

las políticas públicas y las instituciones vinculadas al microcrédito¹

Otra de las actividades principales del VI Congreso Federal de Economía Solidaria "Alberto Lettieri", I Congreso Pyme y Micropyme, y I Congreso Indoamericano de Economía Solidaria, organizado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), fue el panel "Las Políticas Públicas y las instituciones vinculadas al Microcrédito", que abordó los Programas de Políticas Públicas que lleva adelante el Estado Nacional a través del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el INAES, CONAMI y el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial), destinadas al sector de la economía solidaria: "Monotributo Social", "Marca Colectiva" y "Compremos lo Nuestro". Participaron como expositores del panel el Coordinador del Subprograma de Comercio Electrónico del INTI "Compremos lo nuestro", Ing. Fabián Carrizo; la Directora Nacional de Marca Colectiva, Lic. Mariana Thompson, y la Directora Nacional de Fomento del Monotributo Social, Dra. Claudia A. Bernazza.

Compremos lo nuestro, una red para la Economía Social

Fabián Carrizo

Dentro del Subprograma de Comercio Electrónico del INTI tenemos como herramienta de comercialización un portal Web llamado Compremos lo Nuestro y cuya dirección es www.compremoslonuestro.com.ar Esta exposición va a tratar de describir cómo es esta herramienta.

Lo que desde el INTI se propone es poner a disposición de los productores de la Economía Social una alternativa de comercialización. Es una iniciativa que venimos desarrollando conjuntamente con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

La idea surgió a partir del año 2003 cuando desde el INTI se creó este portal, orientado más a las PyMEs y MicroPyMEs. Quienes aparecieron

(1) Panel desarrollado en el marco del Congreso de Economía Solidaria y Asociativismo PyME y Micropyme, organizado por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), que tuvo lugar entre el 26 de septiembre y el 2 de octubre de 2011, en Parque Norte, Ciudad de Buenos Aires.

principalmente fueron productores de la economía social. Así, se trabajó en instancias compartidas desde los distintos sectores y a partir del año 2009 se impulsó una decisión política fuerte de trabajar articuladamente con el Ministerio de Desarrollo Social y exclusivamente con sectores de la economía social. Esto es, con un conjunto muy heterogéneo y amplio de productores, ya que es un espacio que continúa constituyéndose. Dentro del mismo encontramos a emprendedores, productores, organizaciones de productores, cooperativas y microempresas. En estos cuatro segmentos estamos resumiendo quiénes son los productores que hoy en día están trabajando desde el portal.

El requisito principal para participar del Portal, es ser productor de la economía social. Muchas veces se acercan algunos otros productores y emprendedores que no tienen ese sesgo de la economía social, a los cuales les comentamos que existen ofertas en el mercado de canales de comercialización por portales Webs. Nuestro portal, al ser una herramienta gratuita y una política del estado, prioriza a todos los actores de la economía social.

¿Qué cosas les pedimos a los productores para poder participar? Primero que tengan CUIT o alguna otra forma de facturación. Cuando no lo tienen los derivamos a Claudia Bernazza, funcionamos como una oficina más del Monotributo Social porque nos parece que existen herramientas desde el Estado para facilitarles el trabajo a los productores. Otro requisito es tener una cuenta bancaria, para así nosotros disponer de un lugar donde nosotros les podamos depositar la plata. Para participar del portal les pedimos a los productores aceptar un contrato de adhesión, donde se determinan los límites y las responsabilidades de los mismos. Y por último que deben utilizar una cuenta de correo electrónico.

Nosotros les hacemos entender a los productores que no por estar en Internet van a llover las ofertas de consumo. Si bien las hay, también es cierto que se tienen que visibilizar. Y para esto, desde el portal los vamos acompañando en lo que respecta a cómo mostrar sus productos. Entonces, no se trata solamente de vender sino de mostrar aquello que vienen haciendo.

Si alguien tiene algún canal de comercialización, Internet no lo reemplaza. Suma, pero no lo reemplaza. Entonces, estar en el portal representa una ayuda. Ahora bien, si el productor, los productores, el grupo o la cooperativa quieren estar en ese portal, el hecho de que quieran abrir su propia página Web o tener su propio Facebook, es muy bienvenido. Cuanto más, mejor. Pero eso también exige bastante trabajo.

