al trabajar todos juntos en forma mancomunada.



### 1.3) Definición de comercio justo

Comercio justo es una forma mundial de comercio promovido por varias organizaciones con el doble objetivo de mejorar el acceso hacia los mercados los productores que se encuentran más desfavorecidos, cambiando las reglas que el comercio genera, promoviendo de esta manera la relación voluntaria y justa entre productores y consumidores.

Uno de los principales beneficios de este tipo de comercialización es que los productores no sólo se limitan a la elaboración de productos o servicios, sino que tienen una participación activa en la comercialización, distribución, importación o venta directa al público.

Recientemente, las principales organizaciones de comercio justo a escala internacional han consensuado la siguiente definición:<sup>7</sup>

*“El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y*

---

<sup>7</sup> [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo) - [Septiembre 2013 ]

*trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional”*

En el comercio justo se establecen relaciones comerciales basadas en el trato directo y respeto mutuo, en el cual no sólo se toman en cuenta criterios económicos, sino también se consideran factores sociales y ambientales.

Es decir que las comunidades más pobres se organizan para conseguir una vida digna, formando cooperativas de trabajo, grupos de mujeres, artesanos, asociaciones con carácter social. Siendo estos productores el primer eslabón de la cadena.

Generalmente estos productores se dedican a la realización de productos alimenticios, textiles y artículos de artesanías (café, cacao, chocolate, azúcar, ropa, artículos del hogar, cerámica, marroquinería, juguetes, etc.).

Este movimiento se da a lo largo y a lo ancho de todo el mundo y su surgimiento data ya de varios años atrás. En Europa ya hay 3.000 tiendas de comercio justo, la primera abrió sus puertas en Holanda en 1969. En nuestro país las primeras tiendas surgieron en 1986 y en los últimos años su número ha aumentado considerablemente.

### **1.3.1) El nacimiento del comercio justo<sup>8</sup>**

El movimiento del comercio justo comenzó entre los años **40-50** en Estados Unidos. Allí se desarrollaron las primeras iniciativas: la organización **Ten Thousand Villages** (antes, Self Help Crafts) empezó comprando bordados de Puerto Rico, y otra entidad, **SERRV**, vendía artículos de artesanía realizados por comunidades del Sur. Muchos de estos artesanos estaban luchando contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de “Comercio Justo” se abrió en 1958.

Casi simultáneamente, en Europa, la **ONG Oxfam en Reino Unido** empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus propios locales. Años más tarde, en 1964 creó la primera Organización de Comercio Justo.

---

<sup>8</sup> <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/> [Septiembre de 2013]

En este mismo año en la ‘**Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo**’ (UNCTAD) los países del Sur, bajo el lema ‘Comercio, no ayuda’, solicitaron la aprobación de unas reglas comerciales más justas. En este contexto, organizaciones y particulares promovieron la creación de tiendas “UNCTAD”, que vendían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando los aranceles de entrada.

En **1967** se crea la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda (**Fair Trade Organisatie**). Dos años más tarde, abre la primera tienda europea, denominada “tienda del tercer mundo”. A partir de ahí comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países: Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En las décadas de los **60 y 70** comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia, 1973 es un año clave en la historia del Comercio Justo ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación. Se trataba de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala bajo el nombre “Indio Solidarity Coffee”. Esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo.

En los años **70 y 80**, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y artesanías.

En **1987**, 11 importadoras europeas constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea IFAT (hoy **WFTO**, Organización Mundial de Comercio Justo) que actualmente agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo.



En **1984** se celebró la primera reunión de tiendas, un hecho que sentó las bases de lo que sería la red News de Tiendas del Mundo en Europa, establecida formalmente en 1994. Actualmente integra a unos 3000 establecimientos en casi 20 países. En 1996, la red celebró el Día de las Tiendas del Mundo Europeas, iniciativa que fue acogida por IFAT (actualmente WFTO), y que supuso el primer paso para el establecimiento del Día Mundial del Comercio Justo. Esta celebración comenzó el 4 de mayo de 2002, y en la actualidad tiene lugar el segundo sábado de mayo.

En **1997** se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO). Cinco años más tarde lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (Internacional Fairtrade Certification Mark).

En 2004 la Asociación Internacional de Comercio Justo (WFTO) desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año siguiente comienza a funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo.

Hoy el Comercio Justo es, además de un sistema comercial solidario y alternativo, un movimiento global. Se calcula que existen más de 3000 organizaciones de productores en más de 50 países del Sur. Sus productos pueden ser adquiridos en miles de tiendas especializadas y otros establecimientos convencionales. Asimismo el sector está involucrado en foros y espacios de debate internacionales.

### **1.3.2) Criterios**

La Organización mundial de Comercio Justo toma en cuenta ciertos criterios que deben cumplir las organizaciones que deseen operar bajo la modalidad de Comercio Justo:<sup>9</sup>

#### **a) Referente a Comercio Justo**

- **Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas**

Uno de los objetivos primordiales que el comercio justo quiere lograr es reducir la pobreza, apoyando a los sectores pequeños que son los que se encuentran más marginados en cuanto a las oportunidades económicas, ya sean empresas familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. El propósito de este punto es que estos sectores mencionados es que logren pasar de situaciones de pobreza o de inseguridad económica a una situación de autosuficiencia económica. La organización cuenta con un plan de acción para llevarlo a cabo.

- **Transparencia y responsabilidad**

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Esta organización es responsable por todos los grupos de interés que la conforman, es por eso que se trabaja con absoluta responsabilidad, confiabilidad y confidencialidad de los datos con los que se trabajan, es decir con la información comercial que estos sectores brindan para ser asesorados. La organización también tiene los medios adecuados para hacer participar a los empleados, miembros y productores en el proceso de toma de decisiones y en la gestión operativa. Así también asegura que la información

---

<sup>9</sup> [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo) - [Septiembre 2013]

pertinente llegue a todos sus socios comerciales. Todos los niveles jerárquicos que forman parte de esta organización están vinculados por un correcto canal de comunicación.

- **Prácticas comerciales justas**

La organización comercializa teniendo en cuenta los principios fundamentales del cuidado del bienestar social, económico y ambiental, de los pequeños productores asociados que forman parte de esta organización y no de maximizar sus ganancias a costa del trabajo de los mismos. Es por eso que pone especial énfasis en el cumplimiento puntual y responsable de los compromisos asumidos. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos en tiempo y forma, ya que ellos mismos elaboran los productos por eso ponen especial atención a cada detalle, lo que muchas veces no se toma en cuenta en la producción industrializada de productos.

Generalmente la mayoría de los consumidores de productos de Comercio Justo, reconocen que los productores y proveedores enfrentan serias desventajas financieras en relación a los productos industrializados. En algunos casos para la realización de un pedido se solicita un adelanto del 50% que es recibido por los proveedores, asegurando que este pago será transferido a los productores o agricultores que son los que efectivamente realizan los productos de comercio justo.

Los consumidores consultan con los proveedores antes de rechazar o cancelar algún producto. Los proveedores y productores consultan con los compradores si es que existe algún problema de entrega y se aseguran de retribuirle por el daño generado, otorgándoles una compensación cuando la cantidad o calidad recibida por el comprador no coincide con la acordada, es decir que siempre existe una buena retroalimentación entre los compradores, proveedores y productores.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, confianza y respeto mutuo que contribuyen a la promoción y crecimiento del Comercio Justo. Esta organización trata de mantener una comunicación efectiva con los socios comerciales. Las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y de esta manera generar una sinergia aumentado el valor agregado que cada parte ofrece, además de incrementar la diversidad de oferta como un medio más de crecimiento del comercio justo en su conjunto con el fin de aumentar en ingreso para todas las parte involucradas. La organización trabaja en conjunto con otras organizaciones de comercio justo en la provincia y el país y de esta forma evita la competencia desleal. Se evita duplicar los diseños de los patrones de diseño de otras organizaciones sin permiso.

El comercio justo reconoce promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

- **Pago de un precio justo**

Este es el gran interrogante que todo el mundo se plantea, ¿Cuánto es lo justo que debemos pagar por un producto? El precio justo que se toma en cuenta es así justamente porque se ha establecido de mutuo acuerdo por todos los integrantes del sistema a través del diálogo y la participación, este precio proporciona a su vez, un pago a los productores y también puede ser sostenido en el mercado. Pago justo implica la provisión de una remuneración socialmente aceptable considerado por los propios productores como justos la provisión de una remuneración socialmente aceptable y además que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres. Las organizaciones de comercio y de importación de Comercio Justo apoyan el desarrollo de las capacidades según sea necesario a los productores, que les permita establecer un precio justo.

- **Asegurar la ausencia de trabajo infantil y forzoso**

La organización se adhiere a lo establecido por el Convenio de las Naciones Unidas acerca de los derechos del niño además de la ley nacional y provincial sobre el empleo del niño. Esta organización se encarga de establecer y controlar que no haya trabajo forzoso en todos los sectores que forman parte de esta organización, ya sea en sus miembros o en el trabajo a domicilio.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores, ya sea directamente o a través de intermediarios aseguran la ausencia de trabajo infantil o esclavo, cumpliendo con lo establecido por la Convención de las Naciones Unidas. Cualquier participación de niños en la producción de artículos de comercio justo es comunicada y monitoreada por dicha organización, generalmente dicha participación se realiza en forma de aprendizaje de algún arte tradicional o artesanal, que se transmita de generación en generación, y siempre se controla que esto no afecte el bienestar, la seguridad la educación y preservando sobre todo el derecho a jugar de los niños.

- **Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)**

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de la raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, unión de membresía (afiliación sindical), afiliación política. HIV/Sida, estatus o edad. La organización proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización. La organización toma en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y madres en periodo de

lactancia. Las mujeres participan plenamente en las decisiones concernientes al uso de los beneficios resultantes del proceso de producción.

La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar asociaciones y afiliarse a sindicatos de su elección y a negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos y la negociación colectiva está restringido por la ley y/o el medio ambiente político, la organización permitirá medios de asociación independiente y libre y la negociación para los empleados. La organización asegura que los representantes de los empleados no son objeto de discriminación en el lugar de trabajo. Las organizaciones que trabajan directamente con los productores aseguran que las mujeres siempre sean retribuidas por su contribución al proceso de producción, y cuando las mujeres hacen el mismo trabajo que los hombres se les paga con la misma tarifa que a los hombres. Las organizaciones también buscan garantizar que, en situaciones de producción donde se valora menos el trabajo femenino que el trabajo de los hombres, el trabajo de las mujeres sean revaloradas para igualar las tarifas de remuneración y a las mujeres se les permita llevar a cabo trabajos de acuerdo a sus capacidades.

- **Asegurar buenas condiciones de trabajo**

La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. La organización cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y convenios de la OIT<sup>10</sup> sobre salud y seguridad.

Las horas de trabajo y las condiciones para los empleados y/o de los miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumple con las condiciones establecidas por las legislaciones nacionales y locales y los convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo son conscientes de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores de quienes ellos compran. Ellos buscan, de manera permanente, crear conciencia sobre temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de productores.

- **Facilitar el desarrollo de capacidades**

La organización tiene por objeto aumentar los efectos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

---

<sup>10</sup> OIT es la Organización Internacional del Trabajo, la cual promueve el empleo y Protege a las personas.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados locales, regionales o internacionales de Comercio Justo y los mercados principales, como sea adecuado.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur asisten a estas organizaciones para desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes trabajan.

- **Promoción del Comercio Justo**

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y las actividades de Comercio justo de acuerdo con el ámbito de alcance de la organización. La organización ofrece a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o socios que elaboran o cosechan los productos. Se utilizan siempre técnicas honestas de publicidad y de comercialización.

- **Respeto por el medio ambiente**

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de fuentes gestionadas en forma sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y en lo posible las tecnologías de uso de energías renovables que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Ellos tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente.

Los productores de productos agrícolas de Comercio Justo minimizan sus impactos ambientales, mediante el uso de plaguicidas orgánicos o de bajo uso de pesticidas en los métodos de producción siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas que se originan a partir de fuentes gestionadas sosteniblemente, y tienen el menor impacto global sobre el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y los productos son enviados por mar, siempre que sea posible.

### **b) Referente a lo procesos productivos**

Esta organización basa su proceso productivo en dos puntos clave, por un lado cada productor debe realizar el proceso productivo con el mayor grado de conciencia de manera de generar el máximo valor a cada uno de sus productos, punto que generalmente se cumple de sobre manera debido a que cada productor es altamente visible en el proceso de comercialización, por lo que debe responder él mismo ante alguna falla del mismo, por lo que cuidan considerablemente que existe la menor cantidad de fallas posibles. Además lo realizan por una cuestión de honor, porque consideran que su producto el mejor del mercado y ponen todo el empeño para que lo sea.

El otro punto clave es el de utilizar todos los recursos de la zona que sean posibles de manera que estimule el comercio regional incentivando el consumo de ciertos materiales autóctonos, además tratan de que cada productor sea proveedor de otro productor de manera de que se incentive el mercado local, generando una red de comercio entre los mismos integrantes de la cadena de productores. En cuanto a la producción agrícola, se pretende educar a cada productor, mostrándole los riesgos de la utilización de agroquímicos, tanto para el consumo humano, así como el deterioro de la tierra donde cultivan, por eso se estimula a una agricultura ecológica.

### **c) Referente a los productores**

- El productor debe ser capaz de ofrecer productos de alta calidad, y de tener una continua planificación de manera de saber con cuando stock de productos pueden contar y ofrecer, para no fallar a los pedidos solicitados, o si no se cuenta con un stock determinado, debe poder establecer un plazo de entrega, las cantidades a ofrecer, y de notificar ante cualquier variación en cuanto a los plazos establecidos, el cambio de insumos utilizados que pueda interferir con la utilización o calidad del producto ofrecido o la utilidad del mismo, exponiendo los motivos y las novedades con la mayor brevedad posible.
- Él debe garantizar que los productos ofrecidos cumplan con la calidad establecida, según las normas de calidad vigente, cumpliendo tanto con lo establecido por las reglamentaciones de calidad como con las especificaciones acordadas con los clientes que hayan sido establecidas en el momento del pedido.
- Una vez que el pedido se haya hecho efectivo, ya sea con una señal o no por parte del cliente, el productor debe garantizar que no se le modificará el precio acordado, hasta la fecha establecida de entrega de los productos. Cualquier cambio de precios por causas ajenas a la competencia del productor se debe realizar con el conocimiento y consentimiento del cliente. El productor y el comprador serán responsables y velarán por la viabilidad económica del acuerdo.

