

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FISCAL Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
EXISTENTES PARA EMPRENDEDORES SOCIALES EN LA CIUDAD DE SANTA FE**

**ANALYSIS OF THE FISCAL SITUATION AND THE COMMERCIALIZATION
CHANNELS FOR SOCIAL ENTREPRENEURS THAT EXISTS IN THE CITY OF
SANTA FE**

Autores

AZERRAD María Rut; CAFFARO María Victoria; RODELES ANTONELLI María Belén

E-mail

mazerrad@fce.unl.edu.ar

Eje temático

Economía

Palabras claves: economía social, emprendedores, monotributo social, precio justo, consumo responsable, comercio solidario.

RESUMEN

En el presente trabajo se revelan los avances logrados en el marco de un proyecto CIN-CONICET cuyo objetivo general es la construcción de una plataforma virtual de comercio electrónico en clave de Economía Social y Solidaria. La creación de una tienda virtual intenta mejorar las condiciones de comercialización de los emprendedores sociales empadronados en el Centro de Emprendedores de la Ciudad de Santa Fe. En consonancia con el proyecto, se han iniciado dos líneas de investigación: el desarrollo del comercio virtual como mercado alternativo y el análisis del marco legal e impositivo en relación con la comercialización y la informalidad. De las investigaciones surge claramente que la feria es el espacio de comercialización más empleado pero que a su vez presenta diversos inconvenientes. Además se comprueba que existen casos exitosos de plataformas de comercio electrónico basada en los principios de la ESyS. Sin embargo, vale la pena destacar que en general en la sociedad actual hay escasas propuestas concretas de espacios de comercialización alternativos para los emprendedores. Por otra parte, se confirman los postulados iniciales respecto los altos niveles de informalidad y falta de bancarización de los emprendedores, cuestiones que se justifican en la falta de información y la dificultad en el acceso a ciertos beneficios. Se observa claramente una falta de articulación en la normativa que profundiza y acentúa la informalidad presente, a pesar de la promoción del monotributo social como instituto de promoción para la formalización.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en un Proyecto aprobado por CIN-CONICET en el año 2014 cuyo objetivo general es la construcción de una plataforma de comercio electrónico que permita a emprendedores sociales de la ciudad de Santa Fe obtener un mayor alcance de mercado y acercarse a los consumidores, generando un comercio sin intermediarios, justo igualando oportunidades frente al mercado tradicional y ampliando el alcance de llegada de los productos. Dicha plataforma resulta innovadora por cuanto no existe en el mercado local una instancia similar en clave de Economía Social y Solidaria (ESyS). El comercio electrónico está funcionando para la economía tradicional con múltiples plataformas disponibles, pero las mismas no responden a la cultura y prácticas de la ESyS.

Necesario resulta caracterizar entonces los rasgos principales que definen al sistema capitalista, entendido aquí como la economía tradicional, los cuales son: la producción con fin de lucro, el trabajo asalariado y la propiedad privada de los bienes de capital. La lógica que rige a dicho sistema es la acumulación ampliada del capital, que se centraliza y concentra desde el proceso de competencia de los mercados (Mejías, 2013). Las crisis que genera esta dinámica vuelven imprescindible el surgimiento de una economía diferente. Tal y como postula Coraggio (2013) se trataría de una ESyS basada en el principio de solidaridad y que busca alcanzar la reproducción de la vida de todas las personas y de las generaciones futuras mejorando sus condiciones de existencia. Ello entra en clara contradicción con la lógica capitalista antes mencionada que se sustenta en la reproducción ampliada del capital, la competencia y el individualismo, generando desigualdad y la sobreexplotación de los recursos naturales.

Si bien no existe un consenso sobre la utilización o el significado de la ESyS como concepto, en este escrito adoptamos la definición propuesta por Cruz (2006), quien entiende por ESyS al conjunto de iniciativas económicas asociativas en las cuales el trabajo, la propiedad de sus medios, los resultados económicos, los conocimientos y el poder de decisión son compartidos por todos los participantes directos, buscando relaciones de igualdad y solidaridad entre sus participantes (Cruz, 2006). En este sentido, la ESyS explica cómo se puede desarrollar una nueva forma de hacer economía, en donde la solidaridad se convierte en un concepto económico ampliado, destacando su rol asociativo, lo que implica que la solidaridad se hace presente en el circuito y actúa como un componente importante y central.

Todo esto es posible a través de los agentes de la ESyS que se materializan en la figura del emprendedor social como *un agente de cambio que busca la creación y sostenibilidad de valor social (y no sólo valor privado), el reconocimiento y seguimiento de nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social, el compromiso con un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje y la exhibición de un elevado sentido de transparencia y rendición de cuentas a sus interesados y de verificación de sus resultados* (Dees, Emerson y Economy (2001) citado en Sanchis Palacio, 2010:14). A su vez, según Melián Navarro y Campos Climent (2010), el emprendedor social presenta una serie de características distintivas, basadas fundamentalmente en el hecho de que forman parte de empresas cuyos fines no son el ánimo de lucro en forma prioritaria y maximizadora, como ser el surgimiento a partir del autoempleo colectivo, de la integración de lo social y lo económico en su empresa y del mantenimiento de una gestión democrática para la toma de decisiones y el control.