¿Cómo trabajamos desde el portal?

Muy sencillo: Alguien quiere comprar, por ejemplo, cinturones de cuero. Los ve en el portal y lo compra. Bien, ¿qué le ofrecemos desde el portal? Que pueda pagar con tarjeta de crédito, contra reembolso a través de un acuerdo que tenemos con Correo Argentino o que pueda imprimir un cupón e ir a cualquier local de Pago Fácil a pagarlo. Al productor le va a llegar un E-mail que le avisa que tiene una venta y él, a las cuarenta y ocho horas a partir de la llegada de ese correo electrónico, tiene que hacer el despacho a través de Correo Argentino.

Elegimos Correo Argentino porque es el único que garantiza la llegada a todo el país y porque nos han hecho un precio diferencial muy importante. Los envíos cuestan entre ocho y quince pesos y todo productor tiene que ir a la oficina del correo, armar las cajas y mandarlas. Cabe recordar que tenemos un curso para armar las cajas.

Una vez que se acreditan los fondos de aquel que compró, éstos llegan a la cuenta del INTI. Por nuestra parte, entre los días hábiles del uno al diez del mes siguiente, le depositamos al productor el importe de la venta efectuada. A su vez, vamos monitoreando todo el sistema. Digo, quién compró, cómo respondió el productor y dónde está esa caja. Sobre todo, si a las dos semanas no llegó el producto a la casa del consumidor, enseguida aparece el llamado por teléfono a nuestra oficina reclamando el producto. La operatoria la estamos trabajando desde ese lugar. Dinero mail es el sistema y la plataforma que nos acredita que la tarjeta de crédito es válida. Una vez aprobado esto, se realiza el pedido al productor y el Correo Argentino hace la entrega de los productos.

Queremos que el portal sea un producto que no se utilice solamente para la venta, sino que nuestra intención es que aquel que compre empiece a entrar en otras lógicas. Como organismo de gobierno, planteamos que otra economía es posible y promovemos la economía social. Para eso, creo que también debemos tener una actitud militante en lo que respecta a que otro consumo también es posible; que no solamente aquel que tenga dinero puede comprar aquello que quiere y donde el objeto producto es únicamente lo que importa. En absoluto. Nos interesa que haya un consumo responsable y que los productores puedan presentar sus productos. A ver, estos no son cualquier producto, sino que son productos que tienen historia, cultura, tradición y que promueven el desarrollo local. Quien apuesta a la economía social lo está haciendo también al crecimiento de todos sus compañeros.

Con Mariana Thompson venimos trabajando desde hace bastante tiempo. Muchos productores del Compremos lo Nuestro han participado de ferias que viene

impulsando el Ministerio de Desarrollo Social, así como los distintos productores que son acompañados por este Ministerio se integran luego a nuestro portal.

Por otro lado, como INTI brindamos distintas capacitaciones productivas a los productores. Por ejemplo, a los productores de alimentos. A ellos les pedimos que tengan una habilitación. Si no la tienen, trabajamos en conjunto para ver cómo puede acceder a ella. Si se requiere de capacitación, vamos generando regionalmente masa crítica de productores que puedan recibir esa asistencia, por caso, buenas prácticas en la producción de productos alimenticios.

Institucionalmente al INTI no le interesa vender. En cambio, sí le interesa que haya transferencias de tecnología a los productores para que puedan producir de manera más eficiente.

Las responsabilidades del portal

El portal es totalmente gratuito, no tiene costo alguno. De hecho, aquellos servicios que sí se cobran están subsidiados. Entre ellos, las tarjetas de créditos (que cobran el 3% por cada una de las transacciones) o el Correo Argentino (que cobra por el servicio de contra-reembolso el 4%) Contamos con todos los medios de pago, hacemos el asesoramiento técnico y vamos acompañando tanto a los productores, como también a los consumidores.

Las responsabilidades de los productores

A los productores les pedimos que carguen sus productos. Si quieren vender por Internet, cada uno tiene que cargar sus productos y describirlos. También los acompañamos en ese proceso: cómo describir y cómo sacar una buena foto. Internet básicamente tiene esos dos elementos: imágenes y palabras. No hay más misterio que eso. Ahora bien, cómo describir y cómo presentar, en eso también los vamos acompañando.

