



**INFORME: Registro de emprendedores y
trabajadores de la economía popular del partido de
Olavarría:**

2024-2025

Julio de 2026.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	1
¿QUIENES SON LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LA ECONOMÍA POPULAR?	2
1-DATOS PERSONALES	2
1.A. RANGO ETARIO	2
1.B. GÉNERO.....	3
1.C.PARTICIPACIÓN EN ESPACIOS COLECTIVOS	4
2-DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL	5
3- CONTACTO	6
4- EDUCACIÓN.....	6
5- TRABAJO.....	7
5.A. FORMAS DE TRABAJO	7
5.B CONTRATACIÓN DE PERSONAS.....	9
5.C. ESPACIO FÍSICO	9
5.D REGISTRACIÓN IMPOSITIVA Y HABILITACIÓN.....	10
5.E RAMAS DE LA ECONOMÍA POPULAR.....	12
6. DESEMPEÑO.....	17
6.A. ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO	17
6.B. ALCANCE DE LA ACTIVIDAD.....	18
6.C. PUNTOS DE COMERCIALIZACIÓN	18
6.D. DIFICULTADES EN LA PRODUCCIÓN.....	19
6.D. DIFICULTADES EN LA COMERCIALIZACIÓN	20
7. FACTURACIÓN	22
8. INGRESOS	23



PRESENTACIÓN

El presente informe constituye una recopilación parcial de la base de datos creada por la Coordinación de Economía Popular de la Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo del Municipio de Olavarría. Se trata de un relevamiento dirigido a los trabajadores y trabajadoras de la economía popular del Partido de Olavarría, quienes sostienen y llevan adelante experiencias cooperativas, asociativas, unidades productivas familiares, colectivas o individuales, cuentapropistas, entre otros.

El Registro de Emprendedores y Trabajadores de la Economía Popular fue lanzado en abril de 2024 y se encuentra abierto de manera permanente en la [página del municipio](#). Cuenta con ocho secciones que permiten conocer los principales datos y estado de situación del sector. Las mismas son:

- 1. DATOS PERSONALES**
- 2. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL**
- 3. CONTACTO**
- 4. EDUCACIÓN**
- 5. TRABAJO**
- 6. ACTIVIDAD DE LA ECONOMÍA POPULAR**
- 7. DESEMPEÑO**
- 8. INGRESOS**

De abril de 2024 a diciembre de 2025 se registraron 374 respuestas, las cuales fueron sistematizadas en este informe.

Esta herramienta nos permite contar con datos, números, indicadores, estadísticas que permitan la creación de políticas públicas focalizadas y de impacto real en esta población. En ese sentido los objetivos del mismo son:

- Reconocer, formalizar y garantizar los derechos de los trabajadores y trabajadoras de la economía popular.
- Analizar y elaborar propuestas para las principales problemáticas asociadas a la producción y comercialización.
- Conocer la composición del sector por rango etario y género.
- Analizar las dificultades o facilidades en el acceso a herramientas que les permitan potenciar su trabajo.



Los trabajadores y trabajadoras de la Economía Popular crean su propio trabajo a partir de sus saberes y oficios, en unidades productivas individuales o colectivas que están inscriptas en relaciones asimétricas en el ámbito financiero, comercial o fiscal.

¿QUIENES SON LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LA ECONOMÍA POPULAR?

Son trabajadores y trabajadoras que desarrollan diferentes actividades para lograr su sustento económico, por fuera de las lógicas tradicionales de trabajo.

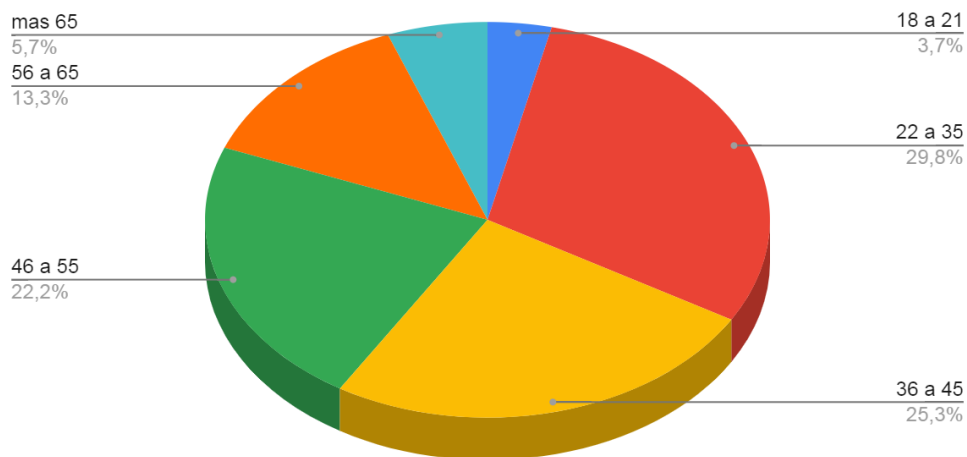
Aquí se encontrarán experiencias del cuentapropismo, cooperativas, pequeñas unidades productivas (individuales y colectivas), entre otros, que desde lo político promueve la organización colectiva y popular para reivindicar los saberes populares.