Teniendo en cuenta que las iniciativas socioproductivas de ESyS actualmente se encuentran inmersas en el sistema económico capitalista y que por lo tanto deben ir abriéndose camino sin dejar de lado los principios y valores que las caracterizan, la tarea de pensar y luchar por alternativas económicas y sociales es urgente (Santos, 2007). Para poder entonces reflexionar en construir juntos una alternativa de mercado, uno solidario, se necesita impulsar el surgimiento de una sociedad más justa e igualitaria, que reconozca que el mercado capitalista no es único posible y que permita pensar en una red solidaria de intercambios (Coraggio, 2007).

En este sentido, la ESyS se perfila como una corriente que busca desarrollar una socioeconomía en la que los agentes establecen límites sociales al mercado capitalista y construyen mercados donde los precios y las relaciones resultan de una matriz social que busca integrar a todos y distribuir los resultados de la manera más igualitaria.

Continuando con esta propuesta, es inevitable replantearnos el comercio actual e incorporar la visión de comercio justo. Siguiendo a Cotera, A. y Ortiz, H. (2009), el comercio justo es el proceso de intercambio entre productores responsables y consumidores éticos, orientado hacia un desarrollo solidario y sustentable. Por un lado dentro de esta lógica tendremos un proceso de producción respetuoso de los derechos humanos y del medio ambiente como así también un consumidor con conocimiento y conciencia cabal del origen de los mismos. No hay que perder de vista que, tal como expresa Mance, para dar sustento a un comercio justo, es necesario el consumo solidario:

Consumir bienes o servicios que sirvan a las necesidades y deseos del consumidor, buscando: realizar su libre bien vivir personal; promover el bien vivir de los trabajadores que elaboran, distribuyen y comercializan dicho producto o servicio; mantener el equilibrio de los ecosistemas; contribuir a la construcción de sociedades justas y solidarias (Mance, 2004, pág. 79).

En efecto, el consumo responsable según lo define la Cooperativa de Comercio Solidario (2013) es el acto de intercambiar productos, en el cual se toma en consideración las condiciones sociales y ecológicas en que fue producido el bien o servicio, es decir, intentando que la economía genere mayor justicia, mejores condiciones humanas y por los recursos naturales. Es necesario no resignarse a la desigualdad social y a la jerarquización del capital.

Por último y con la intención de construir otro mercado que fomente el desarrollo local, es necesario incorporar en esta investigación el concepto de precio justo. Se conoce con este término al valor nacido del acuerdo entre productores y consumidores, para lo cual previamente se debe dar un proceso de diálogo entre ellos, obteniendo como resultado un pago justo a los productores, que sea representativo de su esfuerzo, y que a su vez, pueda ser abonado por los consumidores (Organización Mundial del Comercio Justo, 2016).

Coherentemente con todo lo hasta aquí esgrimido, la UNL adhiere a la propuesta de una economía alternativa y busca promover dichas prácticas. Siguiendo estos lineamientos, durante tres años de investigaciones y trabajos de alfabetización en prácticas asociativas, el equipo de trabajo previo (Azerrad, Rabasedas y Peralta, 2014) ha permitido detectar tres ejes problemáticos que atraviesan a los emprendedores sociales: capacitación (en aspectos técnicos, de organización y de gestión), equipamiento (insumos, materiales y maquinarias) y mercado (espacios de comercialización para sus productos). A su vez se señala como factor crítico el trabajo relacionado con la constitución de un mercado para la comercialización de los productos de los emprendedores. Por esto, resulta pertinente continuar investigando las dificultades con las que se enfrentan los emprendedores al momento de la comercialización. Esto implica comprometerse con el diseño de nuevas formas de trabajo colectivas regidas por los principios y valores de la ESyS.

Sumado a lo anterior, se plantean preguntas, como: *¿Qué se debe o puede esperar de la política cuando la economía de mercado viene imponiendo sus leyes y sus estructuras de poder en el marco del pragmatismo de los sistemas políticos? ¿Qué nuevos sujetos políticos podrán encarar esa tarea histórica, con qué Estado reinventado? [...] Si no es posible otro mundo sin otra*

economía, ¿son estas prácticas y estos actores que llamamos de economía social y solidaria los que pueden constituir el sujeto de Otra Economía o quedarán relegados a las catacumbas del sistema mundo? ¿Están ya firmemente establecidos los avances logrados en formas jurídicas de institucionalización o deberán ser defendidos y profundizados en un proceso de fortalecimiento y creciente eficacia de las fuerzas del campo popular? ¿Los queremos mantener tal como se lograron o el mismo movimiento de transición y aprendizaje los volverá prontamente obsoletos? ¿Cuán duradera y auténtica debe ser una ley o una Constitución cuando más allá de definir normas y criterios generales para la convivencia social aspiran a institucionalizar esos procesos magmáticos? Yendo más a lo inmediato: la incorporación en el léxico y el diseño de programas públicos en nombre de la Economía Social y/o Solidaria ¿son retoques cosméticos a la política social asistencialista o indican un reconocimiento de que la economía no se limita al sector empresarial privado y que es necesario generar otro polo socioeconómico, centrado en el trabajo autónomo, para contrarrestar las tendencias del capital? (Coraggio, 2011:36-37).