Por otro lado les pedimos cumplir en tiempo y forma los plazos de entrega. Si alguien consume algo en el portal y el producto le llega un mes después que cuando le tenía que haber llegado, esto no impacta en ese productor sino en el conjunto de productores.

Otro requisito es cumplir en línea con las normas vigentes. Aquel que no las alcance, lo acompañamos para que las pueda lograr. Por otro lado, le pedimos que mantengan los precios actualizados.

Contenidos del portal

El Portal es una herramienta de comunicación, allí se ve la heterogeneidad y lo rico de nuestro sector de la economía social y solidaria. En el portal hay

información de Marca Colectiva, de Monotributo Social, del Ministerio de Trabajo, de la Subsecretaría de Agricultura Familiar y hay productos con sus descripciones, hay de todo, para todos.

Tiene dos partes. Por un lado está dirigido hacia los consumidores – para que puedan contar con información y saber a quién le están comprando- y por otro hacia los productores. Intentamos integrar a los productores para que también puedan recibir beneficios en la asociación de productores. Queremos que el espacio de los productores sea visible y que sea una alternativa de soluciones para ellos mismos, que se construya conjuntamente con el Estado pero también entre los productores.

Marca colectiva

Mariana Thompson

La Marca Colectiva es un signo distintivo común para identificar productos elaborados y servicios prestados por agrupamientos de emprendedores de la Economía Social. Representa los valores del trabajo asociativo, identidades locales, métodos productivos comunes y estándares compartidos para cada uno de los productos.

Uno de los objetivos con el que trabajamos desde el Ministerio de Desarrollo Social es generar posibilidades de comercialización. Estamos convencidos de que existen formas alternativas y nuevas que la economía social tiene que descubrir y empezar a utilizar. Esto es, Internet y la compra electrónica. La experiencia marca que muchos de los productores que participan en las ferias a nivel nacional que se hacen desde el Ministerio, han logrado sostener ventas en el tiempo a través del portal. Aquella persona que pasó por la feria, que compró un producto y que le resultó agradable y a buen precio, ha sostenido en el tiempo su consumo a través del portal.

El Ministerio de Desarrollo Social cuenta con muchas herramientas vinculadas a la economía social. Entre ellas, el Microcrédito, el Monotributo Social y la Marca Colectiva son las que más se institucionalizaron. Digo esto porque se trata de tres leyes nacionales promovidas por la Ministra Alicia Kirchner que se transformaron en políticas de Estado. Esto es, que tanto el Microcrédito, como el Monotributo Social y la Marca Colectiva han quedado como derechos institucionalizados y exigibles por todos.

En la historia de acompañamiento que tiene el Ministerio en cuanto a la economía social, desde el año 2003 en adelante algunas de estas herramientas

se han ido transformando. En un comienzo se trabajó mucho con el fortalecimiento de las unidades productivas. Incluso, recuperando el tema de los saberes de cada uno, con la entrega y el subsidio de herramientas de trabajo para incentivar lo que muchos compañeros venían haciendo. Por suerte, el desarrollo y el fortalecimiento de estas unidades productivas han ido permitiendo que aquello que les iba pasando a los productores, a los artesanos y a los emprendedores nos interpelara como Ministerio y tuviéramos que ir generando nuevas herramientas de formalización. Así, surgió el Monotributo Social como una necesidad, apareció también el tema del Microcrédito y, cuando muchos productores ya tenían un producto de calidad y estaban en la búsqueda de formalizar la comercialización, aparece la “Marca Colectiva” que apunta a emprendimientos que están ya en la etapa de comercialización. “Marca colectiva” no es para aquellos grupos que están iniciando una actividad productiva sino para quienes tienen desarrollado ya un producto de calidad y quienes han logrado, aunque sea informalmente, algunos canales de comercialización.

¿Qué es una marca comercial?

