

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

La moneda para un solo día y el crédito direccionado. Estrategias para facilitar la realización del valor creado por el trabajo en los emprendimientos de la economía popular en el Partido de Moreno, Pcia. de Buenos Aires.

Rosa Herrera.

Cita:

Rosa Herrera (2009). *La moneda para un solo día y el crédito direccionado. Estrategias para facilitar la realización del valor creado por el trabajo en los emprendimientos de la economía popular en el Partido de Moreno, Pcia. de Buenos Aires. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1316>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La moneda para un solo día y el crédito direccionado

Estrategias para facilitar la realización del valor creado por el trabajo en los emprendimientos de la economía popular en el Partido de Moreno, Pcia. de Buenos Aires

Rosa Herrera

*Lic. en Trabajo Social - UNLu
Asistente técnica Integral del IMDEL de Moreno
juarro771@hotmail.com*

Carolina Iban

*Próxima a graduarse en Sociología, UNLP
Asistente técnica Integral del IMDEL de Moreno
carolinaiban@gmail.com*

Valeria Freitas

*Próxima a graduarse en la Lic. en Trabajo Social, UNLu.
Asistente técnica Integral del IMDEL de Moreno
freitasvaleriaemilce@gmail.com*

Adela Plasencia

*Docente Investigadora de la UNLu.
Profesora de la Maestría en Economía Social de la UNGS.
Investigadora Asociada al PIETTE de Conicet
adelaplasencia@gmail.com*

1. INTRODUCCIÓN

El Partido de Moreno se encuentra a 37 Km. al oeste de la Capital Federal. Tiene una superficie de 186,13 Km² con una población de 443.096 habitantes, una densidad de 24 Hab/ha.y un 22,1% de hogares con NBI, correspondiente al 26% de la poblaciónⁱ. Se considera una “ciudad dormitorio” porque la fuerza de trabajo se desplaza diariamente a

ⁱ Datos del CNPV 2001.

otros centros urbanos (del primer cordón y Capital Federal). Adicionalmente, la escasa calificación de su mano de obra no permite su inserción en sectores dinámicos de la economía.

Atendiendo a esta problemática, en el año 2004 se crea, en Moreno, el Instituto Municipal de Desarrollo Económico Local (IMDEL). Este último impulsa, entre otras acciones, numerosos emprendimientos económicos en los sectores populares de Moreno y, en esta dirección se ocupan especialmente de los problemas de comercialización que enfrentan los emprendimientos.

En esta ponencia, se sintetizarán dos estrategias recientemente aplicadas: la implementación de un sistema de *crédito direccionado* y el intercambio de productos entre emprendedores con una *moneda para un solo día*.

2. EL IMDEL y la PROMOCION DE LA ECONOMIA SOCIAL

Uno de los 5 programas que el IMDEL lleva adelante es el de Economía Social y Microempresa. A través de este programa se implementa una política activa de ES. Para ello, existe una Coordinación General de Economía Social y Microempresa (Coo.E.S) conformada por un equipo de 39 personas; que se despliega en cuatro ejes de trabajo:

1) Financiamiento y/o subsidios, a partir del *Programa de Promoción y Financiamiento a emprendimientos*ⁱⁱ (PPFE).

2) Fortalecimiento de capacidades productivas a partir de *Asistencias técnicas Integrales* (ATI)ⁱⁱⁱ.

ⁱⁱ A través del Plan Nacional Manos a la Obra, Seguro de Capacitación y Empleo, Autoempleo, y Banco Social. En cada caso -de subsidio y/o financiamiento- se desarrolla un acompañamiento y asesoramiento al beneficiario, ya sea para la formulación de proyectos, como para la asistencia de solicitudes de microcréditos, etc.

ⁱⁱⁱ Estas consisten en asesoramiento y acompañamiento técnico integral a los emprendimientos que aporta herramientas para el crecimiento y sostenibilidad.

3) Encadenamientos productivos y redes de intercambio a partir del *Programa de Desarrollo de Productos (PDP)*^{iv}.