1-DATOS PERSONALES

1.A. RANGO ETARIO

En la primera sección de DATOS PERSONALES se prestó especial atención al RANGO ETARIO y a la composición por GÉNERO. Es así que en esta cohorte identificamos tres grandes bloques: un 29,8% de personas entre 22 y 35 años; un 25,3% entre 36 y 45 años y un 22,2% entre 46 y 55 años.





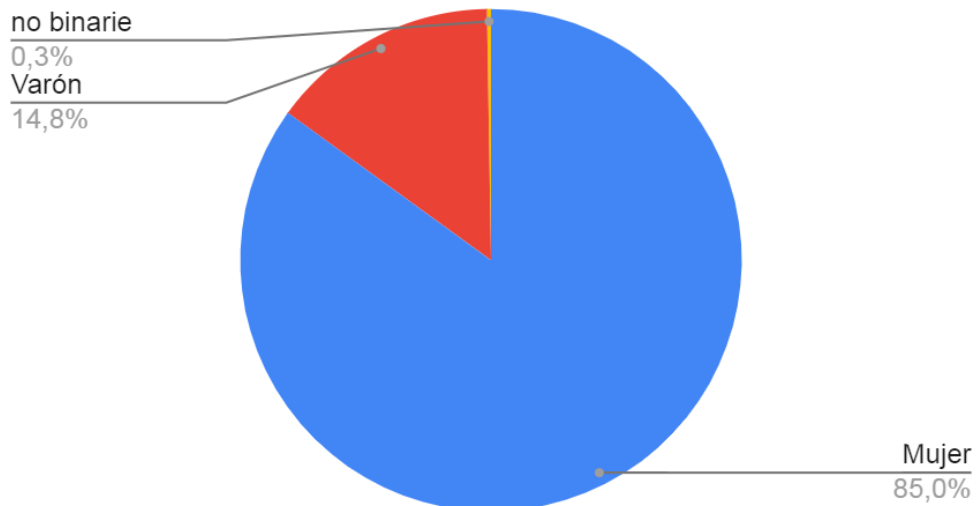
1.B. GÉNERO

En cuanto al GÉNERO se obtiene que el 85% son mujeres y 14,8% varones y el 0,3% no binarie. Este dato, junto al rango etario, está directamente relacionado con las dificultades históricas de acceso al mercado formal de trabajo para las mujeres y disidencias, con lo cual se explica su alta participación en las actividades de la Economía Popular para el sostenimiento de los hogares.

Es decir, el inicio de actividades productivas que permitan una flexibilidad en los horarios para el desarrollo de las tareas de cuidados y del hogar. En este sentido lo que se propone es problematizar esta situación y generar los ámbitos de discusión para que las mencionadas tareas sean distribuidas en el entorno familiar para que las mujeres y disidencias no posterguen su desarrollo integral.



Cantidad por IDENTIDAD DE GÉNERO



1.C.PARTICIPACIÓN EN ESPACIOS COLECTIVOS

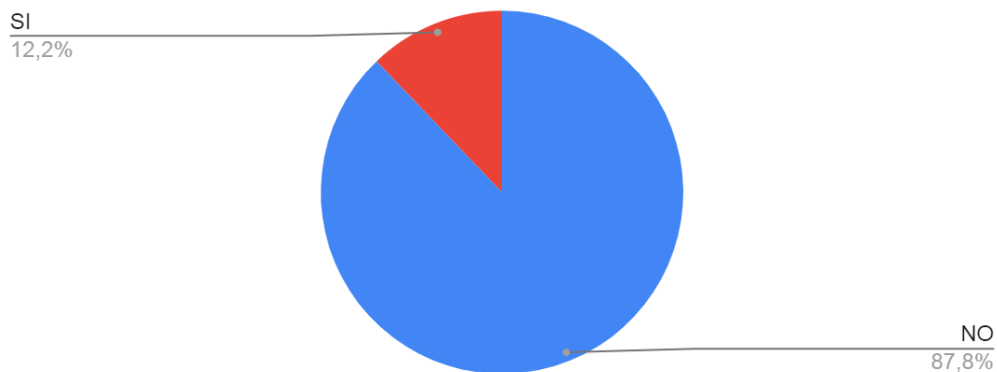
En este relevamiento resulta importante conocer si las trabajadoras y trabajadores de la Economía Popular están organizados en espacios colectivos, los cuales pueden ser organizaciones políticas, sociales, sindicatos, asociaciones civiles, mutuales, cooperativas, etc. Los resultados arrojaron que el 12,2% sí lo está y el 87,8% no.

Este dato ayudará a visibilizar cuántas trabajadoras buscan organizarse para pensar la producción y/o comercialización de sus productos o servicios, así como también cuántas encuentran respuestas en los ámbitos colectivos.

En este punto puede suceder que haya casos de participación colectiva pero que la persona no lo perciba como tal. En este sentido puede tratarse de espacios de comercialización, de organización de ferias, de producción, entre otros.