- El productor debe estar dispuesto a demostrar la transparencia del proceso productivo, tanto como los insumos utilizados en los productos como en los procesos productivos utilizados para la elaboración, de manera tal de que los clientes tengan confianza en el producto comprado además de ser un generador de valor si los procesos e insumos sean de alta calidad lo cual alza el valor percibido por los consumidores.

- Con respecto a los anteriores criterios, el comprador deberá ser flexible y acompañar a los grupos de productores en esta tareas mediante asesoramiento técnica necesaria para hacer una buena planificación de todos los procesos que conlleve este tipo de comercio.

#### **d) Referente al Contexto**

Si nos ubicamos en el contexto económico, no son sólo los productores y consumidores los que hacen posible que funcione este tipo de comercio, sino todos los que colaboran con la producción, distribución y comercialización de los productos en distintos mercados.

- Productores: estos son los que tienen directa relación con la cultura, naturaleza y ambiente social de cada uno de los productos. Lo que trata de garantizar el comercio justo es que cada uno de los productores tenga un trabajo digno y sea reconocido por el trabajo, esfuerzo y empeño que cada uno aporta al producto que elabora, que al insertarse en este medio lo reciben a través de asistencia técnica, recursos, asesoría empresarial y acceso al mercado internacional o a otros mercados que de manera aislada hubiese sido prácticamente imposible acceder a ellos.

- Importadoras: Compran los productos a los pequeños productores, pagando el precio que establecen entre ambos, lo que permite un potencial desarrollo, generando nuevas oportunidades de educación, desarrollo económico y social, de manera de vivir y trabajar en condiciones dignas. Las organizaciones importadoras pueden apoyar a los productores financiando por adelantado la producción, asesorándoles en la mejor manera de realizar productos, o asesoramiento técnico o de gestión, que muchas veces los pequeños productores no tienen la suficiente experiencia sobre estos temas: También participan en campañas de sensibilización dirigidas a reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales, a su vez estas importadoras se ven beneficiadas en cuanto a que estas se aseguran de que el producto que compran tiene un buen proceso productivo, tiene los insumos adecuados, y está hecho a conciencia de manera tal de no tener reclamos posteriores de futuros clientes, además de poder contar con ventajas de precios, debido a que

generalmente se eliminan algunos intermediarios y la compra se realiza de forma directa al productor.

- **Tienda:** Son las que hacen llegar el producto de comercio justo hasta los compradores. Estas se encargan de la divulgación y sensibilización sobre los principios de comercio justo, con especial atención de los beneficios de este comercio para los productores.
- **Clientes:** Los clientes deben ejercer su derecho a elegir y al hacerlo de manera responsable ayudan y apoyan a pequeños productores, proporcionándoles de esta forma mejores condiciones de vida y posibilidad de crecer en un contexto económico en el que muchas veces es muy difícil de entrar, además de darle mayor impulso a la producción local, mejorando el contexto en general. Así también, los mismos se ven beneficiados al comprar un producto en el que se presta más atención a los procesos e insumos que a veces se ocupan en el mercado convencional y sobre todo pagando un “precio justo” para ambas partes y se elaboran bajo condiciones de especial cuidado del medio ambiente.
- **Organizaciones internacionales y del tercer sector:** Su objetivo es garantizar el cumplimiento de criterios de comercio justo y promover el desarrollo, realizando auditorías a los actores del ciclo comercial.

### **1.3.3) Productos que comercializa**

Productos de alta calidad comprados directamente a los productores, eliminando en lo posible el número de intermediarios y por lo que se pagan el precio justo.

- **Alimentación:** Desde café, té, azúcar, chocolate, arroz y cereales hasta mermeladas tropicales, mieles, especias, frutos secos, bebidas...
- **Artesanías y muebles:** bisutería, complementos juguetes, artículos del hogar  
cosmética...
- **Textil:** moda, ropa de hogar.
- **Papelería:** tarjetas, cuadernos, carpetas, bolígrafos, lápices, etc.

### **1.4) WFTO ( World Fair Trade Organization)**



La WFTO es la **Organización Mundial de Comercio Justo**, esta es la red mundial que coordina organizaciones de Comercio Justo. Actualmente, la red regional está formada por 63 miembros provenientes de 13 países de América Latina. Su objetivo institucional es el de fortalecer las capacidades de incidencia, comercialización y monitoreo de los miembros de WFTO-LA y promover relaciones de cooperación entre los mismos y con otros actores sociales, de modo a contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de pequeños productores de América Latina, atendiendo a los principios del Comercio Justo.

Es decir que la **WFTO** busca mejorar las condiciones de vida y el bienestar de productores que se encuentran en desventaja al relacionar y promover organizaciones de Comercio Justo y velar activamente por una mayor justicia en el comercio internacional.

**WFTO** tiene miembros en más de 70 países, beneficiando a cerca de **1 millón de personas**, ya sea directa o indirectamente, quienes creen que el comercio puede mejorar las vidas de los miembros marginados de nuestra sociedad sin dañar el planeta – en otras palabras, ellos creen en el Comercio Justo. Aproximadamente el 65% de sus miembros se encuentra en el sur (Asia, África y Latinoamérica) y el resto proviene de Europa, Norte América y el Pacífico.

Sus miembros **representan a toda la cadena de valor del Comercio Justo**, desde la producción hasta la venta, y tienen una naturaleza variada. Estos generalmente son cooperativas y asociaciones de productores, compañías de mercado y exportación, importadores, comerciantes mayoristas y Minoristas, redes nacionales y regionales de Comercio Justo e instituciones financieras, dedicadas a promover los principios del Comercio Justo.

El objetivo de **WFTO** es el de **mejorar las condiciones de vida y el bienestar de productores en desventaja** al relacionar y promover organizaciones de Comercio Justo y el de velar activamente por una mayor justicia en el comercio internacional.

Para lograr estos objetivos la organización se centra en torno a estas tres áreas principales de trabajo:

- Desarrollo de Mercado (Desarrollo del mercado para el Comercio Justo)
- Monitoreo del Comercio Justo (Aumentar la confianza en el Comercio Justo)
- Incidencia (Tomar la voz del Comercio Justo)

#### **1.4.1) Incidencia**

WFTO es un portavoz controlando que las injusticias que se generan en el sistema internacional de comercio sean sancionadas y promoviendo una visión de cambio radical pero práctico. Para promover esta visión a nivel político, WFTO ha unido sus esfuerzos a los de FLO, EFTA y NEWS (Asociación Europea del comercio Justo, Fairtrade internacional) y han establecido una oficina de promoción del Comercio Justo en Bruselas. Con ello buscan influenciar a los políticos

Europeos y de todo el mundo, así como crear conciencia sobre los potenciales beneficios del Comercio Justo entre los actores que toman decisiones a nivel político.

WFTO también promueve el Comercio Justo a través del DÍA MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO, una celebración internacional con eventos organizados en todas partes del mundo. Alrededor del segundo sábado de mayo las organizaciones miembros de WFTO que se encuentran en 70 países, así como otras entidades interesadas en el Comercio Justo, organizan eventos: charlas, conciertos, fashion shows y mucho más, para promover el Comercio Justo y la justicia en el comercio. Productos de Comercio Justo como el café, té, vestuario, joyería y artesanías, producidos por comunidades organizadas bajo este sistema en todas partes del mundo, son expuestos para la venta. Las actividades continúan a lo largo de todo el mes de Mayo.

WFTO tiene conocimiento de primera mano que muestra las condiciones bajo las cuales el comercio puede ser una fuerza poderosa para el desarrollo económico y social sostenible.

#### **1.4.2) Proyección del Comercio Justo para los próximos años**

Con esta iniciativa se busca que los **Principios del Comercio Justo** sean incluidos en el nuevo marco de desarrollo global que se debatirá en Naciones Unidas, en la reunión de alto nivel de septiembre de 2013. En dicho encuentro, los líderes mundiales revisarán el cumplimiento de los **Objetivos del Milenio** y los avances en la lucha contra la pobreza. Para lograr su propósito, las organizaciones de Comercio Justo recabarán apoyos de alcaldes y otros representantes políticos municipales y de entidades sociales.

La campaña, que se inició el pasado noviembre en **Polonia**, se alargará hasta septiembre de 2013. Durante estos meses, las organizaciones de Comercio Justo invitarán a las autoridades municipales y a entidades sociales a firmar la declaración "**Comercio Justo más allá de 2015**". En dicho documento (**ANEXO A**) se pide que se valore la necesidad de cambiar las normas y prácticas del comercio internacional con el fin de disminuir las desigualdades y combatir la pobreza. Además, se solicita que el nuevo marco de actuación tenga en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

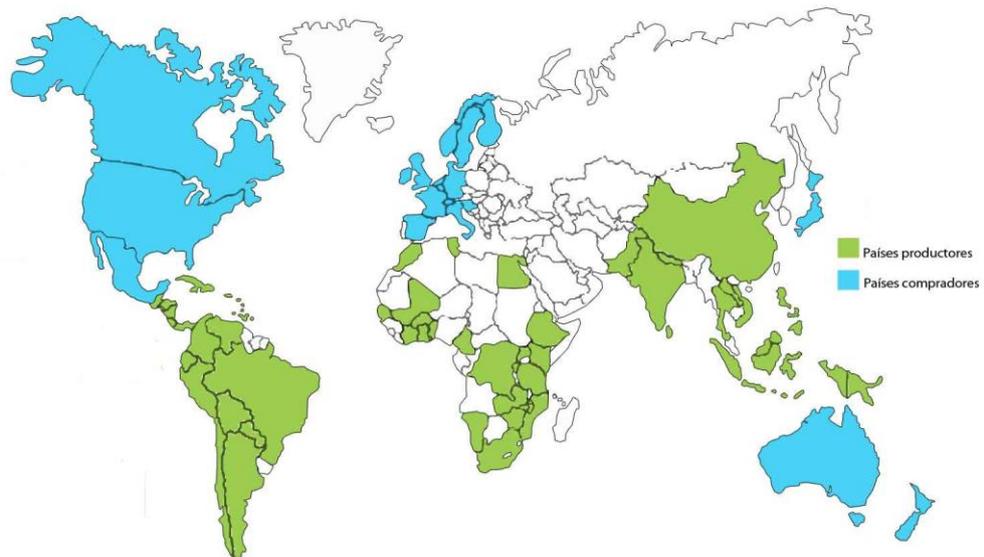
**Las firmas que se recojan serán entregadas a los líderes mundiales** que participarán en la reunión de alto nivel de Naciones Unidas de septiembre de 2013. En este encuentro los representantes políticos analizarán el grado de cumplimiento de los Objetivos del Milenio, las ocho metas que 189 países se comprometieron a cumplir antes del 2015 y con los que liberarían a millones de personas de la pobreza. Dado que se aproxima el fin de este plazo, la Organización de las Naciones Unidas y sus miembros han fijado dicha reunión con el fin de establecer las nuevas líneas de trabajo para después del 2015.

La coordinación global de WFTO se asienta sobre 5 regiones, que son:

- COFTA – Africa

- [WFTO Asia](#)
- [WFTO Latinamerica](#)
- [WFTO Europa](#)
- [WFTO Pacific](#)

Existen países productores y países consumidores, estos se pueden ver gráficamente en este mapa:



## CAPÍTULO II

### ORGANISMOS DE APLICACIÓN A NIVEL NACIONAL Y PROVINCIAL

Para llevar cierto orden, deberíamos realizar un sondeo a mayor escala como para contextualizar el tema en referencia. Es por eso que primero vamos a desarrollar el Análisis de la estructura del Ministerio de Desarrollo Social que es el encargado de implementar los conceptos relacionados con la Economía Social a nivel Nacional.

#### **1) Ministerio de Desarrollo Social <sup>11</sup>**

El Ministerio de Desarrollo Social es un organismo nacional, dependiente del Poder Ejecutivo, que tiene la misión de planificar e implementar las acciones orientadas hacia el fomento de la integración social y el desarrollo humano, la atención y la reducción de las situaciones de vulnerabilidad social, el desarrollo de igualdad de oportunidades, la protección de la familia y el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias.

El eje principal de trabajo es el de que todos los ciudadanos del territorio tengan igual acceso a los derechos, Es por eso que, el trabajo del Ministerio apunta en una primera instancia a que todas las personas, su familia y su entorno, tengan un desarrollo integral. Para esto se hace hincapié en el fortalecimiento de sus capacidades y la constitución de redes sociales que promuevan distintas formas de organización con la solidaridad como eje central de nuevas costumbres, valores y tradiciones.

Hay dos principios fundamentales que conllevan todo el trabajo del Ministerio para el desarrollo de un fin común:

- la generación de trabajo digno y genuino mediante el fomento al desarrollo local sustentable en el marco de una economía solidaria, democrática y distributiva;
- la protección y promoción de la familia como núcleo central para la organización y el desarrollo de la vida en comunidad.

La estrategia de trabajo se apoya en un abordaje territorial que comprende la dinámica propia de cada municipio, provincia o región y supone la acción coordinada entre el Estado, las organizaciones sociales y las comunidades. De este modo, cada actor aporta su propia mirada, basada en saberes y haceres que nutren el desarrollo de las políticas y fortalecen la capacidad de gestión.