4) Estudio y desarrollo de nuevas formas y vías de comercialización para los productos de la ES a partir del *Programa de Desarrollo de Canales de Comercialización*^v.

Por otro lado, la Coe.E.S participa en el ámbito provincial y nacional, en pos de la adecuación de normativas orientadas al sector, a fin de promover la visibilidad e integración económica del mismo, como actor pleno de la economía^{vi}.

Los datos proporcionados por el IMDEL dan cuenta de 819 proyectos subsidiados de los cuales el 41% corresponde al Seguro de Capacitación y Empleo y el 59% al Plan Nacional Manos a la Obra. De estos emprendimientos el 50% corresponde al rubro manufactura, 23% a servicios, el 21% a comercial, y un 3% a otros rubros.

Entre los problemas detectados en los emprendimientos, el de la realización del valor de los productos ocupa un lugar fundamental. Y es en la búsqueda de hacer frente a estos problemas que se desarrollaron las dos estrategias que explicamos a continuación.

3. EL CREDITO DIRECCIONADO

La estrategia que se denominó *Moreno Produce "Indumentaria para todos"*, basada en el mecanismo del **Crédito direccionado**, se generó para impulsar la articulación, en el espacio local, entre estos dos grupos de emprendedores: los pequeños productores de

^{iv} Por él, y a través del *Centro Municipal de Diseño y Desarrollo de productos (CDDP)* se buscan y aportan parámetros de calidad, nuevas técnicas de producción y diseño permanente de productos y servicios orientados a la inserción en el mercado.

^v Este trabaja para posicionar dichos productos y la inserción en el mercado. A su vez busca consolidar la marca local *Hecho en Moreno*.

^{vi} Así, ha contribuido con las Leyes de Monotributo Social N° 24.977, (y su reforma por ley 25.865), de Microcrédito N° 26.117; la Ley Provincial 13.136 ALAS y la Ordenanza Municipal de Economía Social 1859/04 Permiso de Funcionamiento.

indumentaria (calzado, textiles y accesorios) y los comerciantes de estos rubros, a los que el IMDEL asiste técnica y financieramente.

3.1 Planificación e implementación del *crédito direccionado*

En la planificación e implementación de esta estrategia, participaron los cuatro equipos que conforman el programa de ES.

En estas reuniones se definieron los criterios para establecer quienes serían los compradores y los vendedores de la jornada^{vii}; el circuito administrativo a seguir; la magnitud y la distribución de los recursos materiales y de las personas necesarias para el armado y funcionamiento de la jornada y la modalidad de participación de los vendedores^{viii}

Una vez definida la totalidad de vendedores que participarían y, previo a la jornada, los técnicos del CDDP realizaron un control de calidad de las muestras de los productos que se expondrían. A su vez se realizaron reuniones informativas para explicarles a vendedores y compradores el circuito administrativo que se implementaría^{ix}

3.2 Desarrollo de la jornada

La jornada se desarrolló el día 11 de Diciembre de 2008, entre las 15 y 19 hs. en un sector al aire libre del edificio del Centro de Capacitación Laboral (CENCAL) de Moreno.

^{vii} Los compradores serían emprendedores comerciantes y/o revendedores y los vendedores serían los pequeños productores de indumentaria y calzado.

^{viii} Por ejemplo en el caso de productores textiles, para participar en un stand completo tuvieron que contar como mínimo con 3 modelos de prendas, 3 colores y 3 talles por cada uno. Y a su vez con 3 productos por cada modelo, talle y color. Es decir un total de 81 prendas. Los que no lograron alcanzar este requisito, compartieron el stand con otro productor con las mismas condiciones de disponibilidad de stock.

^{ix} Uso de una planilla de constatación de disponibilidad de crédito para cada comprador; forma de confección de los remitos; modalidad y lugar de entrega de los productos; firma de *mutuos* efectivización del pago a los vendedores, etc.