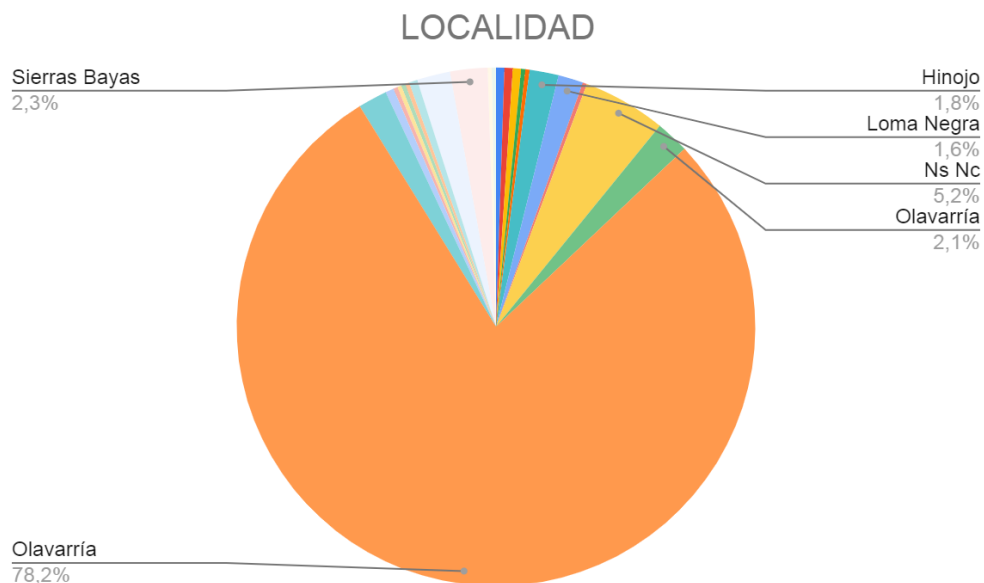


COUNTA de ¿Pertenece a alguna organización social/p...



2-DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL

Teniendo en cuenta que este cuestionario está destinado a todo el Partido de Olavarría, nos interesa saber cómo es la distribución territorial de los trabajadores y trabajadoras de la Economía Popular. Es así que el 78,2% se encuentra en la ciudad cabecera y luego hay una distribución equitativa entre todas las localidades.



El programa **Barrio por Barrio** implementado desde finales de noviembre de 2024 ha permitido una mayor injerencia del área en la comunidad y visibilizar las propuestas que el municipio tiene para el sector de la economía popular. En este sentido se generan encuentros personales con los y las trabajadoras en los cuales podemos profundizar sobre problemáticas, necesidades y sugerencias.

3- CONTACTO

Esta información fue relevada de manera interna. Los datos no serán públicos.

4- EDUCACIÓN

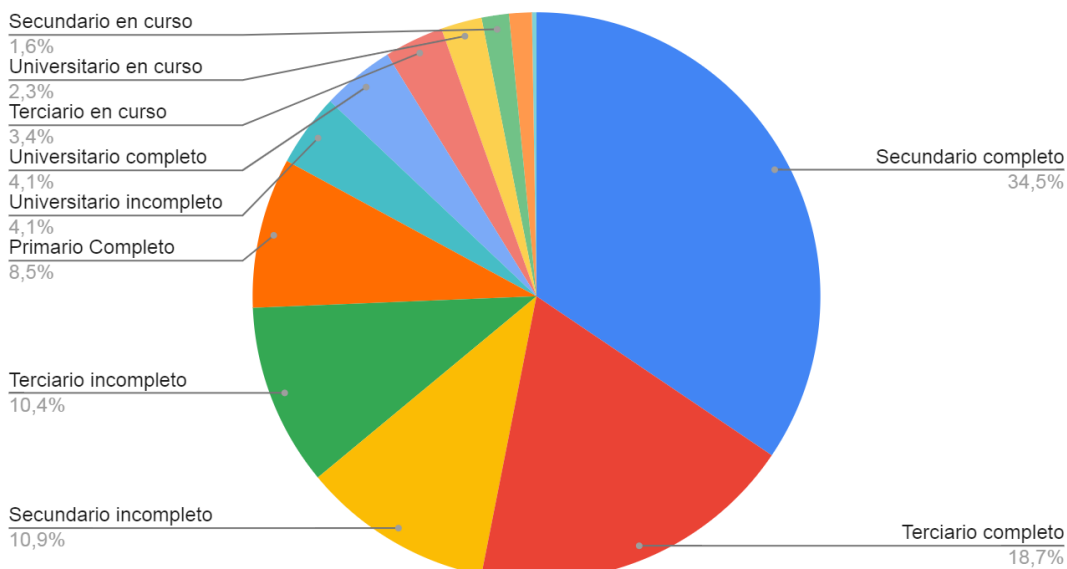
En materia de educación se presenta un alto nivel educativo. El 34,5% tiene el secundario completo, el 18,7% tiene el terciario completo y el 10,9% secundario incompleto. Este dato es importante en dos sentidos: en primer lugar para ofrecer las diferentes propuestas educativas que hay en todo el partido para la terminalidad de la etapa obligatoria; y en segundo término analizar si la formación está vinculada a la actividad que desarrollan.

Sumando al aporte de género, las mujeres en general alcanzan un mayor nivel de estudio que los hombres. Esto, como se observa, no se traduce en igual acceso al trabajo formal.

Así como también, el trabajo por cuenta propia permite un manejo de los tiempos que es más compatible con las tareas de cuidado.



COUNTA de MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO



5- TRABAJO

5.A. FORMAS DE TRABAJO

En cuanto a la forma de trabajo analizamos diferentes variables.