---

<sup>11</sup> <http://www.desarrollosocial.gov.ar> - [Septiembre 2013]

Uno de los ejes fundamentales del Ministerio de Desarrollo Social es la promoción de la **economía social** para generar inclusión a través del trabajo. La misma consiste en un conjunto de prácticas, iniciativas y proyectos que impulsan valores asociativos y comunitarios, rescatando los saberes y las capacidades de las personas. Estas acciones se encuadran en Argentina Trabaja, el eje político del ministerio que genera empleo genuino y fortalece emprendimientos socio-productivos con la convicción de que otra economía es posible. (este tema se abordará con mayor profundidad en el próximo capítulo)

Una de las prácticas de la Economía Social, para lograr su cometido es la comercialización de sus productos a través de un sistema denominado **comercio justo**, el cual, promueve la **igualdad de oportunidades** y el respeto hacia el trabajo y las decisiones de los emprendedores, garantizando un pago justo por sus productos.

Sus principios fundamentales son:

- Asegurar condiciones de trabajo dignas respetando los derechos humanos; establecer una relación directa entre productores y consumidores.
- Promover la igualdad entre hombres y mujeres.
- Favorecer la participación democrática de los trabajadores.
- Informar a los consumidores sobre el origen del producto y sus formas de producción.
- Ofrecer productos de calidad y respetuosos del medio ambiente.

Cuando elegimos lo que consumimos en función del bienestar colectivo, estamos realizando un consumo responsable, es decir que Comercio Justo crea una concientización generalizada, tanto para productores como para consumidores de respeto hacia la sociedad y su medio ambiente.

Estas son algunas de las iniciativas que se implementan desde el Ministerio de Desarrollo Social para construir una economía inclusiva y justa para todos.

El paradigma de trabajo del Ministerio se apoya en el abordaje territorial como herramienta primordial tanto para la planificación como para la puesta en marcha de políticas sociales integrales desde un Estado presente, promotor y participativo.

Esta estrategia implica una mirada de las políticas sociales a partir de la dinámica territorial propia de cada municipio, provincia o región, y la acción coordinada entre el Estado, las organizaciones sociales y las comunidades.

Para consolidar una red social entre estos diferentes actores, el trabajo incluye como herramientas de gestión los Centros Integradores Comunitarios, los Centros de Referencia y los Promotores Territoriales para el Cambio Social con el fin de impulsar la organización y la participación de las comunidades en los diagnósticos de sus problemáticas y en la propuesta de soluciones que les permitan transformar sus realidades.

Todos los niveles asumen la responsabilidad de garantizar la articulación, el fortalecimiento y el acompañamiento técnico, político y administrativo de los equipos técnicos en el territorio. Este acompañamiento está orientado a consolidar dichos equipos y a planificar abordajes integrales centrados en la generación de trabajo y en promoción de las familias.

A su vez, todo el trabajo es recuperado con una mirada crítica que incorpora nuevas estrategias a partir de las cuales se profundiza la organización comunitaria y la capacidad local para gestionar.

## **1.1) Programas Nacionales<sup>12</sup>**

### **1.1.1) Programa Argentina Trabaja**

El trabajo es el medio por el cual una persona puede subsistir dignamente, por lo que es un factor clave en la vida de una persona, para que esa persona a través del trabajo se inserte a la sociedad, y a su vez permitiendo que el que lo desempeñe desarrolle de sus capacidades personales, como para el bien de su familia y su comunidad. En el ámbito laboral, las personas sociabilizan y crecen con dignidad.

Contar con un trabajo digno, es el factor principal para que una persona en condición de pobreza o vulnerabilidad social solucione su situación, integrándolas a la sociedad, dándoles medios para participar activamente en ella y además aportando al bien común dentro de la misma.

El empleo digno y genuino, como política de integración de los sectores menos favorecidos en la sociedad, patrocinando a estos productores, de manera que se conviertan en un punto de apoyo vital dentro de la cadena productiva, en todas sus etapas, además de promover el trabajo en red, la creación y el fortalecimiento de las empresas sociales, mutuales y cooperativas en el marco de la Economía Social (solidaria, democrática y distributiva).

### **1.1.2) Marca Colectiva**

La Marca Colectiva es un modo para unificar la percepción del consumidor hacia un producto de economía social, de manera de tener mayor impacto en el consumidor. Aquí se ve reflejado el esfuerzo de los productores, las identidades locales, métodos productivos comunes y estándares compartidos para cada uno de los productos comprados son de elaboración artesanal.

El objetivo principal de esta herramienta consiste en fortalecer la producción y la comercialización de los emprendimientos otorgándoles valor agregado y mayor visibilidad, además de garantizar su calidad. Por otra parte, promueve el compromiso social, fomentando el comercio justo y el consumo responsable.

Además sirve como distintivo ante otros productos industrializados, proporcionando a su vez un mayor reconocimiento por parte de sus clientes, dando de esta forma, mayor probabilidad de fidelización de marca por parte de los mismos.

---

<sup>12</sup> [www.desarrollosocial.gov.ar](http://www.desarrollosocial.gov.ar)

### 1.1.3) Microcréditos

Existe una extensa cantidad de trabajadores que desarrollan un emprendimiento productivo, ya sea en forma autónoma, familiar o asociados, que necesitan dinero para el desarrollo de sus negocios, como por ejemplo la compra de insumos vitales, o máquinas que le proporcionen una mayor competitividad. Estos están especialmente pensados para quienes no cuentan con garantías patrimoniales o no reúnen las condiciones para acceder a créditos bancarios tradicionales.

Los objetivos principales de este programa, como parte de la política pública que se lleva a cabo desde **Argentina Trabaja**, son:

- La organización popular.
- El acompañamiento continuo.
- La construcción de lazos de confianza y solidaridad entre los emprendedores y las organizaciones sociales que trabajan en las distintas comunidades.

De este modo, **el microcrédito es mucho más que un préstamo pequeño con una baja tasa de interés**. Es una oportunidad para que miles de argentinos que desarrollan sus emprendimientos puedan:

- Organizarse y mejorar sus condiciones de trabajo junto con otros/as trabajadores/as y con las organizaciones sociales de microcrédito.
- Participar de espacios de construcción colectiva, fortalecimiento y acompañamiento mutuo.
- Recibir apoyo técnico y capacitación.
- Compartir e intercambiar experiencias y conocimientos.
- Ser parte de un proyecto colectivo que genera cambios concretos en los emprendimientos, las familias y las comunidades.

Cada vez son más las organizaciones sociales que, a partir del trabajo conjunto con organismos provinciales y municipales y con la [Comisión Nacional de Microcrédito](#), hacen posible este acompañamiento a los trabajadores de la economía.

#### 1.1.3.1) Organismos Descentralizados, Comisión Nacional de Microcréditos (CONAMI)

La Comisión Nacional de Microcrédito (CONAMI) fue creada por la Ley N° 26.117 (**ANEXO B**) para implementar el Programa Nacional de Microcrédito para la Economía Social, que tiene entre sus principales objetivos, el apoyo y acompañamiento a emprendedores, la organización popular y la construcción de lazos de confianza y solidaridad entre los trabajadores y las organizaciones sociales.

Como parte de la política pública que se desarrolla en el marco de Argentina Trabaja, el programa facilita el acceso al microcrédito a todos los trabajadores y trabajadoras que necesiten capital para fortalecer sus emprendimientos; contribuye con el fortalecimiento de las organizaciones sociales para que el microcrédito sea una herramienta para la inclusión social y la construcción de la economía social y promueve la consolidación de una red de trabajo para el desarrollo de políticas integrales.

En este contexto, más de 1.500 organizaciones sociales (Instituciones de Microcrédito) trabajan junto con el Estado nacional y otros organismos provinciales y municipales y reciben capacitación, apoyo y fondos para microcréditos, para estos puedan analizar a cada caso en particular, otorgándoles el microcrédito a los emprendedores que cumplan con todos los requisitos exigidos.

Al devolver los microcréditos, los trabajadores permiten que el programa continúe y que las organizaciones sociales puedan seguir apoyando el trabajo de otras personas que lo necesitan, formando una cadena de ayuda continua.

Así también, las organizaciones sin fines de lucro interesadas en adherirse al programa nacional de Promoción de Microcrédito, deben contactarse con el Centro de Referencia correspondiente o con la Comisión Nacional de Microcrédito.

#### **1.1.4) Monotributo Social<sup>13</sup>**

El Monotributo Social surge como una solución al trabajo en negro por parte de las personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social. Este es un régimen tributario optativo

Gracias a esto los trabajadores pueden emitir facturas, ser proveedores del Estado por contratación directa, acceder a las prestaciones de las obras sociales del Sistema Nacional de Salud e ingresar al sistema previsional (jubilación). Además, los monotributistas sociales no pierden el acceso a la Asignación Universal por Hijo.

A este régimen pueden inscribirse personas que realicen una única actividad económica (ya sea productiva, comercial o de servicios), proyectos productivos que lleven adelante grupos de hasta tres integrantes y cooperativas de trabajo con un mínimo de seis asociados.

Uno de los principales requisitos es que debe tratarse de emprendedores en situación de vulnerabilidad social que no generen ingresos anuales superiores a \$32.196 -monto vigente desde el mes de diciembre de 2011-. Asimismo, la actividad económica debe ser genuina y estar enmarcada en el Desarrollo Local y la Economía Social, respondiendo al perfil productivo de cada región.

Cabe aclarar que los proyectos productivos conformados por dos integrantes podrán facturar anualmente hasta \$ 64.392 y de tres integrantes hasta \$ 96.588. En tanto las cooperativas de trabajo no tienen límites de facturación. El límite se encuentra establecido por el ingreso anual de cada uno de los asociados el cual no podrá superar los \$ 32.196.

---

<sup>13</sup> Guía de trámites otorgada en la Dirección de Desarrollo Social y Derechos Humanos. Junio de 2013

El organismo encargado de gestionar el Monotributo Social es el Registro Nacional de Efectores, de Desarrollo Local y Economía Social que depende de la Dirección Nacional de Fomento del Monotributo Social, el cual trabaja con redes y organizaciones de emprendedores fortaleciendo proyectos en marcha e impulsando nuevas iniciativas. La inscripción también puede realizarse en los Centros de Referencia de todo el país.

### **1.1.5) Obra Social**

Uno de los principales beneficios del monotributo social es que los emprendedores pueden tener acceso a una obra social, mejorando de esta manera las condiciones socioeconómicas del emprendedor..

Para recibir las prestaciones debe estar al día con el pago del Monotributo Social.

Los monotributistas tienen garantizado el acceso a la cobertura de salud desde el inicio de su actividad, pudiendo acceder en forma inmediata a todas las prestaciones pertinentes al nivel ambulatorio, de urgencias y de emergencias médicas del Programa Médico Ambulatorio (PMO), quedando exceptuadas las prestaciones subsidiadas por la Administración de Programas Especiales (APE).

### **1.1.6) Jubilación**

El monotributista social, durante el periodo comprendido entre la resolución ministerial y mientras mantenga esta condición no podrá acceder a la consulta de sus aportes, ya que está exento, figurará como “no aportante al régimen”, pero al momento de jubilarse, este tiempo se computará como años de servicios con aporte a los fines de la obtención de las presentaciones previstas en el artículo 17 de la Ley N° 24.241

## **2) Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos**

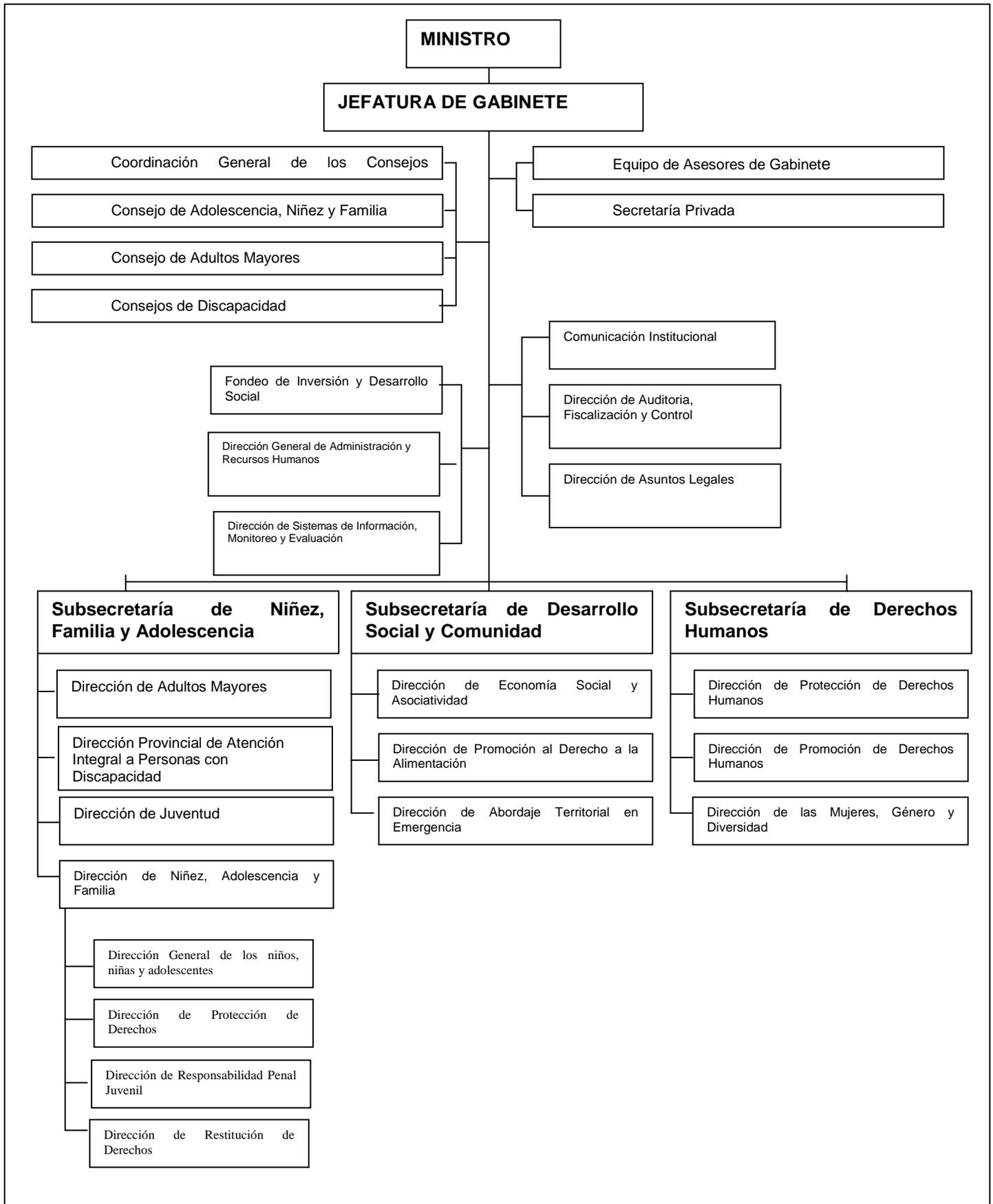
Como podemos ver en el siguiente Organigrama, El mismo se compone principalmente por tres secretarías, Secretaría de Niñez, Familia y Adolescencia, Secretaría de Derechos Humanos, y por último la Secretaría de Desarrollo Social y Comunidad, que este último será centro de nuestro análisis, debido a que se encuentra la Dirección encargada de la gestión y aplicación de los conceptos de Economía Social.