Es un **signo** que identifica a un **producto o servicio de una empresa**, lo distingue de otras y puede otorgarle mayor competitividad. La Ley 22.362 es la que rige las marcas en nuestro país. Pueden ser marcas que tengan un nombre o pueden ser simplemente un logo. Esto permite generar un prestigio que hace que cualquier persona, viendo esta marca o este nombre, pueda hacer referencia a un producto y a una calidad respecto de eso que está buscando.



¿Qué es la Marca Colectiva?

A partir de la sanción de la Ley de Marca Colectiva N° 26.355, la entendemos como un signo distintivo común que identifica productos o servicios vinculados a la economía social. Esto representa valores, métodos productivos comunes y estándares compartidos. El signo de la primera marca colectiva que

se inscribió corresponde al MTL La Brava, una cooperativa minera recuperada de la zona de Tumbaya en Jujuy. Ellos recuperaron la mina y empezaron a generar un producto alternativo: las briquetas de carbón vegetal. El MTL no sólo ha logrado una fuerte red de comercialización sino que también han incorporado compañeros al trabajo. Ellos fueron la primera marca colectiva que tuvimos.



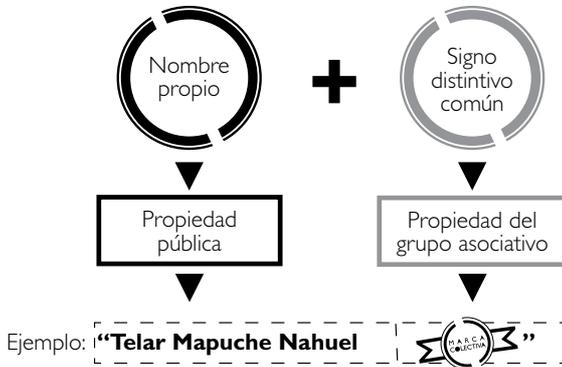
Cuando uno compra la bolsa de briquetas de carbón o del carbón vegetal que ellos venden, este signo de “Marca colectiva” pegado a ese caramelo o, como nosotros le decimos, a esa cucarda, quiere decir que atrás de esa bolsa hay trabajo compartido, mucho esfuerzo de los compañeros, mucho tiempo de haber cortado la ruta y todo el proceso de recupero del espacio productivo. Y lo importante es que ellos siguen pensando en lo colectivo; siguen buscando más estrategias de producción y más estrategias de comercialización.

¿Cómo definimos a los agrupamientos de Marca Colectiva?

Hablamos de un mínimo de seis personas. Para inscribir una marca colectiva, la ley dice que no es necesario tener una figura jurídica previa al momento de gestionar la marca. Esto resulta novedoso porque incluye a aquellos grupos que, si bien están en proceso de formalización, a la hora de charlar podemos constatar valores asociativos y colectivos, tanto en el proceso productivo, como en el proceso de comercialización. No es necesario que un grupo que quiere gestionar una marca produzca un mismo producto. A veces comparten espacios de comercialización -como pueden ser ferias locales- y arman una estrategia común entre aquellas personas que producen diferentes bienes o que llevan adelante diferentes servicios. También ahí es constatable el tema de lo colectivo, de buscar juntos un mismo camino para salir adelante.

Visualmente identificamos la marca como estaba en un principio. El nombre propio es propiedad del grupo asociativo, es decir, que es propiedad de todos sus miembros. Acá no hay un dueño ni una franquicia que se sede, sino que la propiedad de la marca es un bien de todos los miembros del grupo. Todos son responsables tanto de generar un prestigio y de cuidarlo, así como también de generar estrategias para posicionar la marca. Y la marca va acompañada por el signo distintivo común, que es propiedad pública.

Identificación visual de la marca



Los objetivos

Uno de los objetivos de “Marca Colectiva” es otorgar valor agregado; generar visibilidad -acompañado por una estrategia como el portal, las ferias o los encuentros nacionales-; acompañar el desarrollo de mejoras en la calidad de los procesos productivos -la ley nos pide que nos vinculemos desde la marca colectiva tanto con el INTI, como con el INTA para mejorar estos procesos productivos, de ahí que existan convenios donde nosotros acompañamos a los emprendimientos que tienen marca colectiva para capacitaciones, asistencias técnicas y ensayos, en el caso del INTI -y lo mismo en los programas que desarrolla el INTA-, y promover los valores de la economía social, el comercio justo y el consumo responsable.