Los participantes fueron 56 compradores y 41 vendedores (35 del rubro textil, 3 de calzado y 3 de accesorios).

La dinámica de los intercambios cobró intensidad luego de un período de reconocimiento en el que los compradores observaron la oferta expuesta en cada stand.

Los equipos del ATI acompañaron en todo momento a los vendedores, mientras que los asesores del Banco Social hicieron lo propio con los compradores (asesorando en la correcta emisión de los documentos, que para cada paso, exigía el circuito administrativo).

Una vez finalizadas las compras, se procedió al cierre de planillas, habilitando el paso a la firma de *mutuos*^x y posteriormente la entrega de los productos.

3.3 Resultados de la jornada

El monto total en *créditos direccionados* disponibles para la compra se había establecido previamente en \$ 40.950. Las operaciones realizadas se hicieron por \$20.330,85, es decir, se utilizó el 49.64% del dinero disponible de lo que se infiere que el *crédito direccionado* es una condición necesaria pero no suficiente para que en jornada de este tipo se generen intercambios.

Poniendo la mira en las dificultades que pueden haber impedido la concreción de un mayor número de transacciones, se observa que la distribución de los puestos en el espacio y la exposición de los productos en los mismos resultaron dispersas, no favoreciendo la captación del interés de los compradores.

^x Documento contractual realizado entre el IDEB (Banco Social) y el tomador de crédito, para formalizar la transacción.

Las evaluaciones realizadas con posterioridad mostraron que: para los vendedores, la oferta fue insuficiente en magnitud y diversidad. Con menor incidencia, la oferta no coincidió con la demanda en torno a precios.

La encuesta tomada a los compradores mostró que los factores que determinaron la efectivización de la compra fueron:

- 1) La posibilidad de disponer de esta línea de crédito.
- 2) Las relaciones de confianza entre compradores y las instituciones ejecutantes.
- 3) La calidad de la oferta.

En cuanto a la calidad de materiales, terminaciones y diseño de la oferta, las mayores frecuencias de respuestas fueron^{xi}: Satisfecho y muy Satisfecho. Las respuestas más frecuentes en cuanto a la diversidad de productos ofrecidos fueron Regulares, Satisfechas e Insatisfechas. Respecto de los precios ofrecidos y los márgenes de ganancia que pudieron aplicar, las respuestas más frecuentes fueron: Regular y Satisfecho.

Hacia el final de este artículo, se señalarán algunas conclusiones sobre esta experiencia.

4. EL TRUEQUE Y LA MONEDA PARA UN SOLO DÍA

La idea de realizar encuentros para trocar entre emprendedores de distintos rubros, partió del grupo de tejidos^{xii}. Hacia fines del 2008, el equipo de ATI apoyó la iniciativa, facilitando el contacto con los emprendedores de otros rubros y acompañó la organización de los encuentros.

Se realizaron tres encuentros en distintas localidades del partido en los que participaron entre 10 y 12 emprendedores, en su mayoría mujeres, cuyos emprendimientos habían sido subsidiados por los programas de autoempleo de nivel nacional.

^{xi} Siendo las opciones de respuesta: muy insatisfecho, insatisfecho, regular, satisfecho y muy satisfecho.

^{xii} Este grupo tiene por objeto compartir experiencias sobre la actividad de tejido llevada a cabo, delinear estrategias para realizar compras conjuntas, para la producción y también para la comercialización de sus prendas. Reciben asistencia técnica como grupo, por el equipo del ATI y del CDDP.

Los rubros presentes fueron: indumentaria textil (femenina, masculina, deportiva, de cama y tejidos artesanales); accesorios para el hogar, calzados, productos gastronómicos, lencería, mercería, perfumería, bijouterie, bolsas de compras ecológicas y productos básicos de alimentación.

4.1 **Del *trueque directo* a la moneda para un solo día**

Durante los preparativos se evidenció un hecho: la percepción crítica (con elementos positivos y negativos) que los emprendedores tenían, acerca de lo que había sucedido en la Argentina con la experiencia de “El Trueque”, de la cual casi todos ellos habían participado^{xiii}.