Para finalizar y recordando que el objetivo general del proyecto marco es la construcción una plataforma de comercio electrónico, la investigación aborda el análisis desde dos perspectivas: por un lado la investigación para el desarrollo del comercio virtual como mercado alternativo; y por el otro, el análisis del marco regulatorio de las políticas públicas en los aspectos legales e impositivos relacionados con la comercialización y el problema de la informalidad.

2. OBJETIVOS

En el presente trabajo, nuestro objetivo es exponer los avances y resultados hasta ahora logrados en las dos líneas de investigación principales en las que se divide el Proyecto: desarrollo el comercio virtual como mercado alternativo y análisis del marco legal e impositivo en relación a la comercialización y la informalidad.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología aplicada para el relevamiento y análisis ha sido de tipo cualitativa y consistió en una revisión bibliográfica documental de normativa y artículos científicos referidos al objeto de estudio. Por otro lado, se ha trabajado con una muestra de tipo teórico-intencional conformada por 50 emprendedores sociales empadronados en el Centro de Emprendedores de la Ciudad de Santa

Fe (CEES). Este último fue creado en el año 2012 a raíz de un convenio efectuado entre el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, el Gobierno de la Ciudad de Santa Fe y la U.N.L., con el fin de contribuir al fortalecimiento de actores y prácticas de la ESyS.

La principal herramienta de relevamiento fue el diseño y la aplicación de encuestas a los emprendedores, experiencia que ha permitido el relevamiento de inquietudes y particularidades a partir de la conversación informal. La dinámica de la metodología implicó la realización de encuentros y reuniones con los diversos actores sociales involucrados que permitieron el desarrollo de un trabajo colectivo.

La metodología aplicada para el relevamiento y análisis, tanto de los aspectos legales e impositivos como de los conceptos de mercado y comercio solidario, precio justo y consumo responsable, consistió en una revisión bibliográfica documental de normativa y artículos científicos referidos al objeto de estudio.

4. RESULTADOS Y ARGUMENTACIÓN

Teniendo en cuenta que la investigación aún se encuentra en desarrollo, presentamos los principales avances y resultados alcanzados hasta el momento, divididos por línea de investigación.

4.1. El desarrollo del comercio virtual como mercado alternativo

Características de la etapa de comercialización de los emprendimientos sociales

Resulta importante destacar que según los hechos, costumbres y las características de la ciudad de Santa Fe, los espacios de comercialización existentes para los emprendedores son:

- Ferias periódicas: evento en donde cada emprendedor posee un stand que le permite exhibir sus productos, llevadas a cabo con una periodicidad semanal o mensualmente y en un mismo lugar geográfico. Por ejemplo: Feria de la Ciclovía, Feria la Verdecita y Feria Diseña Santa Fe.
- Ferias eventuales: presentan iguales características que las ferias periódicas pero se realizan cuando hay eventos especiales, festividades religiosas o costumbristas locales en la ciudad. Normalmente, son anuales. Por ejemplo: Feria de Guadalupe, Ferias de los Carnavales y Feria Navideña.

- Mercado Norte: quince emprendedores puede ofrecer sus productos en un local comercial ubicado en el centro de la ciudad.
- Venta de productos en sus domicilios privados.
- Redes sociales.

Queda pendiente aún investigar el grado de utilización de las formas de comercialización actuales y los inconvenientes que presentan según los actores involucrados, para lo cual se encuentra en proceso de análisis la realización de una encuesta a una muestra de 50 emprendedores sociales empadronados en el CEES. Sin embargo, se puede anticipar por conversaciones y reuniones periódicas con los emprendedores que los inconvenientes de los diferentes canales de comercialización, los cuales se presentan seguidamente en la Tabla 1.

Inconvenientes	Canales comercialización				
	Ferias periódicas	Ferias eventuales	Local comercial	Mercado Norte	Internet
Poca frecuencia		✓			
Condiciones climáticas	✓	✓			
No se pueden exhibir todos los productos	✓	✓			
Cupo limitado de emprendedores	✓	✓		✓	
Elevado costo			✓		
Conocimientos informáticos					✓
Limitado alcance de consumidores	✓				

Fuente: conversaciones y reuniones periódicas con los emprendedores

Además es posible anticipar que la forma de comercialización más utilizada es la feria, tanto eventual como programada. Es por ello que resulta importante destacar los inconvenientes que presentan: se encuentran afectadas por las condiciones climáticas, los emprendedores no pueden exhibir la totalidad de los productos en sus stands, no pueden participar la totalidad de los emprendedores (muchas veces se recurren a sorteos para saber que emprendedores tendrán puestos), y los consumidores son únicamente las

personas que concurren a las ferias. En el caso de las ferias eventuales de suma el hecho de que son organizadas con escasa frecuencia.