Ejes centrales del Programa “Marca Colectiva”: Economía Social y Comercio Justo

De ahora en adelante, se viene una etapa donde será muy importante el trabajo que vamos a realizar hacia los consumidores. Venimos desarrollando muchas estrategias hacia los productores. Nos falta ahora salir a decirle concretamente las cosas a los consumidores. Es decir, debemos explicitar más abiertamente todo lo que respecta al consumo responsable. Me refiero a promover el tema de la igualdad de oportunidades, el respeto al trabajo de los demás y que otra economía es posible sólo cuando el consumidor tiene el derecho de conocer qué compra cuando compra, por qué lo compra y qué plus lo ponen al producto los distintos productores. Esto es una cuestión de conocimiento.

Los principales beneficios

La mejora en los procesos productivos y de servicios, el desarrollo de canales alternativos de comercialización y el fortalecimiento de los espacios asociativos y de gestión, son los principales beneficios del Programa; como así también el hecho

de valorar y fomentar relaciones comerciales en un marco de equidad, respeto e igualdad de oportunidades. Se trata de una estrategia colectiva de desarrollo.

Dimensiones de la Marca Colectiva

Inscripción en el Registro de Efectores e INPI

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) trabaja conjuntamente con el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI), que es quien registra las marcas. El INPI es un ente centralizado, sólo está en Buenos Aires. La territorialidad y el trabajo en todo el territorio lo llevamos a cabo desde el Ministerio de Desarrollo Social, pero el trámite se realiza exclusivamente en Buenos Aires.

¿Cómo acompañamos los procesos o a aquellos grupos que deciden inscribir una marca? Tenemos un grupo de diseñadores gráficos que trabajan sobre el diseño. En muchos casos lo que hacen es mejorar lo que cada una ya viene desarrollando. Los diseñadores nos piden todas las etiquetas y folletos que han hecho a lo largo del tiempo estos grupos y ahí se sientan con ellos para ver qué es lo que quieren transmitir. Esto se hace porque hablamos de marcas que son diferenciadas y que tienen que ver con la transmisión de lo que el grupo quiere poner en relieve.

Fortalecimiento para el desarrollo de la Marca

Trabajamos también en lo que respecta a fortalecer la gestión del emprendimiento, en armar planes de negocios y en vincularlos con las otras áreas que gestionan herramientas para la economía social, ya sea dentro del Ministerio o en otros organismos nacionales. El plan de negocios implica plantear estrategias de comercialización. Desde el ámbito legal -porque las marcas no dejan de ser un trámite legal-, tenemos un grupo de abogados que realizan un acompañamiento también desde lo formal.

Nosotros trabajamos con un reglamento de uso, en el que es el mismo grupo el que establece las condiciones sobre cómo van a utilizar la marca. Algunas de las marcas que ya fueron concedidas son las siguientes: MTL La Brava; una textil de la Tupac Amaru; Bichino, que es una empresa de la zona de Arroyo Seco que está haciendo calzado industrial; Red Pugna, que son tejedoras de la puna de Jujuy; Manjares de la loma; Apicultores de Tucumán y Las huélas del vino, que son elaboradores de vino casero de la zona de Cuyo.

El trámite, en el caso de las marcas colectivas, es gratuito. Si uno se dirige al INPI para presentar una marca regular tiene un costo de trescientos pesos por marca. En el caso de las marcas colectivas es gratuito a través del Ministerio de Desarrollo Social.

Por último, cabe destacar que desde el Ministerio se realiza un seguimiento a través de un programa de asistencia técnica para implementación de mejoras y desarrollo de canales de comercialización.

Monotributo Social

Claudia Alicia Bernazza

El Monotributo Social es la posibilidad de inscribir en la economía formal de este país una economía que tiene otro enfoque. Es la carta de ciudadanía de la economía que por ahora llamamos “social y solidaria”, pero que es ni más ni menos que “la economía” tal como nosotros la concebimos. Esta es una definición política. Todo el mundo económico se basa en la decisión de cómo van a ser los intercambios. Y esas decisiones son políticas.