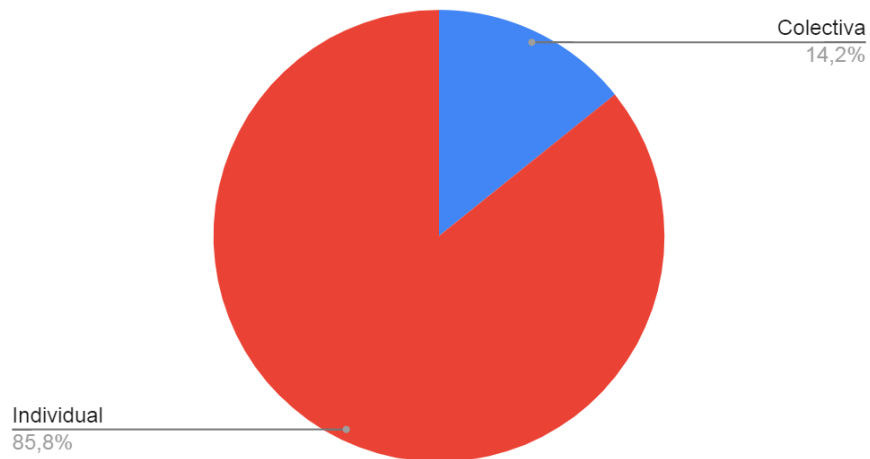
El primer dato es que la Economía Popular está compuesta mayormente por unidades productivas individuales (85,8%), y un pequeño porcentaje lo hace de manera colectiva (14,2%).

Dentro de las personas que llevan adelante diferentes emprendimientos hay un 9,7% que a su vez trabaja en relación de dependencia con un salario menor al SMVM y un 2,6% que lo hace con un salario mayor al SMVM.

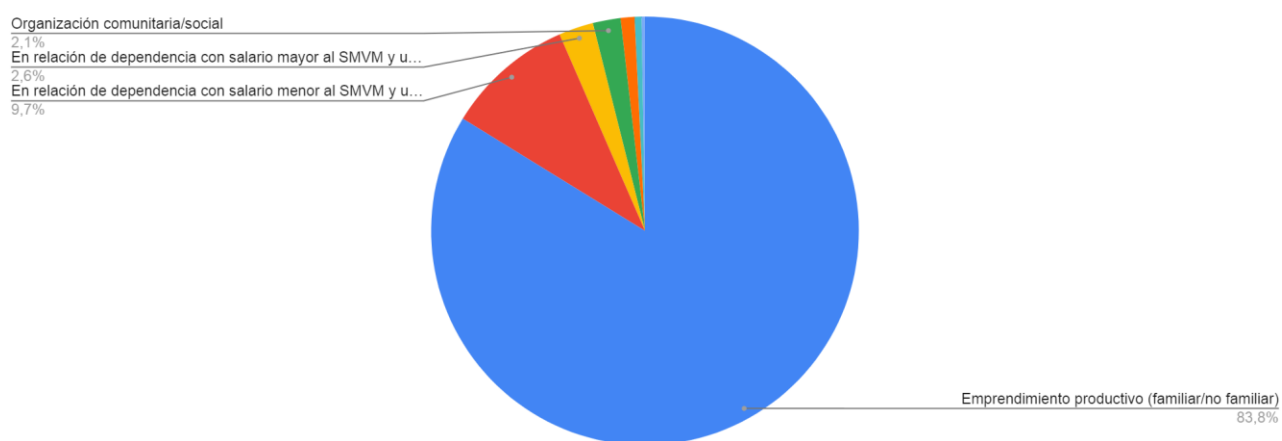
En este apartado se verá también que una de las opciones es “Organización comunitaria y social” en donde probablemente no haya un salario tal y como se conoce tradicionalmente, pero en este registro se aclara que no es necesario recibir una remuneración por la actividad que se lleva adelante. Esto tiene que ver con que existen tareas que sustentan la matriz productiva pero que son invisibilizadas, como las tareas de cuidados y socio comunitarias en comedores y merenderos mayormente sostenidas por mujeres y disidencias. En este sentido se registró un 2,1% que trabajan bajo esta modalidad.



¿Lo realizás de manera individual o colectiva?



¿En que trabaja?



5.B CONTRATACIÓN DE PERSONAS

Las respuestas a esta consulta van en consonancia con la respuesta anterior, por lo tanto se registran muy pocas experiencias donde hay contratación de personas.

Para realizar tu actividad, ¿empleás o contratás personas de manera regular o permanente? frente a Para realizar tu activi...