Trabajo de Investigación: Empresas de Economía Social y el Rol del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos en función a lo establecido en la Ley 8.423.

Esta Dirección se denomina Dirección de Economía Social y Asociatividad y depende directamente de la subsecretaría de Desarrollo Social y Comunidad.

## 2.1) Organigrama

**Ilustración 1 Organigrama Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos**



## **2.2) Ley Provincial N° 8.423<sup>14</sup>**

Antes de abordar los temas relacionados con las competencias, responsabilidades y tareas que tiene esta Dirección, haremos un comentario acerca de la Ley Provincial N° 8.423, para poder comprender el alcance que tiene este sistema y encuadrarnos en el marco legal del mismo. Los Puntos que se tratan son:

- **Art. 1: Objetivos de la creación del Programa de Economía Social.**

- Diseñar una Planificación Estratégica Participativa a corto, mediano y largo plazo tendiente a la construcción de una política pública integrada y articulada de la Economía Social y Solidaria.
- Implementar planes de Educación, capacitación y asesoramiento.
- Proponer y ejecutar un sistema de cuantificación de los sujetos de la Economía Social y Solidaria.
- Favorecer los procesos Productivos de las personas y organizaciones
- a través de una política de subsidios y financiamiento.
- Fortalecer el circuito de la Comercialización e Intercambio.

- **Art. 2: Definición de Economía Social y Solidaria**

Conjunto de recursos y actividades, y grupos, instituciones y organizaciones, que operan según principios de solidaridad, cooperación y autoridad legítima, en la incorporación y disposición de recursos para la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo digno y responsable; cuyo sentido no es el lucro sin límites sino la resolución de las necesidades de los trabajadores, sus familias y comunidades, y del medio ambiente; para lograr una sociedad más justa, inclusiva e igualitaria.

- **Art. 3: Sujetos de la Economía Social y Solidaria.**

- Personas jurídicas.
- Grupos asociativos.
- Personas físicas

- **Art. 4: Conformación del Fondo especial de Promoción de Economía Social y Solidaria.**

- Recursos del presupuesto de la provincia (\$5.000.000 ajustables).
- Recursos provenientes de organismos nacionales o internacionales, tanto del sector público como del privado.

- **Art. 5: Órgano de Aplicación.**

Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos de la Provincia de Mendoza, o la dependencia que éste determine.

- **Art. 6: Atribuciones del Consejo Provincial de Economía Social y Solidaria.**

---

<sup>14</sup> Ley Provincial N° 8.423- Honorable Legislatura- Provincia de Mendoza.

- Impulsar una Planificación participativa y estratégica.
- Registrar a las Unidades de la Economía Social y Solidaria.
- Organizar y realizar estudios e investigaciones de carácter jurídico, económico, contable, organizativo y social.
- Promover la actualización de la Legislación.
- Promover una política fiscal, tributaria y provisional.
- Relevar y sistematizar periódicamente estadísticas e información.
- Transmitir y difundir los principios y valores de la economía social y solidaria en los sistemas formales y no formales de la educación.

- **Art. 7: Integrantes del Consejo**

Tres miembros representantes de organizaciones de la Economía Social y Solidaria, un miembro del sector académico y tres funcionarios ministeriales.

- **Art. 8: Registro Provincial de las Unidades de la Economía Social y Solidaria.**
- **Art. 9: Normativas municipales atinentes a la promoción de la Economía Social.**
- **Art. 10: Incorporación en la currícula educativa provincial de los Centros Educativos de Gestión Social.**
- **Art. 11: Comité Asesor Permanente ad-honorem del Consejo.**

Integrados por representantes de Áreas Gubernamentales de Desarrollo Social y Derechos Humanos, de Agroindustria y Tecnología y de la Dirección General de Escuelas, representantes de cada uno de los Municipios de la Provincia, representantes de Redes, de Foros y de organizaciones de segundo y tercer nivel.

- **Art. 12: Atribuciones del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos.**

- Capacitar, asistir y asesorar a los beneficiarios del Régimen de Promoción.
- Asesorar, informar y vincular en materia de procesos productivos.
- Asistir financieramente.
- Promover la Asociación e integración.
- Impulsar la promoción de artesanos, emprendedores y productores.
- Evaluar y monitorear proyectos.
- Organizar eventos para la Promoción del sector de la Economía Social.
- Creación de centros de producción y comercialización.
- Promover Marcas Colectivas.
- Coordinar y vincular su acción con los entes públicos y privados, educativos – productivos y financieros.
- Controlar y auditar sobre los fines y usos de los beneficios financieros y fiscales.

- **Art. 13: Plan de Acción Anual.**

Deberá ser difundido en los medios de comunicación.

- **Art. 14: Beneficios tendientes a promocionar a las unidades inscriptas en el Registro de la Economía Social y Solidaria.**

Exenciones impositivas, exenciones o disminuciones de alícuotas en aranceles de organismos provinciales habilitantes, beneficios en el pago de impuestos de Ingresos Brutos o de Sellos, incluyendo el beneficio previsto por el Art. 5 de la Ley 7.659.

- **Art. 15: Política de “Compre del Estado”.**

Que se priorice a los inscriptos en el Registro Provincial de Unidades de la Economía Social y Solidaria, hasta un diez por ciento (10%) de las adquisiciones del Estado.

- **Art. 16: Invitación a los Municipios de la Provincia de Mendoza a adherir a la presente Ley.**

- **Art. 17: Comienzo de la Vigencia de esta Ley.**

Treinta (30) días contados desde su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia.

- **Art. 18: Informe sobre los subsidios y créditos otorgados, y la distribución territorial de los mismos.**

Cada seis meses el Consejo remitirá a las Comisiones de Desarrollo Social y de Hacienda y Presupuesto de ambas Cámaras Legislativas.

Una vez descripta la presente Ley y ya teniendo una panorama de lo que la provincia define y acepta como empresas de Economía Social, podemos analizar las funciones de la Dirección de Economía Social.

### **3) Dirección de Economía Social y Asociatividad.<sup>15</sup>**

Dentro de la Subsecretaría de Desarrollo Social y Comunidad, existen tres direcciones: Dirección de Promoción al Derecho de la Alimentación y la Dirección de Abordaje Territorial en Emergencia y la Dirección de Economía Social y Asociatividad. Esta última es la que analizaremos en profundidad.

---

<sup>15</sup> [www.social.mendoza.gov.ar](http://www.social.mendoza.gov.ar) Agosto de 2013

### 3.1) Áreas Principales

La Dirección de Economía social y Asociatividad cuenta con tres áreas principales:

- 1) Área de desarrollo emprendedor
- 2) Área de fortalecimiento de las organizaciones
- 3) Área de desarrollo Local

#### 3.1.1) Área del Desarrollo del emprendedor<sup>16</sup>

Se entrevistó al Coordinador de esta área, el Sr. Marcelo Morcos, que muy gentilmente nos ha proporcionado la información necesaria para esta investigación.

El Objetivo de la dirección es el promover la organización y el trabajo para grupos y familias, que desarrollan un emprendimiento socio productivo como estrategia de autoempleo, facilitando el acceso y la creación de emprendimientos productivos con las herramientas necesarias para promover la sustentabilidad y el desarrollo local.

La Visión de esta área es lograr una alta participación en los mercados a los que antes no tenían acceso, logrando que esta garantice la propia subsistencia y la vida digna de las personas que participan, además de la inclusión de mercados asociados a este ciclo económico.

Las empresas que forman parte ya son más de 500, abarcando los más diversos rubros, que van desde empresas gráficas, pasando por curtiembres y hasta turismo rural.

Estas empresas pueden presentarse de manera autónoma, o nuclearse en distintos municipios y presentarse de manera conjunta. En general, los emprendimientos que están más alejados del gran Mendoza lo realizan de esta manera, por ejemplo, los productores de Lavalle, General Alvear, Lavalle, etc.

Esta área tiene cuatro tareas principales:

- Capacitación
- Certificación de Calidad
- Financiamiento
- Comercialización

**a) Capacitación:** Esta tarea consiste en darles distintas herramientas de trabajo a los pequeños productores para que puedan desarrollar su negocio en forma eficiente y eficaz. Siempre haciendo valer el principio de beneficio comunitario y de la sinergia que puede ocasionarse si todos trabajan juntos. Estas capacitaciones se realiza a través de cursos, foros, charlas, a los que son invitados todos los emprendedores que están registrados en la dirección como empresas de economía social, hay empresas que tienen participación más activa y otras que tienen menos interés o tiempo para participar de estas capacitaciones.

---

<sup>16</sup> Datos surgidos de la entrevista personal con Marcelo Morcos Junio de 2013

**b) Certificación de Calidad:** Uno de los requisitos que se solicita a los productores es que le realicen la Certificación de Calidad Artesanal, en la Comisión Evaluadora de Productos de Mendoza. Esta comisión solicita que el productor lleve un producto tal cual lo despacha al consumidor final y con esto realizan una exhaustiva observación acerca de todas las falencias que podría llegar a tener en torno a la terminación, calidad y marketing de los productos realizados e indicando de qué manera solucionarlas. Se le da una calificación, la cual puede ser reevaluada una vez por mes si es que se tuvo una baja calificación y se quiere obtener una mayor calificación solucionando los puntos críticos que se marcaron con anterioridad, hasta obtener la mayor calificación que es la AA, en la que no sólo el contenido está en perfectas condiciones, sino también el empaque etiquetas, marca, logos, colores utilizados, rótulos hasta la forma de exhibir el precio.

**c) Financiamiento:** La gran mayoría de los productores que se acerca a la Dirección de Economía Social tiene problemas de financiamiento para el desarrollo de su negocio, por lo que se evalúa cada caso en particular y se busca la ayuda acorde a sus necesidades.

Esta herramienta promueve el desarrollo de los emprendedores locales a través del impulso de proyectos productivos personales, familiares o asociativos, que producen bienes o servicios de excelente calidad y lo comercializan a un precio justo.

Esta ayuda es doble, por un lado es económica, ya que se les otorgan subsidios o microcréditos, con muy baja tasa de interés destinados a la compra de insumos o maquinarias que son vitales para el desarrollo del negocio y por otro lado es técnica, ya que se ofrece asistencia técnica permanente (capacitación, organización y seguimiento) para fortalecer y optimizar el funcionamiento de los proyectos.

La implementación se realiza en conjunto con equipos municipales, gubernamentales y organizaciones sociales, quienes actúan como Entes Ejecutores. Es decir, presentan al Ministerio las propuestas de intervención, que pueden incluir uno o más proyectos, reciben los subsidios, adquieren y entregan los insumos y herramientas, realizan el seguimiento y rinden los fondos al Ministerio. Los destinatarios de este tipo de beneficios son aquellas personas o asociaciones que se presentan de manera autónoma o a través de alguna repartición municipal, que presentan un proyecto innovador para el desarrollo de algún tipo de producto que cumpla con las especificaciones que se necesitan para que sea un producto de Comercio Justo.

Como cada caso se evalúa en forma particular, en los que correspondan, se promueve la inscripción de los emprendedores en el Monotributo Social, lo que les permite emitir facturas, mejorar sus ventas, acceder a una obra social y realizar aportes jubilatorios. Por otra parte, se fomenta la conformación de redes poniendo a los emprendedores en contacto con otras organizaciones de la Economía Social, para que puedan compartir sus experiencias y replicar sus logros.

De acuerdo al proyecto que se presente, se determina que apoyo recibir y los requisitos necesarios para el acceso a estos beneficios.

**c.1) Talleres familiares.** El apoyo está destinado a aquellos pequeños productores y/o emprendedores familiares que cuentan con los saberes necesarios para llevar adelante un emprendimiento productivo de forma responsable y sustentable pero que, por algún motivo, quedaron desprovistos de insumos, herramientas o equipamiento para desarrollarlo. Los talleres familiares pueden ser centralizados (cuando reciben apoyo directo del Ministerio de Desarrollo Social) o descentralizados (en los casos en que el vínculo se establece con los Entes Ejecutores). En la mayoría de los casos, este instrumento funciona como puerta de acceso al abanico de herramientas de la Economía Social que el Ministerio propone a toda la comunidad.

**c.2) Asociativos, pre-cooperativos, comerciales y productivos comunitarios.** Están dirigidos a grupos de hasta 5 integrantes que llevan adelante una actividad en conjunto y que requieren apoyo para la obtención de materia prima, herramientas, máquinas y adecuación de instalaciones para el desarrollo de su capacidad productiva y comercial.

**c.3) Encadenamientos productivos.** Se trata de un grupo de unidades económicas que constituyen los eslabones de una cadena productiva (vertical u horizontal) y que requieren apoyo para trabajar integradamente y potenciar esfuerzos, sumando así valor agregado a los productos. La articulación debe impactar sobre la calidad y/o cantidad de puestos de trabajo generados y sobre la sustentabilidad del proyecto.