Así, toda economía es social. Sólo que la economía capitalista está manejada por un grupo que cree que el orden social tiene que ser de una manera donde prevalezcan los más fuertes. En cambio, la economía a la que nosotros aspiramos está basada en la cooperación y en la solidaridad. Es por esto, que -dado que por ahora somos culturalmente perdedores y un tanto invisibles- nos autodefinimos como economía social y solidaria. Ahora bien, no queremos formar parte de una economía paralela. No queremos hacer una economía de pobres para pobres, ni tampoco queremos ser el pelotero donde entretenemos a los pobres para que, de esta manera, no vayan por la lucha social o por la redistribución de la riqueza. Nosotros vamos por toda la economía y vamos también por un nuevo orden económico.

Creemos que otra economía es posible. Pero para eso es necesario tener el poder político. Esta es la discusión de “poder” que planteaba Ricardo Rouvier en su exposición. Por eso, la economía social necesita actores políticos que diseñen políticas públicas en favor de la economía social. Y esto es lo que representa este gobierno nacional, que desde el año 2004, a partir de la iniciativa de la entonces senadora Alicia Kirchner y en el marco del gobierno de Néstor Kirchner, creó una categoría nueva en el régimen de pequeños contribuyentes llamada “Monotributo Social”. No fue ni una casualidad ni un viento de cola; todo lo contrario, fue una decisión muy trabajosa. Hubo que pelear arduamente en discusiones con la AFIP -básicamente con su burocracia- que no podía entender que se creara una categoría tributaria que no iba a recaudar. El “Monotributo Social” no recauda; es una posibilidad, es una recaudación en potencia y es aportar al trabajo, pero con un subsidio del 100% de los impuestos. Esto era algo inentendible a mediados del año 2003, cuando fue la discusión. Recién a fines de ese año se pudo aprobar la ley. Esto es importante que se sepa porque

si no, parece que el “Monotributo Social” es, en realidad, una posibilidad de inscripción que no trae grandes diferencias salvo un valor menor de la cuota. Es un cambio de paradigma y es la carta de ciudadanía de nuestra manera de ver la economía. Esta es nuestra vocación.

Por otro lado, el “Monotributo Social” incorpora la novedad de que para aquellas personas que hagan una actividad de tipo autoempleo, es decir, que no van a tener un empleador que aporta el capital y que contrata el trabajo, tal como aquel monotributo que en la década del '90 sirvió para desgazar el modelo industrial nacional de este país, ahora lo vamos a dejar como una categoría que acompaña en los casos donde el cooperativismo y los emprendimientos productivos asociados estén trayendo una novedad, una nueva actividad económica. Por eso, en el Monotributo Social pueden inscribirse personas individuales, proyectos productivos de entre dos o tres personas y cooperativas de trabajo. Esa inscripción, que otorga CUIT y la posibilidad de empezar a pagar un monotributo de un valor subsidiado a \$35, está previsto para quienes no van a facturar más de \$24.000, es decir, los que facturan lo mismo que el mínimo del monotributo; para quienes tienen capital cuyo patrimonio no es mayor a una propiedad inmueble o a un bien rodado; y para aquellos que son mayores de dieciocho años y que no tienen otro empleo ni son empleadores en alguna otra actividad. Piensen que esto va dirigido a dos grandes grupos vulnerables: al grupo de los que siempre estuvieron excluidos y, sobre todo, al grupo de jóvenes que están buscando su primer empleo, aunque se contempla la posibilidad de que, para algunos, pueda llegar a ser permanente. Pero a medida que el mercado del trabajo se va reconstituyendo, creemos que para muchos será una categoría que los va a acompañar uno o dos años, porque luego van a tener un trabajo en relación de dependencia.

No toda la gente excluida ni todos los que están en situación de pobreza tienen la obligación de ser emprendedores. Hay muchos que están buscando trabajo en empleos de otras características. Pero, para muchos otros, esto sí representa una alternativa, ya que tanto el emprendimiento asociativo, como el autoempleo, van a ser su modo de vida. Para ellos, esta categoría operará en forma permanente. Hago esta aclaración para quienes conocen el “Monotributo Social” desde hace mucho tiempo, porque en un principio se trataba de una categoría que duraba sólo dos años. Ahora bien, desde hace unos tres años, esta es una categoría que puede ser permanente, salvo que se terminen las condiciones de vulnerabilidad.