Por tal motivo, para el primer encuentro, que se realizó hacia la Navidad del 2008, se optó por la modalidad de *trueque directo* –es decir sin ningún “medio facilitador del intercambio”.

La experiencia fue evaluada como muy positiva por los participantes, porque se realizaron muchas operaciones. Pero también se verificó la principal limitación del *trueque directo* -la “necesidad de doble coincidencia”- que dificulta la realización de muchos intercambios. Por tal motivo, integrantes del ATI se pusieron en contacto con investigadores de la Universidad Nacional de Luján para analizar la posibilidad de introducir una moneda alternativa que permitiera dinamizar los intercambios.

^{xiii} La llamada experiencia de “el Trueque” en Argentina (iniciada en 1996 por un grupo de 20 personas), había evidenciado una capacidad insospechada para hacerse cargo de la exclusión (llegaron a vincularse con él alrededor de 6 millones de personas durante el pico de la crisis económica 2001/02). Pero diversos problemas derivados de la masividad, que su dirigencia no pudo resolver, se expresaron en el surgimiento de comportamientos especulativos (e incluso delictivos), falsificación de la moneda alternativa que allí circulaba (llamada “créditos”), sobreemisión, hiperinflación, etc., que hicieron colapsar la experiencia hacia el 2003/04, provocando un sentimiento de frustración y desengaño en gran parte de la sociedad.

La propuesta que elaboró la UNLu, en cooperación con la Universidad de La Haya^{xiv}, fue la creación de una *moneda para un solo día*, que fue implementada con éxito en la segunda y tercer jornada, realizadas durante el mes de enero.

4.2 Diseño y funcionamiento de la *moneda para solo un día*

Los emprendedores bautizaron a la moneda alternativa que se crearía con el nombre de “Emprendedor” (en adelante E):

“¿Porque eso somos, no?” (Alicia, 43 años).

Las características de su diseño serían las siguientes:

- 1) serviría para un solo día, con la idea de facilitar los intercambios entre productores que no tenían una frecuencia de intercambios regular. Así, la moneda se creó al principio del encuentro y se destruyó, al finalizarlo.
- 2) tendría un respaldo al 100%, para enfrentar la percepción negativa que había quedado de los “créditos”. De este modo la moneda fue aceptada fácilmente.
- 3) tal respaldo sería constituido por productos de los mismos emprendedores. Esta regla tuvo un propósito práctico: todos pudieron aportar a la constitución del respaldo de la moneda. Pero también tuvo el propósito pedagógico de desfeticizar el dinero (al develar el mecanismo de su creación y gestión adecuada) y un sentido emancipador (al reafirmar el trabajo humano como creador de la riqueza).
- 4) Se decidió adoptar una paridad 1 a 1 con el peso de curso legal.

4.3 Desarrollo de la experiencia de *moneda para un solo día*

La experiencia se desarrolló del siguiente modo:

- 1- Se creó la moneda utilizando rectángulos de papel en blanco. Los participantes escribieron en el frente su denominación y valor (“10 emprendedores”, “5

^{xiv} Georgina Gómez, de la Universidad de la Haya, participó en el diseño de esta moneda alternativa.

emprendedores”, “2 emprendedores” y “1 emprendedor”). La cantidad de moneda creada fue a razón de 30 E por participante.

- 2- Se constituyó un fondo de *respaldo* de la moneda. Para esto cada participante puso parte de su producción en una mesa que se llamó *Tesoro*, por un valor de \$30. A cambio recibió 30 E (cuyo respaldo eran los bienes dejados en el *Tesoro*).
- 3- Cada participante armó su puesto de venta. Comenzaron a comprar y vender con los E que cada uno tenía, hasta que se agotaron las transacciones deseadas.
- 4- Cada participante fue al *Tesoro*, entregó los E que quedaron en su poder y, a cambio, el *Tesoro* le entregó productos de los que estaban como *respaldo* en el *Tesoro*.
- 5- Cuando la totalidad de los E hubieron regresado al *Tesoro*, y todo los productos que sirvieron de *respaldo*, volvieron a los participantes, se destruyeron todos los E.