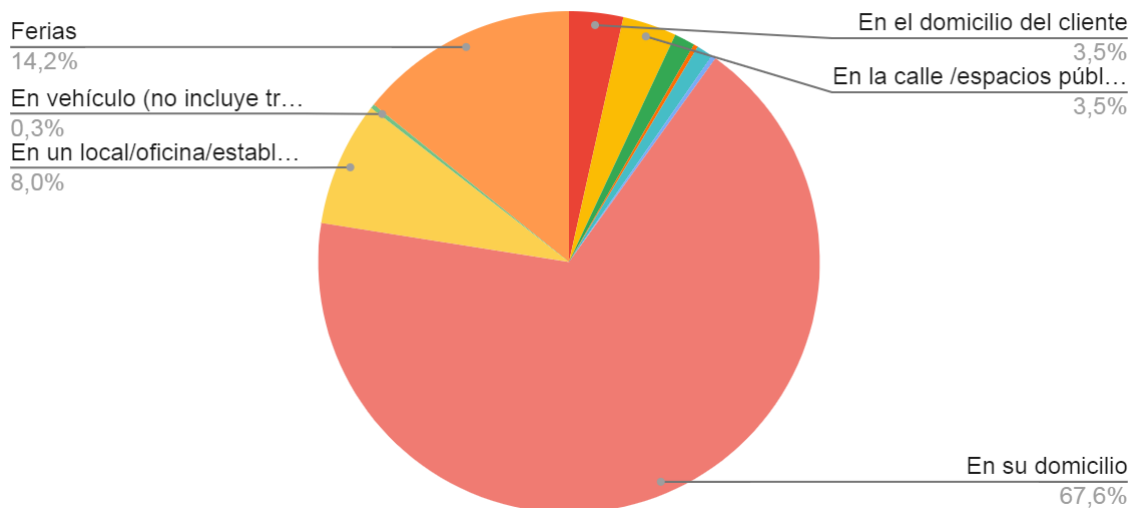


5.C. ESPACIO FÍSICO

Son mayormente los domicilios particulares los lugares donde se realizan las tareas productivas. Esto corresponde a un 67,6% del total.



Donde realiza sus tareas



5.D REGISTRACIÓN IMPOSITIVA Y HABILITACIÓN

Los niveles de registración impositiva son bajos. Este ítem es sumamente importante ya que desde el área se promueve la realización de este trámite, que no sólo permite la formalización, sino también contar con aportes. La registración impositiva permite además poder acceder a beneficios como apoyos financieros y poder ser proveedores de diferentes instituciones públicas y privadas.

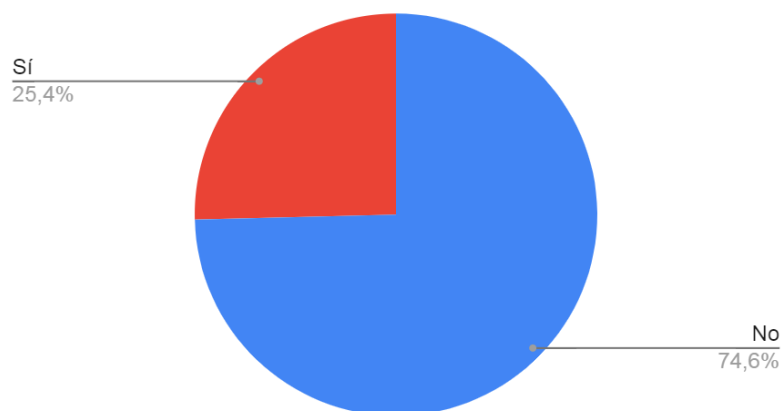
En este sentido, la Coordinación de Economía Popular impulsa durante el año el Taller de Gestión Emprendedora y el de Formalización, así como también la propuesta de la Escuela Productiva Bonaerense en vinculación con el Ministerio de Producción de la provincia. En los mismos se profundiza sobre la importancia de registrar los proyectos productivos, la autogestión de ese proceso y los beneficios que implica: formalización, previsionalidad, seguridad social, acceso a financiamientos, inclusión financiera, acceso a mayores canales de comercialización.

En este sentido durante el 2024 unas 500 personas formaron parte de estas propuestas formativas sobre registración y formalización de las unidades productivas, mientras que en el 2025 fueron 200 personas.

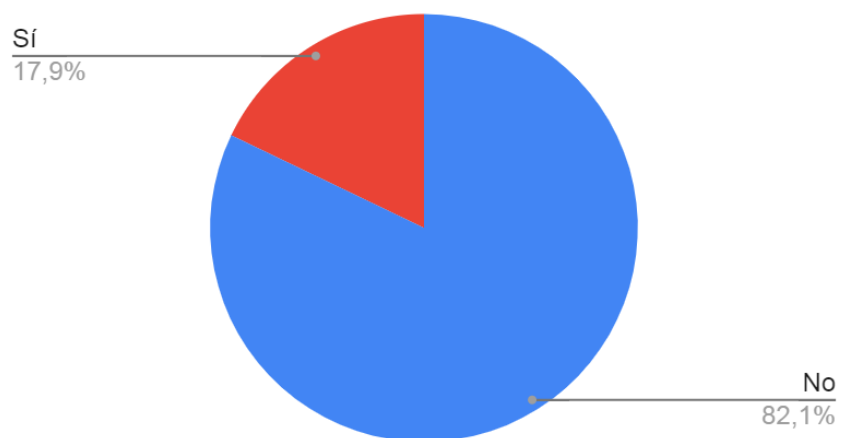
En el 2025 además de repetir los talleres, institucionalizamos un espacio personalizado de asistencias técnicas donde también se abordan estos temas. Hasta julio concretamos 30 encuentros de estas características.