Resulta entonces necesario destacar que las dificultades de las ferias mencionadas con anterioridad pueden ser superadas por la utilización de Internet como medio de ventas, teniendo en cuenta que los emprendedores se deberán capacitar en informática.

Por dicho motivo, se analizó el estudio anual del comercio electrónico ([CACE] 2015), obteniendo los resultados que se presentan a continuación:

- El crecimiento estimado del comercio electrónico para el año 2016 es del 64%, superando las expectativas del año anterior que eran del 58%. Por lo tanto, es un canal que seguirá en vigencia en años futuros.
- Al hablar de comercio electrónico, es fundamental tener en cuenta que para poder efectuar compras virtuales, es necesario ser usuario de Internet, en Argentina reúne esa condición el 88% de la población.
- En cuanto a la penetración de la compra por este medio, es elevada, ya que 8 de cada 10 usuarios de Internet realizaron alguna vez una compra. El 89% de los usuarios dicen opinan que compran por este medio por la comodidad que ofrece y el 67% que la desventaja es que no se puede ver el producto.
- Las redes sociales se utilizan más para la promoción que para la venta online.

Por otra parte, nos pareció pertinente analizar las diferentes plataformas virtuales que se encuentran disponibles para la venta de productos de forma online, es de destacar que las mismas no se encuentran enmarcados en los principios de la ESyS, es decir, son una mera extensión del mercado tradicional y actúan reforzando las prácticas individualistas, ya que los productores fijan los precios unilateralmente, existe una fuerte competencia de precios entre los vendedores y no se controlan las condiciones sociales y ecológicas de elaboración. Para complementar dicho análisis, investigamos las plataformas de comercialización virtual basadas en los principios de ESyS que se encuentran vigentes en Latinoamérica, en Brasil se encuentra funcionando Cirandas, una plataforma virtual basada en los valores de la ESyS. Cirandas, es un software libre que tiene como objetivo crear una comunicación directa entre el consumidor y los emprendedores, superar los límites del espacio físico, y prescindir de los intermediarios ([REAS] 2012).

A su vez, desde la Red de Educación y Economía Social y Solidaria, tomamos conocimiento del caso de la Universidad Nacional de San Martín, el mismo es interesante ya que han desarrollado "Compre Local" ([{ 8 }](http://www.compre-</p></div><div data-bbox=)

local.com.ar), una página web que publicita los productos de más de setenta emprendedores y cooperativas bonaerenses y les ofrece a los usuarios la posibilidad de buscar y elegir directamente a los productores sin intermediarios y en su mismo barrio.

Análisis de los principios y valores de consumo responsable, comercio solidario y precio justo

Con respecto al estudio de los conceptos relacionados con comercio justo, se puede decir que existen variedad de trabajos referentes a las definiciones de dichos conceptos, sin embargo hay un número escaso de propuestas concretas para superar los inconvenientes de las formas de comercialización actuales.

Además con el fin de conocer diferentes acciones que se están llevando a cabo para fomentar el comercio justo, formamos parte del grupo temático de Consumo, perteneciente al comité académico de Procesos Cooperativos y Asociativos de la Asociación de Universidades del Grupo Montevideo (AUGM). De esta manera, hemos logrado conocer los avances que han logrado distintas universidades tales como: Universidade Federal de Sao Carlos, Universidad Nacional de Mar del Plata y la Universidad de la República, las que pueden resumirse en el desarrollo de las siguientes actividades:

- Ferias de emprendedores permanentes dentro de las universidades;
- Programas de acompañamiento y asesoramiento a cooperativas de trabajo;
- Proyecto de crear un red de reparación de bienes durables;
- Incorporación en sus cátedras optativas y capacitaciones de posgrado en la temática de ESyS.

Recomendaciones y aportes para el CEES de la ciudad de Santa Fe

Hemos comenzado con la elaboración de un canal de YouTube, en donde se efectuará la carga de videos tutoriales que sirvan como forma de capacitación. El primero de ellos explicará en qué consiste el proyecto, el segundo, efectuará un desarrollo sobre los conceptos principales de la ESyS, y por último, el tercero, mostrará la forma en que debe utilizarse la plataforma virtual. A la fecha ya hemos creado el canal de YouTube y la carga de los dos primeros videos mencionados con anterioridad.

4.2. Descripción y análisis de la normativa fiscal vigente

La investigación impositiva se realiza desde tres perspectivas: sujeto, objeto y fuente, considerando las características y necesidades propias de los emprendedores, que se constituyen como el sujeto bajo estudio. Ampliando, el objeto es la actividad emprendedora en marco de ESyS y la fuente se relaciona con el criterio aplicado en la Ley de Impuesto a las Ganancias (art. 5, t.o. 1997), el cual entiende la necesidad de atribuir el hecho generador de la obligación tributaria al país de origen del concepto sometido a imposición.

A continuación se presenta la normativa específicamente relacionada con la ESyS que ha sido relevada. A los fines de lograr una mejor comprensión y visualización se exponen los resultados por niveles de gobierno.