**c.4) Servicios de apoyo a la producción.** Consisten en emprendimientos complementarios que brindan servicios o proveen bienes a otros emprendimientos de la Economía Social y requieren apoyo para optimizar su capacidad productiva.

**c.5) Empresas autogestionadas.** Se trata de empresas de bienes o servicios que han sido recuperadas o están en proceso de serlo y se encuentran bajo el control de sus trabajadores. Incluye también todo tipo de empresas cooperativas y mutuales. El apoyo consiste en acompañamiento, asistencia técnica legal y/o contable con el objetivo de aumentar los niveles de competitividad y de eficacia productiva.

**d) Comercialización:** La dirección diseña diversos programas para la eficiente comercialización de productos, ampliándoles el panorama a los productores y permitiéndoles que lleguen a mercados impensados y a público de diversas características, como por ejemplo la organización de ferias permite que los productores no sólo lleguen a consumidores locales, sino

también que turistas de otras provincias o incluso internacionales, prueben sus productos y conozcan la marca, estableciendo un punto de contacto en caso de que deseen comprar en otra oportunidad.

Esto es muy importante porque la elaboración de estos productos, traspasa la barrera de lo local y muchos de los grandes clientes que estos productores tienen en la actualidad son conseguidos a través de estas formas de comercialización, dándoles también un alto beneficio a los compradores, ya que les acercan este tipo de productos que muchas veces no son fáciles de conseguir, o que ni siquiera conocían la existencia de los mismos, ya que la mayoría de los productos que se venden son originales y con el toque único que cada productor le da en la elaboración artesanal.

### 3.2) Programas Provinciales<sup>17</sup>

#### 3.2.1) Programas de Desarrollo Emprendedor

- **Asesoramiento y Vinculación:** en esta categoría encontramos programas de apoyo para la iniciación de un emprendimiento, tales como; asesoramiento para la puesta en marcha de emprendimientos, estrategias para la iniciación, alternativas de financiamiento, microcréditos, entre otros.
- **Mejora Continua:** Aquí básicamente se trata de programas referidos especialmente a los productos ofrecidos por los emprendedores, entre los que podemos encontrar; categorización de productos, certificaciones, capacitación en gestión, estrategias de comercialización.
- **Comercialización Estratégica:** aquí se encuentran algunos de los programas más utilizados por las empresas de economía social como la ruta de los artesanos y comercio justo, así también, como otro tipo de programas que favorecen la comercialización de dichas empresas como armados de ferias, participación de eventos, diseño y publicación en medios digitales y gráficos, consumo responsable, compra estatal y responsabilidad social empresarial.

#### 3.2.2) Programas de Desarrollo Local

- **Emprendimientos Productivos:** Aquí encontramos programas como asesores y formulación de proyectos, capacitación en gestión de experiencias y emprendimientos productivos, acceso a financiamiento y asesoramiento técnico contable.
- **Emprendimientos comunitarios:** entre estos programas podemos encontrar los de formulación de proyectos de desarrollo comunitario, asesoramiento en experiencias de producción social de hábitat, capacitación en organización comunitaria y por último los programas de acompañamiento y seguimiento.

---

<sup>17</sup> <http://www.social.mendoza.gov.ar/desarrollo/index.php/promocion-social-laboral-y-educ/programas-promlab> [Agosto de 2013]

### **3.2.3) Mercado Artesanal Mendocino**

- **Promoción del Artesano Folclórico:** Algunos de estos programas son; proyectos de desarrollo social comunitarios y fortalecimiento de emprendimientos productivos artesanos folclóricos.
- **Programa “Mercado Artesanal”:** aquí encontramos programas para la capacitación y difusión de técnicas artesanales folclóricas en riesgo de desaparición, participación de los artesanos en la toma de decisiones que los involucra con mira a lograr una figura asociativa que los contenga y de apoyo técnico y logístico a los artesanos en la participación de ferias, muestras y otros eventos a nivel nacional, provincial y municipal.

### **3.2.4) Organizaciones Sociales**

- **Fortalecimiento de Organizaciones Sociales:** entre estos están los programas de acompañamiento a equipos técnicos de los municipios de la provincia, articulación de relaciones entre áreas de gobierno y organizaciones sociales, base de datos de organizaciones sociales, asesoramiento técnico, legal y contable, asesoramiento para la formulación de proyectos, acceso a subsidios para equipamiento básico a fin de desarrollar sus actividades (computadoras, armarios, escritorios, sillas, material lúdico, deportivo, etc.), acceso a subsidios para mejoras en las instalaciones de Organizaciones Sociales (materiales eléctricos, materiales sanitarios, aberturas, etc.), entre otros.
- **Promoción de redes de economía social:** Este tipo de programas proporcionan formación para la participación social y la construcción política y Seminarios.

### **3.3) Descripción de algunos Programas mencionados en el punto anterior**

A continuación Explicaremos en general algunos de los programas más importantes que tiene la dirección:

#### **a) Comercio Justo**

Este programa se realiza bajo la dirección del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, el cual se financia gracias a los fondos provenientes del Presupuesto Provincial.

El Objetivo de este programa es *Aportar recursos y desarrollar distintas herramientas de difusión que permita a pequeños micro emprendedores comercializar y ofrecer sus productos a una*

*mayor cantidad de consumidores eliminando intermediarios, estableciendo un precio justo y sin comisiones por venta”.*<sup>18</sup>

Este programa consiste en brindarle a los emprendimientos asociados el acceso a campañas de difusión en medios electrónicos, gráficos y redes sociales. Se desarrolló un micrositio para promocionar productos y se puso como meta a mediano plazo la creación de una tienda virtual.

Estos emprendedores asociados son aquellos que estén registrados en la Dirección de Economía Social. Ministerios de Desarrollo Social y Derechos Humanos.

Los beneficiarios de este programa son:

- **Emprendedores:** Contarán con la posibilidad de vender y exhibir sus productos en todo el país a través de esta potente herramienta de comercialización electrónica que permitirá a los mismo generar una economía a escala, fortalecer los lazos de asociatividad, alcanzar la autosustentabilidad y ser parte de la primera experiencia de este tipo en el país que ambiciona llegar a más de 250 e-shops con al menos 5 ventas en los primeros 6 meses de funcionamiento.
- **Pymes mendocinas:** Podrán acceder de forma gratuita al servicio MercadoShops -que ya utilizan unas 30.000 pymes en todo el país- que ofrece alojamiento web y un dominio propio y personalizado para ventas por Internet. También les permite contar con MercadoPago para cobrar sus ventas a través de múltiples formas de pagos (con tarjetas, en cuotas, a través de Pago Fácil o Rapipago, etc.) de una forma fácil, rápida y segura.

Este programa abarca los 18 departamentos de la Provincia de manera de resguardar la equidad entre los distintos eslabones que componen la cadena productiva.

Para tener acceso a este programa se debe presentar la documentación pertinente (el proyecto, producto que comercializa, certificación de calidad, si la tiene, etc.) y una entrevista laboral y de autogestión de producción.

## **b) Programas de Desarrollo Local**

Estos programas son varios, pero todos tienen como principio general el de tratar de resolver las debilidades de la organización, de la comunidad y de la familia, para transformar sus realidades críticas (socio-económicas, educativas, laborales, de hábitat, etc.) en función de tener mejores condiciones organizacionales y mayor aprovechamiento de sus capacidades instaladas, tanto a nivel grupal como individual. De esta forma se garantiza que los trabajadores tengan un ingreso digno y

---

<sup>18</sup> <http://www.social.mendoza.gov.ar> Agosto de 2013

seguridad social para el buen vivir, para ello se promueve la mejora continua en el desarrollo productivo de grupos, emprendedores y artesanos, su vinculación al mercado, e interacción con la red de apoyo que promueve al sector productivo, que permita a la economía social tener una escala que genere oportunidades y otorgue mayor presencia para su posicionamiento y sustentabilidad en toda la Provincia.

Es decir que el objetivo principal es el de Promover la generación de lazos asociativos y espacios locales que impulsen el desarrollo integral de las comunidades regionales, facilitando la creación de proyectos sociales y productivos, individuales, grupales y asociativos que rescaten saberes y habilidades existentes en la comunidad.<sup>19</sup>

Al Igual que el programa antes mencionado tiene alcance en todos los departamentos de la provincia, coordinando la territorialidad entre todas las Aéreas que conforman la Dirección de Economía Social y Asociatividad.

Aquí serán incluidos todas las familias o personas en situación de vulnerabilidad social que soliciten ayuda a la Dirección de Desarrollo Social o Asociatividad, que expresen su deseo de cambiar su situación a través del esfuerzo del trabajo uniéndose al desarrollo de un proyecto socio productivo, siempre y cuando cumplan con la documentación solicitada y la entrevista laboral y de autogestión productiva.

Todo trámite de acceso a los servicios o bienes del Programa requiere una entrevista de diagnóstico.

Para acceder a financiamiento el interesado deberá contar como mínimo con:

- DNI original y fotocopia, con constancia electoral
- Fotocopia de CUIL/CUIT
- Ficha APROS
- Proyecto de financiamiento (elaborado con el asesoramiento de los técnicos de la Dirección).
- Deberá acreditar su residencia en la provincia de Mendoza.

### **c) Programa de Desarrollo Emprendedor**

El principio general de este grupo de programas es el de promover la organización y el trabajo para personas, grupos o familias que desean desarrollar un proyecto socio productivo, o de

---

<sup>19</sup> <http://www.social.mendoza.gov.ar> Agosto de 2013

autoempleo, facilitando el acceso, la mejora o la creación de emprendimientos productivos con las herramientas necesarias para promover la sustentabilidad y el desarrollo local

El objetivos de estos programas plantea más o menos lo mismo que los otros programas, es decir, que los trabajadores de autogestión tengan un ingreso digno y seguridad social para el buen vivir, para ello se plantea la utilización y la importancia de la **mejora continua** en el desarrollo productivo de grupos, emprendedores y artesanos, su vinculación al mercado, e interacción con la red de apoyo que promueve al sector productivo, que permita a la economía social tener una escala que genere oportunidades y otorgue mayor presencia para su posicionamiento y sustentabilidad en toda la Provincia.

Para poder formar parte de este “grupo económico” los postulantes deben residir en la provincia de Mendoza, y deben encontrarse en situación de vulnerabilidad social. Además debe demostrar que posee auténticos conocimientos acerca del proyecto que plantea desarrollar, ya sea en forma autónoma o asociada.

La cobertura, alcance y requisitos de estos programas son iguales a los antes mencionados para los otros programas.

#### **d) Mercado Artesanal Mendocino**

Estos programas se desarrollaron para atender las necesidades de los artesanos en cuanto a las imposibilidad de tener acceso a grandes flujos de público que vean o prueben sus productos, debido a que generalmente estos emprendedores comercializaban sus productos desde sus hogares o talleres de trabajo, o solucionar el problema de continuidad que es lo que no tienen las ferias que se organizan para algún evento en particular. En este mercado los comerciantes, están bien organizados, se busca que cada uno de sus miembros tenga una cualidad distintiva del resto, sobre todo cuando comercializan los le son comunes.

Los que participan de este mercado son Artesanos de la zona del secano de la provincia de Mendoza: zona de puestos, zonas de fronteras y área deprimidas con presencia de artesanos folclóricos (pequeños crianceros de ganado menor).

En general estos artesanos se encuentran localizados en los departamentos de Lavalle, Malargüe, San Rosa, San Martín, Tupungato, San Rafael, Ciudad, Las Heras, Guaymallén, Tunuyán, Lujan de Cuyo, San Carlos, La Paz.

Podrán ser incluidos todas aquellas personas o emprendimientos de pertenencia al sector de artesanos tradicionales y folclóricos

Para acceder al programa deben solicitarlo directamente al municipio o a la Dirección de Economía Social y Asociatividad.

### **e) Organizaciones Sociales**

El objetivo de este programa es el de Promover y fortalecer la formación, desarrollo y funcionamiento de las Organizaciones Sociales, en particular aquellas que pertenecen a la economía social y que se encuentra en situación de vulnerabilidad social dentro de este avasallante mercado, por los que este programa intenta darle las herramientas para que puedan insertarse en el e incluso competir con grandes compañías, a través de la capacitación técnica, generando a su vez espacios de encuentro e intercambio de experiencias y colaborando en la difusión de sus logros y experiencias a través de distintos medios.

Desde hace varios años las Organizaciones Sociales se desempeñan como necesarios protagonistas en el diseño, toma de decisiones y formación de las Políticas Públicas. La realidad nos muestra que existe un tejido social muy amplio así como también se observa un alto grado de desarticulación, lo que implica desaprovechamiento de esfuerzos y fundamentalmente una necesidad de poner en común, bajo el amplio marco de la Economía Social, las múltiples herramientas existentes para lograr un acompañamiento planificado y profesionalizado a las iniciativas sociales relacionadas con el autoempleo, el trabajo autogestivo y asociativo. Está dirigido a las Personas Jurídicas sin fines de lucro, legalmente constituidas en la Provincia de Mendoza (o en proceso de constitución) que hayan tomado figuras tales como: Uniones Vecinales, Centros Comunitarios, Clubes, Cooperadoras, Asociaciones Civiles, Fundaciones, etc. (calificadas como OSC u ONG), que se propongan desarrollar proyectos sociales-comunitarios que busquen alcanzar la inclusión social de sus protagonistas, prioritariamente desde los valores y prácticas de la Economía Social.

Este programa también es abarcativo para toda la provincia de Mendoza, teniendo sede central en primer piso de la Galería Piazza, Ciudad de Mendoza

Las organizaciones o personas que deseen formar parte de este programa, deben estar dispuestas a conformar una entidad con personería jurídica que demuestren signos claros de Asociatividad, Organizaciones Sociales y Redes de Organizaciones en general. Con un claro perfil social, en el que el desempeño de sus tareas tengan como fin principal el desarrollo social- comunitario, incluyendo a todos los eslabones que componen el sistema de Economía Social, siempre y cuando tengan actividad permanente en la provincia de Mendoza.