Se encuentra registrado en Arca



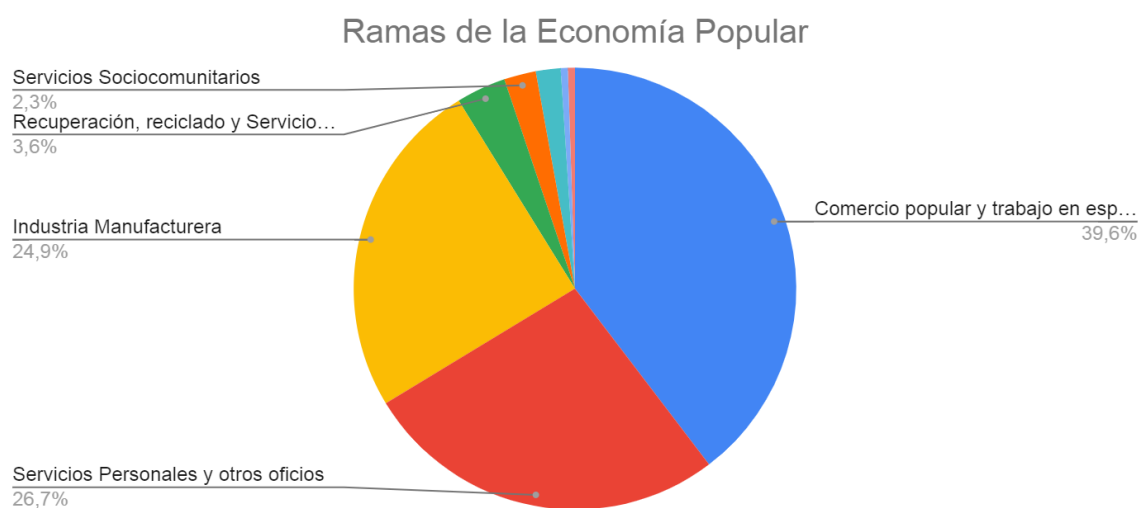
Se encuentra registrado en ARBA



5.E RAMAS DE LA ECONOMÍA POPULAR

En este apartado el objetivo es obtener precisiones de la actividad principal que realiza cada trabajador. Para ello se hizo una clasificación general de las ramas productivas que están dentro de la Economía Popular y dentro de ellas una sub clasificación más específica.

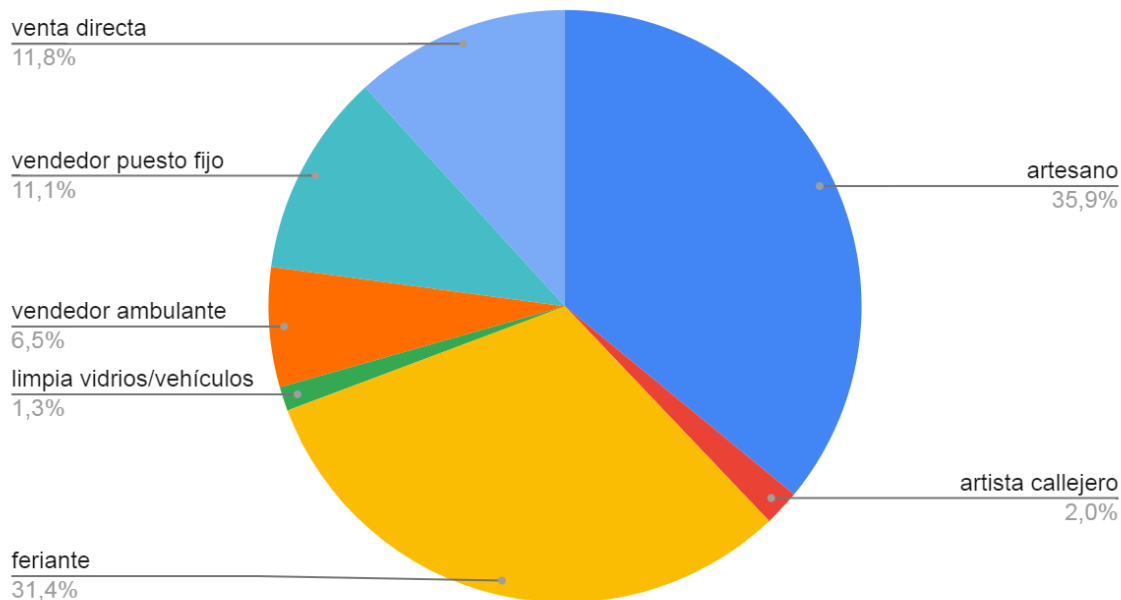
En este sentido existen tres grandes universos: un 39,6% dedicados al Comercio Popular y trabajo en espacios públicos, un 26,7% a Servicio Personales y otros oficios y un 24,9% se dedica la Industria Manufacturera.