4.4 Resultados del *trueque directo* y la *moneda para un solo día*

Los participantes consideraron sumamente positivos estos encuentros de intercambio:

“en mi casa, para la navidad, no hubo solo pan dulce, que es lo que yo fabrico, hubo regalos para mis hijos, que compré... con mis panes dulces” (Josefina, 50 años).

Comparativamente, las dos experiencias realizadas con *moneda para un solo día* fueron vistas como “*más fáciles*” “*más ágiles*”, “*más dinámicas*”, que el primer encuentro de *trueque directo*.

Las entrevistas realizadas con posterioridad revelaron que cada participante había efectuado ventas por un valor de 60\$^{xv}.

^{xv} Como cada uno contaba con un monto inicial de 30\$, puede deducirse que la velocidad de circulación de la moneda fue de 2.

5. CONCLUSIONES

Las dos experiencias que hemos sintetizado dan cuenta del potencial privilegiado que tiene el Estado para desarrollar estrategias que no sólo apoyen la economía popular en el partido, sino que también impulsen, mediante el trabajo asociado y en red, una ES.

En efecto, el *crédito direccionado* permitió efectivizar el compra local. Pero lo hizo en base a las redes de confianza^{xvi} logradas a partir del sostenimiento de políticas activas para la ES.

Esta experiencia permitió la ejercitación para los productores de roles comúnmente no asumidos -venta por mayor por ejemplo. Los vendedores aceleraron la recuperación del capital circulante, y los compradores pudieron ampliar sus negocios con el crédito, lo que les permitió a ambos grupos, mejorar las posibilidades de crecimiento económico de sus emprendimientos.

Por su parte la *moneda para un solo día* pudo:

1. desarrollar una dinámica inclusiva, ya que la participación no exigió la disponibilidad de dinero de curso legal.
2. evitar el atesoramiento (dado que el billete se extinguiría al final) promoviendo de esta manera el aumento de los intercambios.
3. otorgar al trabajo un lugar de supremacía, simbólica y real, al constituirse en el *respaldo* de la moneda en circulación.

Ambas experiencias impulsaron la valorización del trabajo al permitir la realización del valor creado por este. Se impulsó también la autonomía de los emprendedores y en el caso del trueque se suma un rol más activo en la organización, operativización y sostenimiento de los espacios físicos.

^{xvi} Nótese que sin estas redes de confianza, entre la institución y los participantes de la jornada, no hubiera sido posible que el dinero llegara a los vendedores como lo hizo: sin pasar por las manos de los compradores, que no obstante fueron los sujetos del crédito.

Además, al colocar *cara a cara* a productores y compradores se posibilitó la promoción indirecta del comercio justo, puesto que se hizo visible que el beneficio de uno no significó el perjuicio del otro, sino el beneficio mutuo. Sin duda esto contribuye a impulsar otro tipo de lazos sociales (a partir de saberse pares, con igualdad de oportunidades, en un espacio compartido).

Que los mismos emprendedores perciban la complementariedad posible entre ellos, es sin duda un resultado positivo de ambas experiencias aquí comentadas. Porque permite avanzar en la consolidación de un subsistema de economía social internamente articulado, que posibilite la conquista de mayores grados de autonomía (con respecto a la economía capitalista) a la vez que da indicios sobre las formas de construcción de una *subjetividad no capitalista*^{xvii}.

^{xvii} La cuestión de la necesidad de construcción de una nueva subjetividad para llevar adelante un proyecto de Economía Social en Veronese, Marilia –organizadora- Economía Solidaria y Subjetividad. Ed. Altamira. Bs. As.2007, y también Rey, F.G. Sujeito e subjetividade. Pioneira Thomson Learning. São Paulo, 2003.