Hoy en la Argentina existen 450 mil monotributistas sociales. Somos una enorme mayoría silenciosa de monotributistas. Dentro de ese grupo hay 21 mil que ya pidieron su pase a otra categoría. Es decir, ya pidieron la baja para pasar al monotributo común. Y para nosotros esto es motivo de una enorme

alegría, porque quiere decir que el valor de su trabajo y la capacidad de facturación traspasaron los 24 mil pesos.

Cómo acceder

Estos monotributistas deben inscribirse en el Ministerio de Desarrollo Social y no en la AFIP. Se revisa esa inscripción a través de las bases que tenemos de información patrimonial y social de las personas para estar seguros de que quien se inscribe no está bajo relación de dependencia o su patrimonio es mayor al que les comentaba. Si esta evaluación es pasada satisfactoriamente, a los treinta o cuarenta días esta persona va a contar con una credencial -que se puede bajar por Internet de la página de la AFIP o pedir en el mismo mostrador donde uno se inscribió- que le permite contar con dos números claves para estar en la economía formal de este país: la clave única de identificación tributaria (CUIT) y la clave única de revista (CUR). Con estos dos números, o con la credencial, se puede comenzar a pagar y a acceder a los derechos.

Derechos del Monotributo Social

El "Monotributo Social" tiene el componente típico del monotributo impositivo subsidiado al 100%. Es decir, no se pagan impuestos nacionales. A su vez, tiene el derecho al sistema previsional. Esto es, a jubilarse. Ahí tampoco hay contribuciones del monotributista social. Es un derecho solidario por el cual el gobierno nacional, a través del ANSES, le brinda la jubilación mínima a ese monotributista social, aun cuando no haya aportado. En esto también cambia la cultura. Porque alguno puede llegar a decir: "yo, que aporté toda la vida, tengo que pagarle a este otro que nunca aportó". Sí. Porque este otro que nunca aportó formó parte de la enorme masa de excluidos que el modelo económico había generado. Por eso, solidariamente, venimos a reparar esa situación de derechos vulnerados. Así que no hay contribuciones en el componente previsional pero sí, al finalizar la vida laboral, se accede a la jubilación mínima.

En tercer lugar, se accede a la Obra Social. Ahí sí se debe pagar. De los \$ 70 de la cápita de la Obra Social, \$ 35 aporta el titular del Monotributo Social y \$ 35 lo aporta el Ministerio de Desarrollo Social.

Unas aclaraciones respecto de esto. El Monotributo Social es compatible con la Asignación Universal por Hijo. En este sentido, cabe recordar que las políticas públicas, sobre todo las de un gobierno popular que va en contra del *status quo*, se militan. Hay que estar allí militando con nuestros compañeros emprendedores acompañándolos a cada oficina del ANSES para recordarles que a ese monotributista social le corresponde la jubilación. Estas son dudas que se presentan en alguno de los mostradores del ANSES.

Al mismo tiempo, este emprendedor tiene derecho a emitir factura. Esto lo va a poner en la necesidad también de resolver su situación ante la oficina de rentas de su provincia, o resolver su situación de habilitación de su negocio en referencia a su municipalidad.

El tema de los ingresos brutos varía en las distintas provincias. Hay provincias donde los monotributistas sociales ya están eximidos de éste; en otras no lo están todos, pero sí los que ejercen alguna actividad, y en otras provincias todavía no están eximidos de ingresos brutos. Y esto también hay que militarlo políticamente, porque muchas veces estas son leyes o decretos de primer nivel que deben interesar a los gobernadores y a los legisladores de nuestras provincias. En el caso de cada municipalidad estará en la organización de emprendedores la posibilidad de ir a pelear en la municipalidad la eximición de tasas y todo sello que se necesite pagar por habilitación.