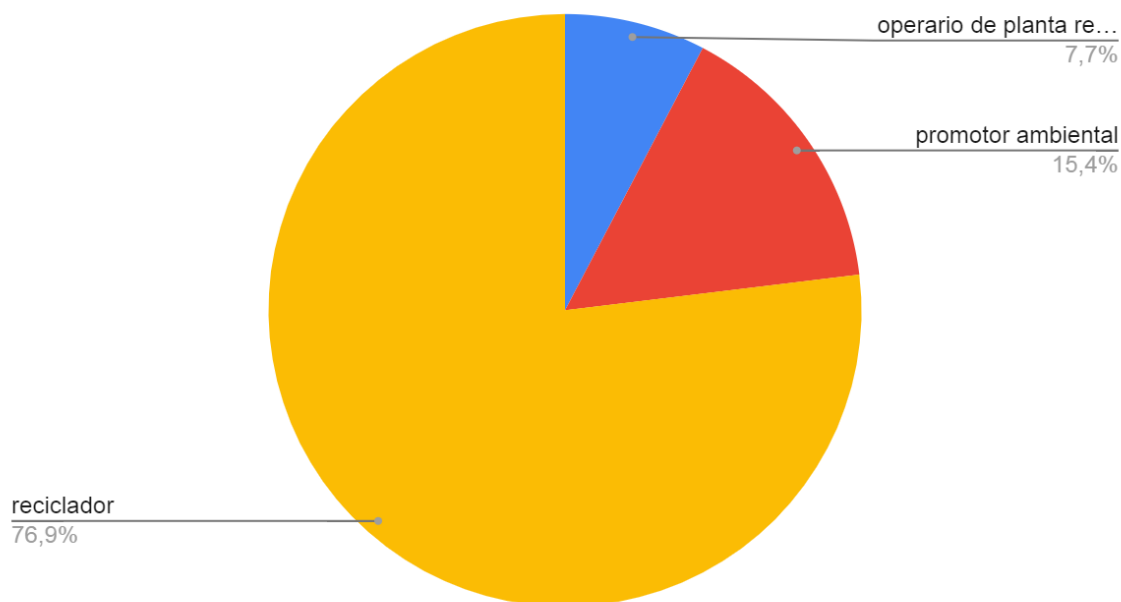
A continuación presentaremos los datos registrados por rama productiva de la economía Popular.



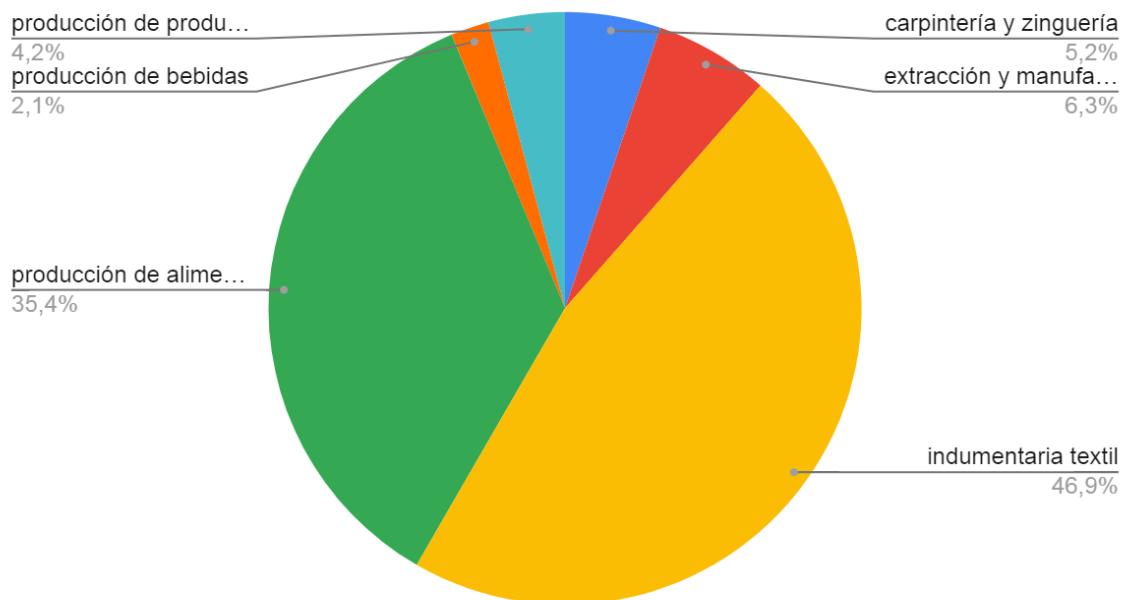
Comercio Popular y trabajo en espacios públicos