A nivel nacional

- Creación del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (d. 721/2000). Ver INAES.
- Ley orgánica para las asociaciones mutuales (LN 20.321): define qué se entiende por asociaciones mutuales y rige las pautas de su funcionamiento. Así, las mutuales constituidas de acuerdo a las exigencias de dicha ley, quedan exentas en el orden nacional de todo impuesto, tasa o contribución de mejoras, en relación a sus bienes y por sus actos.
- Ley orgánica de cooperativas (LN 20.337): define a las cooperativas y enumera sus principales caracteres, a su vez, dispone que deben regirse por las disposiciones de dicha ley. El capítulo XII está dedicado al Instituto Nacional de Acción Cooperativa (INAC).
- Fondo para educación y promoción cooperativa (LN 23427): dicho fondo está destinado a promover la educación cooperativa, la creación y el desarrollo de cooperativas, y el asesoramiento a personas e instituciones respecto de los beneficios que otorga la forma cooperativa de asociación.
- Cajas de crédito cooperativas (LN 25.782): se establece que deberán constituirse como cooperativas, operando única y exclusivamente con sus asociados y distribuyendo sus retornos en proporción a los servicios utilizados.
- Establecimiento del Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes con pago de cuota de inclusión social, más conocido como Monotributo Social (LN 26.565). Ver Monotributo Social (MS).
- Exención de Impuesto a las Ganancias para las utilidades de cooperativas (LIG, art. 20 inc. d), previo trámite iniciado en AFIP luego de realizada la inscripción en el Impuesto, y mediante la presentación de los estatutos o normas que rijan su funcionamiento y todo otro elemento de juicio que exija

la AFIP, en este caso se requiere la inscripción en INAES. Cualquier modificación posterior deberá ponerse en su conocimiento dentro del mes siguiente a aquel en el cual hubiera tenido lugar. Una vez obtenida la exención se obtiene un certificado que acredita tal situación. Dicho certificado es otorgado por períodos anuales coincidentes con el ejercicio fiscal y es renovable de manera automática siempre que AFIP no detecte incumplimientos. El certificado de exención habilita a no ingresar el Impuesto a las Ganancias, a no ser pasibles de retenciones y/o percepciones de Ganancias y a estar alcanzados por alícuotas reducidas o exentas del Impuesto sobre los Créditos y Débitos en cuentas bancarias.

- Exención del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para los servicios prestados por las cooperativas (Pass, Ley de IVA) y aquellos servicios personales prestados por los asociados de las cooperativas de trabajo en relación a estas últimas (Ley de IVA, art. 7 inc. h punto 19). La exención no conlleva ningún trámite especial, se recomienda realizar la inscripción en el impuesto a fines de obtener la constancia de exención y evitar futuros inconvenientes.

A nivel provincial

- Ley de Programa De Promoción y Asistencia a Emprendimientos Productivos Sociales (LP 12375): crea el Programa de Promoción y Asistencia a Emprendimientos Productivos Sociales, el Fondo de Promoción y Asistencia a Emprendimientos Productivos Sociales, y el Registro Provincial de Emprendedores. El Ministerio de la Producción es la autoridad de aplicación del Programa.
- Proyecto de ley de Economía Social y Solidaria: tiene por objeto la promoción, el desarrollo y el fortalecimiento de la ESyS, además define quiénes son los emprendedores sociales.
- Exención en Ingresos Brutos para las cooperativas de trabajo, y/o empresas recuperadas (Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe). El trámite para obtener la exención dura entre 45 y 60 días y se realiza en la Administración Provincial de Impuestos (API) presentando la siguiente documentación: estatuto de la cooperativa, inscripción en INAES, inscripción en el Instituto Provincial de Cooperativas, registro en el que figuren los socios de la Cooperativa aprobado por el INAES, comprobante de la retribución abonada por la Cooperativa al socio por los trabajos prestados y Tasa Retributiva de Servicios.

A nivel municipal

- Creación del Centro de Emprendedores de Economía Social (CEES): el 5 de julio de 2007 y mediante un convenio entre UNL y la Municipalidad de Santa

Fe (EXPTE. No 584.057), se constituyó el CEES. Su puesta en funcionamiento implicó la creación de un padrón de emprendedores que a la fecha cuenta con 1329 emprendedores empadronados, de los cuales 919 (69,15%) han cumplimentado el registro.

- Creación del Registro de Emprendimientos Productores Locales (ordenanza 11641) cuya inscripción puede ser solicitada por aquellas personas físicas que manifiesten ser titulares de un emprendimiento generador de empleo y/o autoempleo para sustento del núcleo familiar, de carácter individual o asociativo. Dicha ordenanza fue aprobada por el Decreto Municipal N° 02204/2010.

Institutos de Economía Social

A nivel nacional, se han creado institutos de economía social, tendientes a otorgar un marco de legalidad y reconocimiento legal y normativo. En sus orígenes surgieron el INAC y el INAM, institutos que luego se fusionaron en la creación del INAES actual.

INAC

El Instituto Nacional de Acción Cooperativa funciona como un organismo descentralizado del Ministerio de Bienestar Social y está regulado en el Capítulo XII de la Ley Nacional 20.337. Es la autoridad nacional de aplicación del régimen legal de las cooperativas y tiene por fin principal concurrir a su promoción y desarrollo.