## CAPÍTULO III

### COMERCIO JUSTO EN MENDOZA

#### 1) Comercio Justo

*El programa "Comercio Justo" potencia y acerca la producción y el trabajo de los emprendedores mendocinos a sus consumidores. Esta iniciativa del Gobierno de la provincia, a través del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos busca alentar el crecimiento de los hacedores de la Economía Social.<sup>20</sup>*

En Mendoza, cada vez más familias, asociaciones, cooperativas de trabajo, etc. se unen a esta forma de comercio, gracias a los grandes beneficios y oportunidades que se generan en él.

Muchas de estas familias no cuentan con acceso a los medios para desarrollar su emprendimiento, pero para esto, todos los pequeños productores de Economía Social pueden organizarse eficazmente de manera de poder hacer frente de manera conjunta a los grandes competidores que está instalados en el mercado.

Es decir que Comercio Justo, es un canal para la comercialización de productos pensados y hechos a favor de los trabajadores, la salud y el medio ambiente, además de ser un medio de impulso para todos aquellos productores que deseen lanzar una negocio y sus condiciones socioeconómicas no se lo permiten. Además es un disparador para cada vez más personas puedan elegir que consumir cuando y de qué manera, y realizando al comprar una verdadera elección de aquellos productos que garantizan altos estándares de calidad, utilización de materia primas adecuadas con un alto respeto hacia el medio ambiente y promoviendo una equidad competitiva entre los distintos sectores menos favorecidos.

Pero este espacio generado no se encarga solo de la venta de productos “artesanales” sino también el objetivo de esta red es el de mejorar la calidad de vida de cada uno de los integrantes de la misma de manera de dignificar la vida de aquellos que acceso a medios de difusión, o grandes

---

<sup>20</sup> <http://www.mendoza.gov.ar/comerciojusto/> Agosto 2013

estrategias de comercialización que les permita el buen desempeño de los que ellos saben hacer, además de poder recibir una retribución justa por su trabajo. Mientras más personas se animen a formar parte de este sistema, más beneficios en conjunto podrán tener, ya que se produciría una mejora en la publicidad, abaratamiento de costos por compras de insumos en mayor volumen, traspaso de conocimientos y la posibilidad de que cada productor se transforme a su vez en proveedor de los otros miembros de la misma red.

Aquí no sólo se benefician los productores al abrirles una puerta para que miles de productores se animen a ser autónomos y a producir, sino para que los consumidores se animen a consumir nuevos productos y más baratos.

En Mendoza existen muchas organizaciones que funcionan nucleando organizando a las empresas de Economía Social que desean trabajar con Comercio Justo.

Esta organizaciones también hacen hincapié en el desarrollo de las personas que lo conforman, dándoles nuevos conocimientos acerca de técnicas, y nuevas formas de comercializar, de manera tal que abran sus mentes, más allá de la simple producción y comiencen a entender todas las etapas del proceso productivo, que es mucho más abarcativo que el simple despacho del producto, generando que el pequeño productor tenga las herramientas de desempeñar su emprendimiento como siempre quiso y cumpliendo con las exigencias del cambiante mercado.

Algunas de estas organizaciones que trabajan fomentando el consumo responsable y el comercio justo podemos visualizarlas en un artículo de diario de la provincia que da cuenta de estas experiencias:<sup>21</sup>

*“... el Arca nació en mayo del 2005... Más de 130 emprendedores se levantan hace tres años con pasión de trabajo, esperanza ilusión y dignidad. Y todos los días lo hacen y lo hacen bien. El Arca comercializa sus productos y servicios en una red de 106 familias consumidoras responsables, cinco empresas con responsabilidad social y una red de 56 comercios minoristas que apoyan este proyecto”, reza la Asociación desde su página web. Pero, El Arca no es el único emprendimiento.*

*Existen varias asociaciones, entre ellas un grupo de jóvenes estudiantes que iniciaron el llamado Almacén Andante y trabaja fuerte en el acercamiento entre productores y consumidores responsables. El Almacén Andante, al igual que El Arca, ofrece una planilla de productos artesanales. Luego levanta el pedido de los interesados y va casa por casa, repartiendo los encargos.*

---

<sup>21</sup> <http://elsolonline.com/noticias/view/125063/quieren-poner-en-marcha-centros-de-produccion-y-consumo-justos> 1 Publicación del 10 de Febrero de 2012. Consultada Agosto de 2013

### 1.1) Presentación del Programa de Comercio Justo en Mendoza<sup>22</sup>

Como un gran avance para los comerciantes de comercio justo de Mendoza se dio a conocer el nuevo plan de comunicación que consiste en la publicación en medios gráficos y digitales de Mendoza, de propuestas de consumo de diversos productos de la economía social.

Como vimos en el primer capítulo en Ministerio de Desarrollo Social es el que se encarga de generar oportunidades para todos estos sectores menos favorecidos, trabajando a través de la Dirección de Economía Social y Asociatividad. De esta forma dieron el puntapié inicial para el desarrollo del programa de Comunicación de Comercio Justo, que tiene como principal objetivo la vinculación directa entre los consumidores y los productores de economía Social.

Esta es una experiencia piloto que se ha estado experimentando los últimos meses y que consiste en la publicación en los principales medios gráficos y digitales de Mendoza, de promoción de diversos productos, como por ejemplo, vinos; aceites, cueros, juguetes didácticos, tejidos, entre otros, que componen la oferta de productores de economía Social. De esta manera el consumidor está informado de todas las promociones a las que pueden acceder y los lugares en donde se comercializa, que muchas veces ese es el gran impedimento que tienen los productores.

Esta es una manera más de comercializar relacionada con otras gestiones de trabajo como: Compre Estatal, Registro y Sistematización de Productores de Economía Social de la UNC, Centros de Producción y Consumo Justo, Ley de Promoción de la Economía Social y Solidaria, Ruta de artesanos de Mendocinos y Fondo rotativo de Pronto Pago.

Un primer resultado arrojado refleja un alto grado de aceptación por parte de los consumidores de estos productos, así también los productores se mostraron muy conformes por el impacto causado por estas publicaciones, ya que se realizaron a través de medios masivos de comunicación, por lo que tuvieron un alto alcance.<sup>23</sup>

Los productos de la economía social podrán encontrarse en el sitio web **[www.mendoza.gov/comerciojusto](http://www.mendoza.gov/comerciojusto)** y en avisos publicados en diarios on line y en su edición diaria en papel. Allí se podrá encontrar una variada gama de productos que van desde vinos y dulces a camperas, tejidos y juguetes para niños.

Este programa no sólo proporciona posibilidades de difusión de sus empresas y productos, sino también la posibilidad a los distintos productores de mejorar sus capacidades a través de distintos cursos, charlas y capacitaciones, organizadas por la Dirección y el Ministerio, ya sea en materia de producción, financiamiento y asociatividad vinculadas al concepto de desarrollo local o territorial.

---

<sup>22</sup><http://www.alsurinforma.com/19/07/2012/presentaron-el-programa-comercio-justo/>

<sup>23</sup> Resultado relacionado con un incremento de las Empresas Registradas en la Dirección de Economía Social como empresas participantes de este programa.

## 1.2) Capacitaciones

Durante todo el año se realizan distintos tipos de capacitaciones que son de manera gratuita y en general abierta para todo público.

Algunas capacitaciones realizadas el año pasado son:

- **Jornada de Capacitación y Registro de microemprendedores** realizada en el mes de julio de 2012 en conjunto con el Foro de Economía Social y los Municipios. Allí se realizó una selección que se incorporaron a un Plan de Municipios, de difusión mensual encarado desde el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos y la Subsecretaría de Comunicación Pública.

- **Ciclo de capacitaciones. Programa FEM –CAME**

COMUNICACIONES NUEVAS EN LA EMPRESA:

CLAVES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

El curso tuvo por objetivo brindar las herramientas conceptuales y prácticas para que los asistentes puedan desarrollar planes integrales de comunicación en sus organizaciones, que les permitan comprender el rol que cumplen en la construcción de la comunidad en tanto sujetos sociales, lograr de manera más eficaz los objetivos proyectados y establecer relaciones más duraderas con los públicos a los que apuntan para optimizar la imagen pública de sus empresas.

- **Debate: Foro Provincial de Políticas de Inclusión Social y Derechos Humanos**

- **Capacitación sobre “Economía Social y Comercio Justo”.** Organizado en el marco de las acciones de cooperación mutua, el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, a través de la Dirección de Economía Social y Asociatividad, y el Ministerio de Agroindustria y Tecnología, a través la Dirección de Industria y Comercio

- **Encuentro de "Economía Social, más inclusión más trabajo"**

- **Capacitación Ley de Lealtad Comercial N° 22.802** Dirección de Industria y Comercio.

- **Capacitación sobre el uso de la Herramienta Virtual de Mercado Libre.**

Aquí se le dio la posibilidad a los emprendedores de estar en la sala de cómputos de ESAPA Instituto Superior PT 166, en donde se los asesoró de cómo subir las fotos para este portal electrónico, como darse de alta como usuario y como personalizar cada uno su sitio.

## 2) Comercio justo y mercado libre<sup>24</sup>

Una de las empresas líderes de comercialización de productor por Internet en América Latina, Mercado Libre, realizó un convenio con el Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, a través del Gobierno de Mendoza, en el que se estableció que los microempresarios de la economía social, podrán comercializar sus productos por medio de este portal electrónico.

Todos estos adelantos los lleva adelante la Dirección de Economía Social y Asociatividad, que a su vez es quien coordina la aplicación del sistema de Comercio Justo. Esto se realiza a través de campañas de comunicación en medios gráficos, electrónicos y en redes sociales, así también para potenciar el impacto de estas actividades se desarrolló un micrositio con el objetivo de promocionar los productos de economía social, con la perspectiva de la creación de una tienda virtual.

### 2.1) Alcance

Este acuerdo impacta directamente sobre unas 30.000 mil pymes (en todo el país) en forma gratuita, ya que Mercado libre le proporciona un código a cada una con el que ingresan al portal sin costo alguno. Los beneficios son muchos, desde quedarse en casa para vender los productos, hasta tener un control personalizado de cómo y cuándo se vende. También les permite contar con MercadoPago para cobrar sus ventas a través de múltiples formas de pagos (con tarjetas, en cuotas, a través de Pago Fácil o Rapipago, etc.) de una forma fácil, rápida y segura.

En sí el beneficio económico que tienen estas empresas es que podrán acceder sin costo al Plan Premium de Mercadoshops por 6 meses, además de una bonificación de \$ 100 de inversión en marketing online en MercadoClics, administrando sus productos clientes y valores de envío en el portal.

Así también se le ofrece capacitación en los temas más relevantes acerca del uso herramientas y del comercio electrónico y disponer de un acuerdo especial con correos OCA para abaratar los costos de envío.

Los límites que tiene esta forma de venta son demasiado amplios, sobre todo para este tipo de empresas en donde el acceso a los medios de comunicación y a otros mercados eran bastante dificultosos y esto les da la posibilidad de vender y exhibir sus productos en todo el país a través de esta potente herramienta de comercialización electrónica que permitirá a los mismos generar una economía a escala y fortalecer los lazos de asociatividad.

---

<sup>24</sup> <http://www.losandes.com.ar>

## 2.2) Población Titulares de Derecho <sup>25</sup>

Contarán con la posibilidad de vender y exhibir sus productos en todo el país a través de esta potente herramienta de comercialización electrónica que permitirá a los mismo generar una economía a escala, fortalecer los lazos de asociatividad, alcanzar la autosustentabilidad y ser parte de la primera experiencia de este tipo en el país que ambiciona llegar a más de 250 e-shops con al menos 5 ventas en los primeros 6 meses de funcionamiento.

### 3) La Ruta de los Artesanos

La Ruta de los Artesanos es la unión entre distintos paseos ubicados a lo largo y ancho de la provincia de Mendoza, en el cual productores y artesanos que trabajan bajo el concepto de Economía Social, tienen un espacio genuino para comercializar sus productos elaborados con el mayor esfuerzo y dedicación de manos mendocinas, demostrando así en esencia Mendoza por dentro.

Actualmente son más de 300 los puestos de trabajo, en 16 puntos distintos de la provincia, abarcando los más diversos rubros de productos, tales como:

- Tabalartería y Cuero
- Antigüedades
- Tejidos
- Cerámicas
- Dulces y Conservas
- Vinos y Aceites
- Platería
- Otros.

A continuación mostraremos gráficamente la Ruta de los Artesanos así de esta manera tenemos una visión más abarcativa acerca del extenso territorio que abarca este espectacular programa. Pudiendo de esta manera visualizar como se distribuyen dentro de la provincia los distintos puntos de comercialización de los artesanos que forman parte de esta red, así también, ver la cantidad de puntos de venta que existe en cada departamento, verificando que estos se encuentran hasta en los departamentos más alejados como son Malargüe y General Alvear.

---

<sup>25</sup> <http://www.social.mendoza.gov.ar> Agosto de 2013



Esta fue una iniciativa que surgió en el año 2012, es decir que es un programa muy nuevo, pero a pesar de esto ha tenido un excelente impacto en el mercado de economía social, ya que según lo informado por el Coordinador del área de Desarrollo Emprendedor, el número de empresas interesadas en participar en distintos eventos o puntos de encuentro es cada vez mayor. Este proyecto funciona

organizando a cada uno de sus miembros y dándoles la oportunidad prácticamente única de poder desempeñar su negocio, accediendo a mercados que serían casi imposibles de acceder, si no fuera por este programa, (por ejemplo, nadie está autorizado a vender por sí solos en el predio de la Virgen) es por eso que el impacto de este programa ha desbordado los resultados deseados y cada vez son más los emprendedores que desean formar parte de este programa.