En cuanto a la Obra Social estamos ante un derecho en disputa. Si bien las obras sociales han generado un sistema de salud con mucha más carga social que otros sistemas, debe tenerse en cuenta también que por mucho tiempo funcionaron para los trabajadores inscriptos y que eran solo el 50%. Esta apertura que ha significado el régimen de empleo doméstico y el Monotributo Social hace que muchas veces, en los mostradores de las obras sociales, no quieran reconocer a nuestros monotributistas sociales. En ese sentido, nosotros estamos acompañando primero a la correcta elección de la obra social. La gente que se inscribe en el Monotributo Social tiene que estar muy bien acompañada por los promotores, por las federaciones de cooperativas y por las redes de la economía social para ayudarlo a elegir esa obra social. Si la persona fue antes monotributista común, es conveniente que elija la misma obra social que tenía antes. En cambio, si la persona no sabe cuál elegir, es conveniente que primero se informe con los médicos y las clínicas de su localidad para ver cuáles funcionan bien. Si su cónyuge ya tiene una obra social, seguramente le convendría elegir la misma, porque en ese caso seguramente tendrá un plan mejor y no el Plan Médico Obligatorio Básico.

Todos estos son temas que se deben conocer antes de realizar la inscripción. Pero si aun con todas estas precauciones, llegamos al mostrador de la Obra Social y ésta se hace la distraída, existe un sistema de reclamos que desde la Dirección Nacional de Monotributo Social y con la Ministra Alicia Kirchner a la cabeza, estamos militando activamente y haciendo las denuncias necesarias ante la Superintendencia de Servicios de Salud, que es la autoridad de aplicación de la política de obras sociales de este país. Es allí donde hay que aclarar que tal o cual Obra Social no nos está atendiendo. Debo aclararles que a esta altura tenemos un 80% de las situaciones resueltas gracias a las denuncias que han aprendido a hacer

nuestros monotributistas sociales. Ni bien ven que éste va acompañado, decidido e informado al mostrador, las obras sociales no lo tratan como a un paria. Muchas veces existe una mirada clasista en este desprecio por la persona que va sola al mostrador. Por eso, nuestra experiencia y nuestras convicciones nos indican que los emprendedores no pueden ni deben trabajar solos. Deberán organizarse de tal manera para lograr hacer acuerdos con las obras sociales en forma colectiva y de generar la pelea en forma conjunta y mancomunada.

Si no estuviera el Estado acompañando a esta economía, seguro que estaría derrotada por el capital internacional. Hay algo que debe quedar en claro: el capital internacional es el poder a vencer. Para esto debemos ser muy inteligentes. Tanto en nuestra propia organización, como en nuestras definiciones políticas. Porque en este caso, si no estamos acompañados por un gobierno que crea en la economía social, ésta no puede llegar a tener chances.

El caso de los que se anotan por *motus* propio en el Monotributo Social en general son varones mayores de cuarenta años. En los emprendimientos respaldados por políticas nacionales -Marca Colectiva, Argentina Trabaja o Microcrédito- aparecen un 50% mujeres y jóvenes menores de 29 años. Si no estuviera el Estado, sería bueno que nos preguntáramos cómo sería el mercado laboral para los jóvenes de entre dieciocho y veintinueve años y para las mujeres.

Es muy importante que el Monotributo Social se difunda de boca en boca y se milite, porque no es noticia de diarios, no sale en los grandes medios y la gente, si bien se va enterando, tiene lógicamente mucha confusión sobre sus alcances, los derechos, las obligaciones, etc.

Quienes participan de redes de microcrédito y ya han devuelto por lo menos un microcrédito además de contar ya con el monotributo social pueden contar también con el monotributo social a costo cero. Se tomó esta medida porque la ministra Alicia Kirchner está decidida a fomentar la participación en las redes de la economía social. Del mismo modo que los agricultores familiares y que los compañeros de las cooperativas Argentina Trabaja, ahora los compañeros de las redes de microcrédito pueden contar también ahora su monotributo social a costo cero. Si ya lo venían pagando, tienen que hacer un trámite en la CONAMI, ésta nos avisa y dejan de pagar desde el momento en que somos notificados.

El “Monotributo Social” no es una política aislada, como tampoco lo son la “Marca Colectiva” y el “Microcrédito”. Todas forman parte del mismo mundo de la economía social, donde apostamos definitivamente por las cooperativas, por las mutuales y por los grupos asociativos.