INAM

Mediante la ley 19.331 del año 1971 se crea el Instituto Nacional de Acción Mutua, organismo descentralizado del Ministerio de Bienestar Social de la Nación. La ley le otorga determinadas funciones que le permiten ser la autoridad de aplicación del régimen legal de las asociaciones mutuales, como así también lograr su promoción y desarrollo.

INAES

Mediante el decreto 420/1996, el Poder Ejecutivo Nacional crea el Instituto Nacional De Acción Cooperativa Y Mutua (INACyM), organismo descentralizado en el ámbito del Ministerio De Desarrollo Social Y Medio Ambiente. En el año 2000 y mediante el decreto 271, dicho instituto pasa a denominarse Instituto Nacional De Asociativismo Y Economía Social (INAES). En sus considerandos, dicho decreto resalta *que el sector de la economía social, cimentado en los principios de solidaridad, ayuda mutua y equidad social, ha alcanzado un notable nivel de crecimiento que exige la presencia de*

un organismo del sector público cuya misión primordial sea la de contribuir a su desarrollo.

Monotributo social

El Monotributo Social es un régimen tributario optativo que promueve la incorporación a la economía formal de trabajadores y emprendedores que han estado históricamente excluidos. Los monotributistas sociales están en condiciones de emitir facturas por sus productos o servicios, ser proveedores del Estado, acceder a una obra social e ingresar al sistema jubilatorio.

El trámite de inscripción no se inicia en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) sino en el Registro Nacional de Efectores de Desarrollo Local y Economía Social a través de los Centros de Referencia (27 de Febrero 2161, Santa Fe) dependientes del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Este Registro evalúa el cumplimiento de las condiciones que deben acreditar quienes solicitan la inscripción.

En primer lugar para solicitarla deben ser: personas físicas mayores de 18 años que realicen una única actividad económica; integrar proyectos productivos en grupos de hasta 3 personas; o ser Cooperativas de Trabajo. De acuerdo al tipo de persona se debe presentar la siguiente documentación en forma personal:

Persona física	Proyecto productivo	Cooperativa de Trabajo
DNI y fotocopia del DNI del interesado	DNI y fotocopia del DNI de cada uno de los integrantes del proyecto productivo.	DNI y fotocopia del DNI de los asociados. Constancia de inscripción de la cooperativa en la AFIP o número de CUIT. Resolución de aprobación y matrícula otorgada por el INAES. Acta constitutiva, estatuto y nómina de cargos vigente. Libro de asociados.

Luego se realizan cruzamientos de datos a fin de determinar compatibilidades o incompatibilidades y poder otorgar la inscripción:

Cruces compatibles (determinantes de situación de vulnerabilidad social)	Cruces incompatibles (determinantes de exclusión de vulnerabilidad social)
Ser propietario de 1 bien inmueble	Ser profesional
Ser propietario de 1 bien mueble registrable no afectado al emprendimiento económico	Estar empleado bajo relación de dependencia
Tener Seguro de Desempleo (al momento de registrarse el alta como monotributista social perderás el derecho a percibirlo)	Ser propietario de 2 o más bienes inmuebles
Recibir una Pensión no contributiva	Ser propietario de 2 o más bienes muebles no afectados al emprendimiento económico
Recibir una Pensión contributiva menor al salario mínimo vital y móvil	Recibir una jubilación, pensión contributiva, retiros especiales y jubilaciones de leyes especiales mayores al salario mínimo, vital y móvil
Recibir una Jubilación menor al salario mínimo, vital y móvil	Estar registrado como empleador o titular de acciones
Recibir una Asignación Universal por Hijo	Estar informado por AFIP por no cumplir condiciones para ser monotributista social.
Tener antecedentes de Monotributo General	Tener ingresos brutos anuales superiores al importe indicado para la categoría "B" en el artículo 8 de la Ley N° 26.565 o categorías equivalentes en futuras modificaciones de la norma

Si todo es correcto, se completa presencialmente un formulario de inscripción con carácter de Declaración Jurada.

Para conocer el estado de la inscripción, se debe ingresar a www.monotributosocial.gob.ar con el N° de DNI y el número de trámite: el sitio indicará cuando esté disponible la credencial de Monotributo Social.

Es importante recordar que una vez completada la inscripción, se debe abonar un importe (hoy \$209,50) del 1 al 20 de cada mes. Si con el tiempo la actividad supera los montos máximos de facturación anual, se debe solicitar la baja en el monotributo social y el alta en el monotributo general.