El principio que rige este programa es que debe ser vinculante entre todos los miembros de la sociedad, para que de esta manera el valor generado por cada uno sea en forma exponencial, para esto se conforman grupo de artesanos que trabajen en conjunto.

Pero para que esto funcione adecuadamente se debe colaborar con la búsqueda del bien común, además de cumplir con el reglamento de funcionamiento. Para que la convivencia sea lo más agradable posible.

Además de todos los beneficios que tienen los productores, también pueden comercializar bajo una marca colectiva, de modo tal que sea reconocida por todo el público como estrategia de marketing y que a su vez sea un sello de garantía de la calidad del producto. Además se trata de realizar una vinculación con toda la red de apoyo, tales como con organismos como INTI y INTA

El Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos, a través de la Dirección de Economía Social lleva a cabo la selección de emprendedores mendocinos interesados en formar parte de este programa provincial “La Ruta de los Artesanos”.

Los productos que comercializa cada productor son seleccionados y categorizados por los especialistas que trabajan en la dirección y se determina en que feria o paseo serán incluidos.

La iniciativa se realiza a través del Área de Desarrollo Emprendedor, junto a la Comisión Evaluadora de productos que posee el ministerio. Está destinada a todos los emprendedores y artesanos de la economía social que cuenten con la certificación de calidad artesanal y con dos a tres productos representativos de cada emprendimiento presentados para la venta.

La comisión evaluadora de productos es la encargada de la certificación de calidad de estos productos artesanales y está formada por profesionales de distintas áreas; Como marketing, Licenciados en arte, arquitectos, museólogos, diseñadores, profesores y chefs. Los mismos pertenecen a instituciones tales como los ministerios de Desarrollo Social y Derechos Humanos, Turismo, Cultura, la Universidad Nacional de Cuyo, la Municipalidad de Capital, el Instituto Manuel Belgrano y el Instituto Arrayanes.

### 3.1) Empresas Participantes

Aquí mostraremos algunas de las empresas que forman parte de este creciente mercado:





#### 4) Análisis de una Empresa visitada

Para evidenciar lo expuesto anteriormente, se visitó una empresa mendocina, ubicada en la Galería del Sol, en la Calle Las Heras de Ciudad.



### **Cromo Cueros: Un ejemplo de superación**

Cromo Cueros, es una empresa familiar, oriunda de Buenos Aires, que se dedica básicamente a la elaboración de prendas de cuero (camperas), carteras, bolsos, billeteras, cinturones, etc. Los cueros más utilizados son el vacuno, porcino, de carpincho, entre otros. Ellos comenzaron a trabajar el cuero, hace más de 35 años.

En esa provincia estaban bien posicionados, pero, a causa de ciertos problemas, hace 4 años, perdieron prácticamente todo lo que tenían establecido en Buenos Aires y vinieron a Mendoza en busca de nuevas oportunidades.

Cuando llegaron no tenían nada armado acá, ni los medios para hacerlo.

Indagando acerca de los lugares en donde podían comercializar sus productos, llegaron un día a la feria de artesanos de la calle Mitre y con un Artesano que también trabajaba el cuero como ellos, averiguaron cómo hacer para formar parte de esas ferias. De esta manera llegaron al Ministerio de Desarrollo Social, que al analizar su caso, fue derivado a la Dirección de Economía Social y Asociatividad, en donde les darían el empuje que necesitaban para salir adelante.

Después de algunas reuniones, presentaciones de los productos que realizaban, demostración de la calidad del producto y demás, asistieron a la Comisión Evaluadora de productos, en donde obtuvieron una excelente puntuación, lo que les permitió formar parte de los emprendimientos de la Ruta de los Artesanos.

De esta forma comenzaron a participar en distintas ferias, como por ejemplo la Feria “Paseo Artesanal Predio de la Virgen”, Feria Artesanal del Americanto y en el año 2012 viajaron a Chile para participar en la Feria internacional de Papudo. Esta Feria se organiza en conjunto entre La Municipalidad de Maipú, la Municipalidad de Luján de Cuyo y la Alcaldía de Papudo, en la cual se presentan 140 stands de ambos países y de toda América Latina. De esta forma su negocio fue avanzando.

La materia prima (cuero) que utilizan, tratan de que sea de productores locales, siguiendo uno de los principios de la Economía Social, salvo los herrajes, que viajan a Buenos Aires para comprarlos, debido a que, la variedad de oferta que se consigue es muy importante, así también como la diferencia de costos de los mismos.

La mayor parte de sus clientes son turistas, en general del país trasandino, reconocen el trabajo que estos emprendedores realizan y están conformes con los precios de los mismos, no sólo porque le beneficia el tipo de cambio, sino también porque en general, se comercializan a un precio menor que en otros locales del mismo rubro, ya que ellos mismos lo fabrican, eliminando de esta manera los intermediarios.

Como dijimos anteriormente es una empresa familiar que tiene su taller de producción ubicado en el departamento de Guaymallén y cada integrante de la familia tiene un determinado rol en el

proceso de producción, mientras el matrimonio confecciona las camperas en el taller, el hijo mayor atiende en el local.

Gracias a esto, hace ya casi más de un año y medio que lograron abrir su propio local, en la Galería del Sol, en la Calle Las Heras, de Ciudad de Mendoza, superando todas las barreras socioeconómicas con la que llegaron hace cuatro años atrás.

Se eligió este ejemplo por ser un interesante caso para el análisis, debido a que esta familia en 4 años pudo lograr con mucho esfuerzo, dedicación y trabajo, posicionarse dentro de este mercado, que según lo que nos comentaron, es difícil de ingresar, porque cuentan con un nicho de mercado, en general, reducido. Además en este rubro hay que tener un excelente conocimiento acerca de la calidad de los insumos utilizados, ya que una falla en el cuero consumido, provocaría que las prendas terminadas, queden mal confeccionadas o la durabilidad de las mismas no sea tan prolongada.

Aquí se demuestra claramente, cómo estas herramientas proporcionadas por el Ministerio, ayudan a progresar con un emprendimiento estancado o que no tiene los suficientes recursos para crecer, puede salir adelante, no sólo por la ayuda financiera, técnica o de asesoramiento, que puedan obtener, sino porque se crea un ambiente de mutua confianza que proporciona que los emprendedores vean a su producto como el mejor, generando la confianza en sí mismos necesarias para lograr triunfar en este medio. Es decir que se hace valer a la persona potenciando sus cualidades y habilidades.

## CONCLUSIÓN

Después de todo el análisis realizado, podemos concluir que los conceptos de Economía Social y Comercio Justo son muy importantes para el desarrollo económico regional, que no son aplicados sólo aquí, sino a nivel mundial.

Como vimos, las empresas de economía social son organizaciones empresariales democráticas, fundamentadas en la valoración de la persona y en entorno, por encima del capital, en las que los beneficios de la actividad son repartidos entre todos sus integrantes.

Este es un concepto a nivel mundial, aplicado por muchos gobiernos, para solucionar algunas desigualdades generadas en una sociedad.

Si bien este concepto tiene diversas variantes, según el contexto en el que se aplique, la mayoría de estos coincide en ciertos principios, como la responsabilidad y solidaridad, la primacía de las personas por sobre lo material, el respeto mutuo y trabajo conjunto.

Esto está totalmente relacionado con el concepto de Comercio Justo, que se refiere a la comercialización de un producto o servicio, basado en el diálogo, transparencia y respeto, en donde se trata de que el productor cobre un precio justo por el bien o servicio que se comercializa y a su vez que el consumidor pague un precio justo por el bien que recibe.

Este concepto nació hace más de 70 años en Estados Unidos, ganando importancia con el transcurso de los años y hoy es una metodología de comercio muy utilizada y con muchos beneficios para quienes trabajan con ella. Al igual que la definición de Economía Social, tiene ciertos principios que se repiten, más allá del lugar donde se apliquen.

Por la relevancia de este tema es que el Ministerio Social y Derechos Humanos de la Provincia de Mendoza implementa varios programas para fortalecer este tipo de economías.

Este trabajo lo hace principalmente bajo la Dirección de Economía Social y Asociatividad, que encuadra su accionar bajo la Ley Provincial N° 8.423, en donde se definen todos los puntos de acción, las definiciones, quiénes están sujetos, qué órgano la controla y quien la aplica, entre otros temas que trata.

Analizando en detalle la Dirección, se comprende exactamente qué programas se aplican para cada fin, quiénes son los beneficiarios de estos programas y qué requisitos generales se deben cumplir para acceder a los mismos.

Después de tener todos los conocimientos necesarios del tema, se contextualizó la situación de Mendoza, para determinar, por qué ciertos compradores y productores se comportan de tal manera y nuestra deducción fue que por un lado que no se dio mucha difusión a temas relacionados con

Economía Social, (que en los últimos años ha mejorado notablemente) y por otro lado los consumidores no se animan a cambiar, dejando de consumir productos industrializados dándoles apoyo a la economía local, y por último los productores que no se dan cuenta de que en forma colectiva, la sinergia que se forma es mucho mayor y se puede llegar a mercados impensados.

Esta Dirección aplica una herramienta muy importante que es la incorporación de la venta on-line de Comercio Justo, que les permitió a los productores estar actualizados respecto a la tendencia de los mercados, que sin la ayuda del ministerio, pocos emprendedores son los que se animan o tienen acceso a este tipo de programas.

Así también vimos que los emprendedores de comercio justo se encargan de los rubros más variados y se despliegan por toda la provincia.

Hoy en día los emprendedores registrados que reciben asesoramiento y ayuda son más de 500, ya sea personas solas o asociadas, y esa ayuda no es sólo económica, sino también es asesoramiento legal, técnico, marketing y comercialización.

La junta calificadora de productos no sólo cumple la función de calificar al producto o servicio presentado, sino también tiene una función indirecta, ya que incentiva al productor a que tenga ganas de mejorar el producto si es que no tuvo una buena calificación y a su vez presta más atención a ciertos detalles que antes no tomaba en cuenta.

Por último el caso analizado es un fiel reflejo de cómo actúa la Economía Social, dándoles las herramientas, conocimientos y sobre todo la confianza necesaria para que el emprendimiento sea exitoso y aporte un beneficio para toda la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

Argentina- Mendoza- Diario Los Andes- disponible en: <http://www.losandes.com.ar>  
[Septiembre de 2013]

Cotaggio, José Luis (ex rector de la Universidad de General Sarmiento y actual director de la maestría de Economía Social en la misma universidad- disponible en: <http://www.taringa.net/posts/info/1228799/Economia-Social.htm> - [Septiembre 2013.]

Ecolink- disponible en: <http://www.econlink.com.ar/economia-social> [Septiembre de 2013].

Economía Social.disponible en: <http://www.taringa.net/posts/info/1228799/Economia-Social.html> - [Septiembre de 2013]

España- Confederación de entidades para la economía social y autónomos de Extremadura- disponible en: <http://www.cepes-extremadura.org> – [Septiembre 2013]

Gobierno de Mendoza-- Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos- disponible en: [www.social.mendoza.gov.ar/desarrollo/index.php/promocion-social-laboral-y-educ/programas-promlab](http://www.social.mendoza.gov.ar/desarrollo/index.php/promocion-social-laboral-y-educ/programas-promlab) [Septiembre de 2013].

Gobierno de Mendoza-- Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos [www.social.mendoza.gov.ar](http://www.social.mendoza.gov.ar) [Agosto de 2013.]

Gobierno de Mendoza- Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos- Comercio Justo- disponible en: <http://www.mendoza.gov.ar/comerciojusto/> [Agosto 2013.]

Información para Pymes, autónomos y emprendedores-disponible en: <http://redautonomos.es/emprendedores/economia-social> [Septiembre de 2013]

Mendoza- Diario Digital- [disponible en :](#)

[www.alsurinforma.com/19/07/2012/presentaron-el-programa-comercio-justo/-](http://www.alsurinforma.com/19/07/2012/presentaron-el-programa-comercio-justo/)

[Septiembre de 2013]

Mendoza- Diario on-line-disponible en:

[http://elsolonline.com/noticias/view/125063/quieren-poner-en-marcha-centros-de-produccion-y-consumo-justos\\_1](http://elsolonline.com/noticias/view/125063/quieren-poner-en-marcha-centros-de-produccion-y-consumo-justos_1) Publicación del 10 de Febrero de 2012.

[Agosto de 2013].

Mendoza- Dirección de Desarrollo Social y Derechos Humanos. Guía de trámites [Junio de 2013]

Mendoza- Honorable Legislatura -Ley Provincial N° 8.423- 29 de Junio de 2012.

Mendoza- Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos-Área de Desarrollo del Emprendedor- Morcos, Marcelo- Entrevista personal. [Junio de 2013]

Organización Internacional del trabajo- <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/who-we-are/lang-es/index.htm> [Septiembre de 2013]

Organización mundial de comercio justo (WFTO)- disponible en: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/> [Septiembre de 2013].

Portal de economía solidaria [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo-](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo-) [Septiembre de 2013]

Presidencia de la Nación- Ministerio de Desarrollo Social- disponible en:<http://www.desarrollosocial.gov.ar> – [Septiembre 2013]

## ANEXO A



### Comercio Justo más allá de 2015

# Declaración

Por la presente hago un llamamiento a los líderes mundiales que se darán cita en Nueva York en septiembre de 2013, en la reunión de alto nivel sobre el marco global de desarrollo que sustituirá los Objetivos de Desarrollo del Milenio más allá de 2015, para que pongan las bases de un futuro marco global para el desarrollo que:

- ❖ Tenga como objetivo la creación de un mundo justo, equitativo y sostenible en el cual cada persona pueda desarrollar su potencial y vivir sin pobreza. Este marco debe basarse en los tres pilares del desarrollo sostenible (social, económico y medioambiental) y promover que todos los actores, a todos los niveles, adopten y pongan en práctica políticas coherentes para el desarrollo.
- ❖ Identifique la necesidad de reformar las normas y prácticas de comercio internacional con el fin de eliminar las desigualdades y permitir a los pequeños productores y a los trabajadores de países en desarrollo salir de la pobreza a través del comercio.
- ❖ Apoye iniciativas conjuntas para el desarrollo entre gobiernos, autoridades locales, empresas y ciudadanos, tales como el comercio justo, que aseguren acceso a los mercados para los productores desfavorecidos, garanticen modos de vida sostenibles, respeten las normas internacionales del trabajo, eliminen el trabajo infantil y fomenten prácticas agrícolas y de producción respetuosas con el medioambiente.