Análisis de cuestiones relacionadas

Como resultado de la interacción con los emprendedores al momento de realización de las encuestas, se han investigado y se clarifican las siguientes cuestiones:

- El monotributista social, cumpliendo con las condiciones estipuladas, tiene derecho al cobro de la Asignación Universal por Hijo, la Asignación Familiar por Prenatal y la Ayuda Escolar Anual. Además, es compatible con la percepción de pensiones por discapacidad y con beneficiarios del programa PROG.R.ES.AR.
- La prestación por desempleo es incompatible con el monotributo social en caso de coincidencia temporal.
- Las cuentas bancarias “Caja de Ahorro para planes o programas de ayuda social” están habilitadas para recibir depósitos adicionales por todo concepto y hasta el importe equivalente a dos veces el Salario Mínimo Vital y Móvil (hoy \$16120).
- Los jubilados que se reincorporan al mercado laboral pueden continuar percibiendo sus haberes sin ninguna limitación, excepto que se trate de jubilaciones por invalidez, agotamiento o vejez prematura, en cuyo caso la incorporación al sistema suspende el pago del haber previsional.

En relación con el proceso de venta virtual en sí mismo, se realizó un análisis de costo-beneficio respecto del medio de cobro a utilizar. A partir de un análisis estrictamente numérico se destacaba la plataforma TodoPago (5,929% por transacción en concepto de comisión) por sobre MercadoPago (6,0258%). Es necesario destacar que esta ventaja en costos sólo existe para pagos en una única cuota, ya que mientras MercadoPago mantiene un costo uniforme, TodoPago aumenta sus costos a un 18,15% a partir de la segunda cuota y a un 27,83% a partir de la séptima cuota.

A partir de este análisis de costos y considerando la masividad de las compras online en cuotas con tarjeta de crédito, se ha propuesto la utilización de la pasarela MercadoPago para su implantación en la plataforma virtual.

Resultados parciales

Las tareas de relevamiento de información fiscal y bancaria de la muestra de emprendedores fueron realizadas mediante encuestas en papel y online¹. La muestra inicial fue definida en 50 emprendedores sociales empadronados en el

¹El modelo es el mismo y puede consultarse en https://docs.google.com/forms/d/1dr0I8OF444Mtkw8_tz0UFm9XuM4O1YMPu1S-fgJm5mo/viewform

CEES pero fue atendida por 35 emprendedores y una cooperativa, los 14 emprendedores restantes fueron contactados pero no han respondido.

Los resultados de las encuestas realizadas muestran que el 55,5% de los emprendedores encuestados no está inscriptos en AFIP, mientras que el 36,11% posee MS. Respecto de la bancarización, el 38,89% está incorporado al sistema. Cruzando información, sólo el 22,86% de los encuestados está inscripto en AFIP y posee alguna cuenta bancaria.

Desde un análisis personal se detecta que muchos de los emprendedores no están formalizados por cuestiones (des)informativas o económicas: se desconocen los beneficios de la formalización (obra social y jubilación), existe temor a perder beneficios sociales (como la asignación universal por hijo) o se desconoce la posibilidad de tramitar el MS.

En relación al marco regulatorio de las políticas públicas se confirman los postulados iniciales respecto de la fragmentación y desarticulación de la normativa vigente y la consecuente profundización de la informalidad instalada. Además, los trámites de inscripción en MS o aquellos tendientes a lograr la exención impositiva son mucho más largos y tediosos que los referidos a inscripciones en el régimen general o en el régimen simplificado.

A pesar de que la inscripción es más extensa, la opción de formalización a través del Monotributo Social se presenta como la más adecuada para los emprendedores ya que es una herramienta de inclusión que permite que aquellas personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad social y que no generen ingresos anuales superiores a \$72.000 puedan formalizar su actividad sin necesidad de contar con un gran capital económico. En palabras del ex Ministro de Trabajo Carlos Tomada, mediante un conjunto de políticas que incluye al MS, el gobierno nacional busca conjugar el crecimiento económico con la inclusión social, teniendo como eje la protección del trabajo decente (Tomada en Banco Mundial y Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, 2008).

De la lectura bibliográfica se detecta la problemática de que muchas obras sociales se niegan a incorporar a los monotributistas sociales sin exponer justificaciones válidas (Guimenez y Hopp, 2012), lo cual está en clara contradicción con las afirmaciones respecto de que este régimen garantiza aportes jubilatorios y obra social, la cual es extensible al grupo familiar (Beccaria, 2011).

5. CONCLUSIONES

Resulta evidente que el sistema económico actual basado en la propiedad y el capital, produce crisis, segregación social y acumulación de ventajas para ciertos grupos. Por ello, creemos que es necesario coordinar cursos de acción que promuevan la idea de que puede existir una economía alternativa, que favorezca la cohesión y solidaridad en la sociedad actual, en detrimento de la competitividad y el individualismo.

Además es imprescindible atender a la necesidad de un comercio alternativo para los emprendedores, debido a que se ha detectado que existen pocos canales de comercialización, de los cuales la feria es la más empleada y que la misma presenta diversos inconvenientes. Dichas dificultades pueden ser superadas a través de la creación de una plataforma de comercio electrónico basada en los principios de la ESyS, ejemplos de ello, es el caso Cirandas en Brasil y Compre Local en Argentina.

Como resultado parcial del estudio de los conceptos relacionados con comercio justo se puede decir que existen definiciones de los mismos, pero existe un vacío respecto a estudios sobre posibles alternativas de comercialización.

Del análisis de las contribuciones realizadas por universidades de diferentes países en la temática de comercio justo, se puede observar que la mayoría de las iniciativas son de carácter académico o de apoyo a cooperativas, sin embargo no existen variedad de iniciativas de espacios de comercialización.

A partir de los resultados parciales obtenidos se confirman los postulados iniciales respecto de los altos niveles de informalidad y de falta de bancarización de los emprendedores sociales. También se verifica la fragmentación y desarticulación de la normativa y las dificultades de acceso a beneficios impositivos y fiscales. A pesar de que la inscripción es más extensa, la opción de formalización a través del Monotributo Social se presenta como la más adecuada para los emprendedores.

Los resultados hasta aquí obtenidos han permitido realizar un bosquejo de la situación actual que atraviesan los emprendedores sociales de Santa Fe y permiten establecer una base sólida a partir de la cual continuarán los trabajos de investigación en pos de la generación de recomendaciones y propuestas que permitan por un lado, adaptar la normativa existente a las características particulares de los emprendedores sociales y por otro, construir instancias de comercialización que les permitan mejorar su calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Azerrad, M. R., Rabasedas M. L. Y Peralta G., 2014. *Análisis de las Iniciativas de Economía Social y Solidaria en la Ciudad de Santa FE (2010-2014). Desarrollo de un Mercado Solidario*. XI Jornadas de Investigación de la FCE – UNL

Banco Mundial Y Ministerio De Trabajo, Empleo Y Seguridad Social, 2008. *Aportes a una nueva visión de la informalidad laboral en la Argentina*. Argentina: Banco Mundial.

Beccaria, A., 2011. *Protecciones y desprotecciones: la seguridad social en la Argentina 1990-2010*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico, [CACE], 2015. Disponible en: <http://www.cace.org.ar/estadisticas/> (último acceso 4 de junio de 2016).

Centro de Emprendedores de la Economía Social, [CEES], 2015. Disponible en: <http://tiendacees.com.ar/content/6-cees> (último acceso 3 de octubre de 2016).

Coraggio, J. L., 2007. *Economía social, acción pública y política (hay vida después del neoliberalismo)*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Coraggio, J. L., 2011. *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito: Abya-Yala.

Coraggio J. L., 2013. La economía social y solidaria: hacia la búsqueda de posibles convergencias con el Vivir Bien. En: Ivonne Farah y Verónica Tejerina (coord.), *Vivir bien: Infancia, género y economía entre la teoría y la práctica* (pág. 215-255). La Paz, Bolivia: CIDES-UMSA.

Cooperativa de Comercio Solidario, 2013. *Consumo Responsable*. Disponible en: <http://comerciosolidario-santafe.blogspot.com.ar/consumo-responsable> (último acceso 30 de septiembre de 2016).

Cotera, A. y Ortiz, H., 2009. Comercio Justo. En A. D. Cattani, J. L. Lavilla, L. I. Gaiger y P. España (coord.). *Dicionário Internacional da outra economia [Diccionario Internacional de la otra economía]* (pág. 60-67). Coimbra: Almedina.

Cruz, A. M., 2006. *A diferença da igualdade: a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosur [La dinámica de la economía solidaria en cuatro ciudades del Mercosur]*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas.

Guimenez, S. Y Hopp, M., 2012. "Programa ingreso social con trabajo Argentina Trabaja: una mirada reflexiva desde el corazón de su implementación", en IV encuentro internacional de Políticas Públicas y Trabajo

Social: Aportes para la reconstrucción de lo público. Trabajos Seleccionados., Carrera de Trabajo Social UBA, Argentina.

Mance, E. A., 2004. Consumo Solidario. En A. D. Cattani (organizador), *La otra economía* (pág. 79-85). Buenos Aires: Altamira.

Mejías, D., 2013. *Mercado y Capitalismo*. Documento de la cátedra Economía Social y Solidaria. Universidad Nacional del Litoral.

Melián Navarro A. Y Campos Climent V., 2010. *Emprendedurismo y Economía Social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis*. REVESCO N° 100, 43-67.

Organización Mundial del Comercio Justo, 2013. *Los 10 Principios de Comercio Justo*.

Sanchis Palacio J. R. (2010). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. España: IUDESCOOP.

Santos B. Y Rodríguez C. (2007). *Para ampliar el canon de la producción*. Otra Economía. Volumen I, N° 1, Brasil.

Otras fuentes consultadas

Código Fiscal de la Provincia de Santa Fe.

Comunicación A 6041 del Banco Central de la República Argentina.

Corte Suprema de Justicia de la Nación (causa C.2040, L.XLII: "Cooperativa de Trabajo Agrícola C. B. Ltda. c/ D.G.I., 15/02/2010).

Decretos Nacionales 1.164/09, 1602/09, 1/10, 1.031/10 y 84/14.

Ley provincial N° 12375 de Economía Social y Solidaria (Santa Fe).

Leyes Nacionales N° 20.628, 20.744, 23.349, 24.714, 25.865 y 26.565.

Resolución SC y MI 10.204 (Ministerio de Desarrollo Social) – 01/12/10.