Organización:

Firma:

## **ANEXO B**

### **PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL**

#### **Ley 26.117**

**Establecerse la promoción y regulación del microcrédito, a fin de estimular el desarrollo integral de las personas, los grupos de escasos recursos y el fortalecimiento institucional de organizaciones no lucrativas de la sociedad civil que colaboren en el cumplimiento de las políticas sociales. Objetivos y Definiciones. Créase el Programa de Promoción del Microcrédito para el Desarrollo de la Economía Social y el Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito. Exenciones de impuestos y tasas.**

**Sancionada: Junio 28 de 2006.**

**Promulgada: Julio 17 de 2006.**

El Senado y Cámara de Diputados

de la Nación Argentina reunidos en Congreso,

etc. sancionan con fuerza de

Ley:

**ARTICULO 1º** — La presente ley tiene como objeto la promoción y regulación del microcrédito, a fin de estimular el desarrollo integral de las personas, los grupos de escasos recursos y el fortalecimiento institucional de organizaciones no lucrativas de la sociedad civil que colaboran en el cumplimiento de las políticas sociales.

De las definiciones.

**ARTICULO 2º** — A los efectos de esta ley se entenderá por:

Microcrédito: Aquellos préstamos destinados a financiar la actividad de emprendimientos individuales o asociativos de la Economía Social, cuyo monto no exceda una suma equivalente a los DOCE (12) salarios mínimo, vital y móvil.

Destinatarios de los Microcréditos: Las personas físicas o grupos asociativos de bajos recursos, que se organicen en torno a la gestión del autoempleo, en un marco de Economía Social, que realicen actividades de producción de manufacturas, reinserción laboral de discapacitados, o comercialización de bienes o servicios, urbanos o rurales y en unidades productivas cuyos activos totales no superen las CINCUENTA (50) canastas básicas totales para el adulto equivalente hogar ejemplo, cifra actualizada por el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS DE LA REPUBLICA ARGENTINA (INDEC), por puesto de trabajo.

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

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

**ARTICULO 3º** — Créase, en el ámbito del MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, el PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL, con los siguientes objetivos:

1. Fomentar la Economía Social en el ámbito nacional, propiciando la adhesión de las provincias a la presente ley, haciendo posible su inclusión en los planes y proyectos de desarrollo local y regional;

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

3. Organizar el REGISTRO NACIONAL DE INSTITUCIONES DE MICROREDITO;

4. Administrar el FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROREDITO que se crea en la presente ley, promoviendo la obtención de recursos públicos y privados;

5. Regular y evaluar periódicamente las acciones desarrolladas procurando mejorar su eficiencia y eficacia;

6. Desarrollar mecanismos que regulen y reduzcan los costos operativos e intereses que incidan sobre los destinatarios de los Microcréditos;

7. Implementar estudios de impacto e investigación de la Economía Social, generando un sistema de información útil para la toma de decisiones;

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

9. Promocionar el sector de la Economía Social, como temática de interés nacional, regional o local, en el marco de las transmisiones sin cargo previstas por la Ley de Radiodifusión o la que en el futuro sustituya a través del sistema educativo en general;

10. Propiciar la adecuación de la legislación y el desarrollo de políticas públicas en Economía Social.

De la Comisión Nacional de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social.

**ARTICULO 4º** — Créase la COMISION NACIONAL DE COORDINACION del PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL, la que actuará como organismo desconcentrado en el ámbito del MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION.

De las Funciones.

**ARTICULO 5º** — La COMISION NACIONAL que se crea por el artículo anterior tendrá las siguientes funciones:

1. Administrar el PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL;

2. Asegurar el cumplimiento de los objetivos de la presente ley, implementando las acciones necesarias para alcanzar los fines propuestos por el PROGRAMA;

3. Brindar información que le fuere requerida por el COMITE ASESOR, en temas referidos al seguimiento y monitoreo de la gestión del FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROREDITO;

4. Proponer, al MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, el dictado de los actos administrativos que fueren necesarios, para la asignación de los recursos del FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL, conforme las aplicaciones previstas en la presente ley;

5. Diseñar Programas de financiamiento, asistencia técnica y capacitación a favor de las referidas INSTITUCIONES DE MICROREDITO;

6. Proponer, el dictado de las disposiciones reglamentarias obligatorias para las INSTITUCIONES DE MICROREDITO, debidamente inscriptas en el REGISTRO NACIONAL DE INSTITUCIONES DE MICROREDITO;

7. Proponer, al MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, la fijación de topes máximos en materia de tasas y cargos que se apliquen a las operaciones de microcréditos financiadas con recursos del Fondo Nacional;

8. Proponer, al MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, la aplicación de sanciones, incluyendo la exclusión del REGISTRO NACIONAL DE INSTITUCIONES DE MICROREDITO en caso de comprobarse incumplimientos a la reglamentación respectiva;

9. Ejecutar los procedimientos de seguimiento, monitoreo, evaluación, proponiendo la aprobación o rechazo de las respectivas rendiciones de cuenta de Proyectos y Planes que realicen las INSTITUCIONES DE MICROREDITO.

La COMISION NACIONAL DE COORDINACION del PROGRAMA promoverá la organización de "Unidades ejecutoras Provinciales o Locales de Economía Social" para aquellas actividades que considere más conveniente realizar a esos niveles.

De su Organización y Composición.

**ARTICULO 6°** — La COMISION NACIONAL DE COORDINACION del PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL estará integrada de la forma que determine la reglamentación y estará a cargo de un COORDINADOR GENERAL, designado por el PODER EJECUTIVO NACIONAL, quien tendrá rango, jerarquía y remuneración equivalente a la de un Subsecretario ministerial.

De las funciones.

**ARTICULO 7°** — Serán funciones del Coordinador General:

1. Representar legalmente a la COMISION NACIONAL DE COORDINACION del PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL ante las autoridades nacionales, provinciales y con el sector privado;

2. Suscribir cartas compromiso con instituciones u organismos conforme lo disponga la reglamentación.

De los recursos.

**ARTICULO 8°** — El MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION afectará los recursos necesarios para el funcionamiento de la COMISION NACIONAL DE COORDINACION del PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL.

Del Comité Asesor.

**ARTICULO 9°** — La COMISION NACIONAL estará asistida por un COMITE ASESOR constituido por un representante de los Ministerios de Desarrollo Social de cada una de las provincias argentinas, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y de las

Instituciones de Microcrédito, conforme lo determine la reglamentación, quienes ejercerán sus funciones "ad honorem".

**ARTICULO 10.** — Serán funciones y deberes del COMITE ASESOR del PROGRAMA:

1. Asistir a la COMISION NACIONAL en todas las acciones tendientes a la promoción del Microcrédito;

2. Proponer y/o elaborar proyectos para intensificar, ampliar o perfeccionar la atención a las INSTITUCIONES DE MICROREDITO y a los destinatarios finales de sus acciones;

3. Contribuir en el examen y formulación de propuestas destinadas a atender las situaciones que exijan una acción coordinada de las entidades públicas y privadas dedicadas a esta temática;

4. Participar como nexo de comunicación entre la COMISION NACIONAL DE COORDINACION y las INSTITUCIONES DE MICROREDITO.

El COMITE ASESOR del PROGRAMA someterá a la aprobación de la referida COMISION NACIONAL DE COORDINACION del mismo, dentro del plazo que ésta determine, su respectivo reglamento de funcionamiento interno.

Del Registro Nacional de Instituciones de Microcrédito.

**ARTICULO 11.** — Créase, en el ámbito del MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, el REGISTRO NACIONAL DE INSTITUCIONES DE MICROREDITO, que tendrá a su cargo los procedimientos de inscripción y control de las Instituciones adheridas a los fines de la presente ley, conforme determine la reglamentación.

Del Fondo Nacional de Promoción del Microcrédito.

**ARTICULO 12.** — Créase, en el ámbito del MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION, un FONDO NACIONAL para la ejecución del PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO.

**ARTICULO 13.** — Dicho FONDO se aplicará a:

1. Capitalizar a las INSTITUCIONES DE MICROREDITO adheridas, mediante la asignación de fondos no reembolsables, préstamos dinerarios y avales, previa evaluación técnica y operativa de las propuestas o proyectos institucionales;
2. Subsidiar total o parcialmente la tasa de interés, los gastos operativos y de asistencia técnica de las INSTITUCIONES DE MICROREDITO que corresponda a las operaciones de su incumbencia;
3. Fortalecer a las INSTITUCIONES DE MICROREDITO mediante la provisión de asistencia técnica, operativa y de capacitación, en forma reembolsable o subsidiada.

De la integración.

**ARTICULO 14.** — El FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROREDITO estará integrado por:

1. Las asignaciones presupuestarias previstas en la presente ley y las que se establezcan en las respectivas Leyes de Presupuesto para la ADMINISTRACION NACIONAL de cada año;
2. Las herencias, donaciones, legados de terceros, cualquier otro título y fondos provenientes de organizaciones y agencias públicas o privadas de cooperación.

**ARTICULO 15.** — Fíjase, en la suma de PESOS CIEN MILLONES (\$ 100.000.000), el capital inicial del FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROREDITO, integrado con las partidas presupuestarias asignadas al MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL, y facúltase al Poder Ejecutivo nacional a efectuar las adecuaciones presupuestarias necesarias en el Presupuesto Nacional vigente. El mencionado FONDO podrá incrementarse conforme a los requerimientos presupuestarios de cada año.

De las Instituciones de Microcrédito y de los Programas.

**ARTICULO 16.** — Las INSTITUCIONES DE MICROREDITO tendrán a su cargo el financiamiento de "Emprendimientos de la Economía Social", como así

también, deberán desarrollar programas de capacitación, asistencia técnica y medición de los resultados de su aplicación.

**ARTICULO 17.** — La COMISION NACIONAL, promoverá la sostenibilidad de las INSTITUCIONES DE MICROREDITO y el acceso al mismo por parte de los prestatarios finales previstos en la presente ley, estableciendo PROGRAMAS de financiamiento, asistencia técnica y capacitación a favor de las mismas.

Del control.

**ARTICULO 18.** — La supervisión de la aplicación de los fondos otorgados para la constitución de las carteras de crédito, oportunamente entregados a INSTITUCIONES DE MICROREDITO, estará a cargo de la Comisión que se crea en el artículo 4° de la presente ley.

Dicha supervisión se extenderá hasta que se complete la primera colocación de la totalidad de los fondos recibidos por la respectiva INSTITUCION la que deberá presentar la documentación respaldatoria del total de los microcréditos otorgados, dándose por cumplida la rendición de cuentas, con el dictado del pertinente acto administrativo de cierre de la actuación.

La COMISION NACIONAL podrá monitorear las sucesivas colocaciones de fondos, especialmente el monto y la tasa de recupero alcanzado de acuerdo al contrato de crédito, quedando facultada a arbitrar los medios tendientes al recupero de aquéllos carentes de aplicación conforme los objetivos de la presente ley. Si se determinaran falencias, la institución de microcrédito será sancionada, sin perjuicio de las acciones legales que fueren menester. A los efectos indicados, las "INSTITUCIONES DE MICROREDITO" deberán cumplimentar las obligaciones informativas periódicas que establezca la reglamentación pertinente al PROGRAMA DE PROMOCION DEL MICROREDITO PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA SOCIAL.

Si se determinaran irregularidades, la INSTITUCION DE MICROREDITO será sancionada por el MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACION con apercibimiento, suspensión en el Registro por un plazo máximo de SEIS (6) meses o exclusión definitiva de aquél. La suspensión en el registro implica la imposibilidad de recibir recursos provenientes del FONDO NACIONAL creado por el artículo 12 de esta ley.

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

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

De las exenciones.

**ARTICULO 19.** — Las operaciones de microcréditos estarán exentas de tributar los impuestos a las ganancias, ganancia mínima presunta, al valor agregado, según corresponda.

**ARTICULO 20.** — Las INSTITUCIONES DE MICROCREDITO que reciban recursos provenientes del FONDO NACIONAL DE PROMOCION DEL MICROCREDITO deberán aplicarlos exclusivamente a los fines convenidos, debiendo conservar los que se encuentren en disponibilidad, en cuentas corrientes o cajas de ahorro de entidades bancarias hasta el momento de su otorgamiento.

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

**ARTICULO 21.** — Invítase a las provincias a adherir a la política de otorgamiento de exenciones de impuestos y tasas en sus respectivas jurisdicciones, como así también a crear Fondos Provinciales o Municipales de Economía Social destinados a los mismos fines previstos en la presente ley.

**ARTICULO 22.** — Incorpórase como apartado N° 10 del punto 16 del inciso h) del artículo 7° de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, texto ordenado en 1997, el siguiente texto:

"10." Los intereses de las operaciones de microcréditos contempladas en la Ley de Promoción del Microcrédito para el Desarrollo de la Economía Social."

**ARTICULO 23.** — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

Trabajo de Investigación: Empresas de Economía Social y el Rol del Ministerio de Desarrollo Social y Derechos Humanos en función a lo establecido en la Ley 8.423.

---

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS VEINTIOCHO DIAS DEL MES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL SEIS.

— REGISTRADA BAJO EL N° 26.117 —

ALBERTO BALESTRINI. — JOSE J. B. PAMPURO. — Enrique Hidalgo. —  
Juan Estrada.

**DECLARACION JURADA – Res. 212/99-CD**

“El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgredí o afecta derecho de terceros”.

Mendoza, 30 de Septiembre del 2013

Bedilla Anam  
Apellido y Nombre

23662  
Nº de Registro

  
Firma