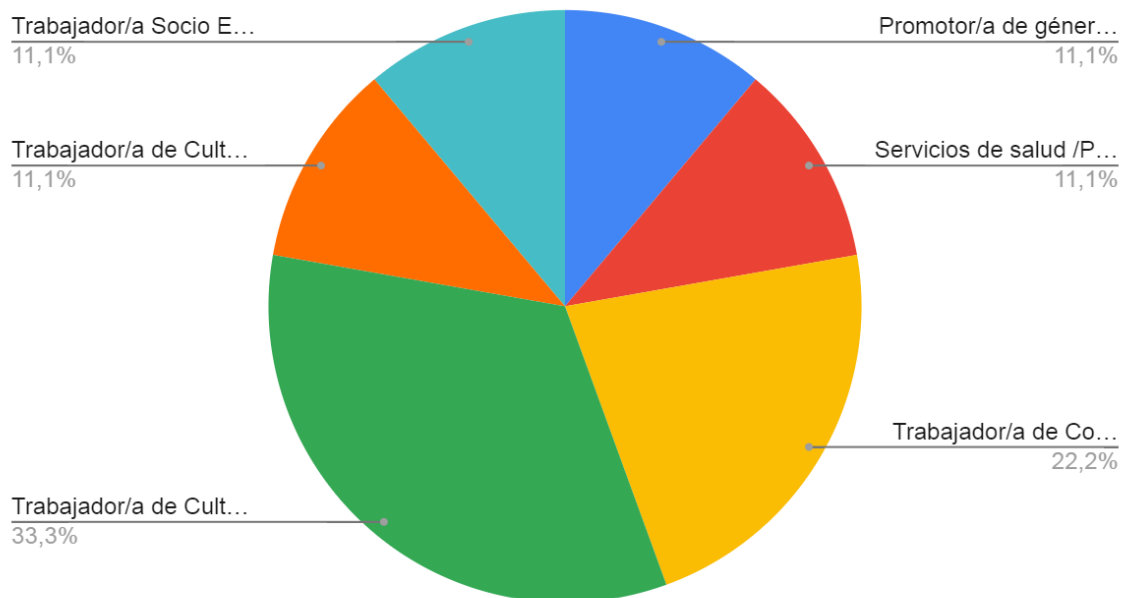
Actividad de Recuperador, reciclador y servicios ambientales



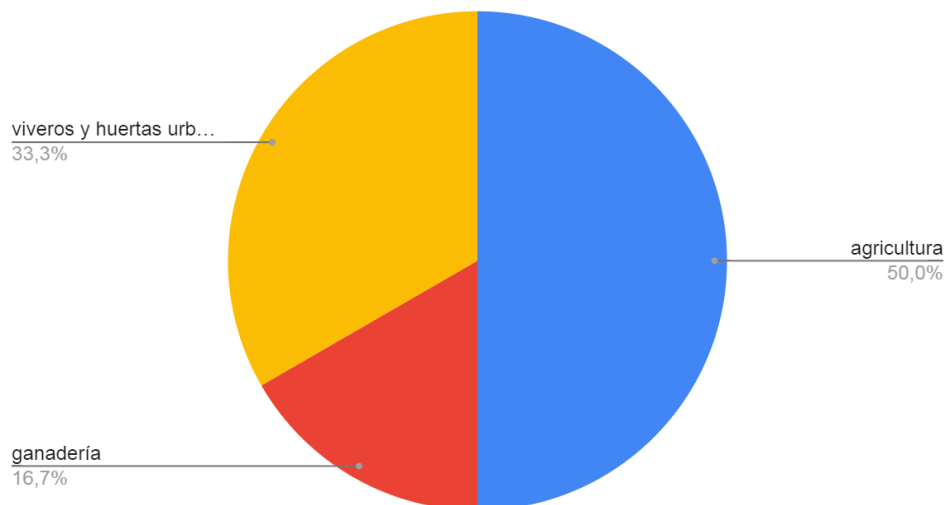
Actividad Industria manufacturera



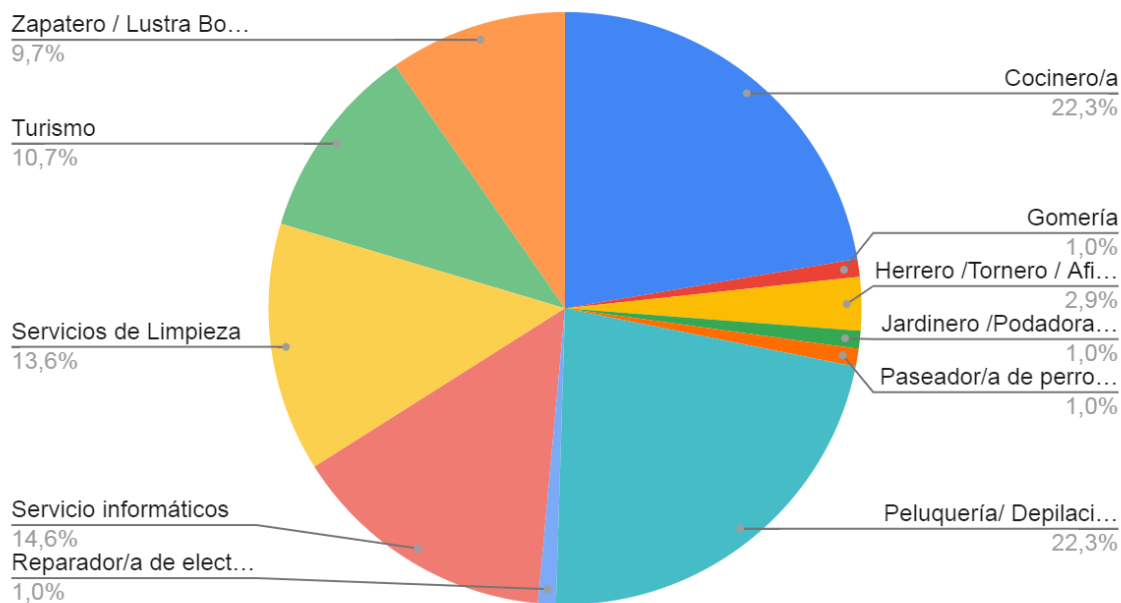
Actividad Servicios Socio comunitarios



Agricultura Familiar y Campesina



Actividad Servicios personales

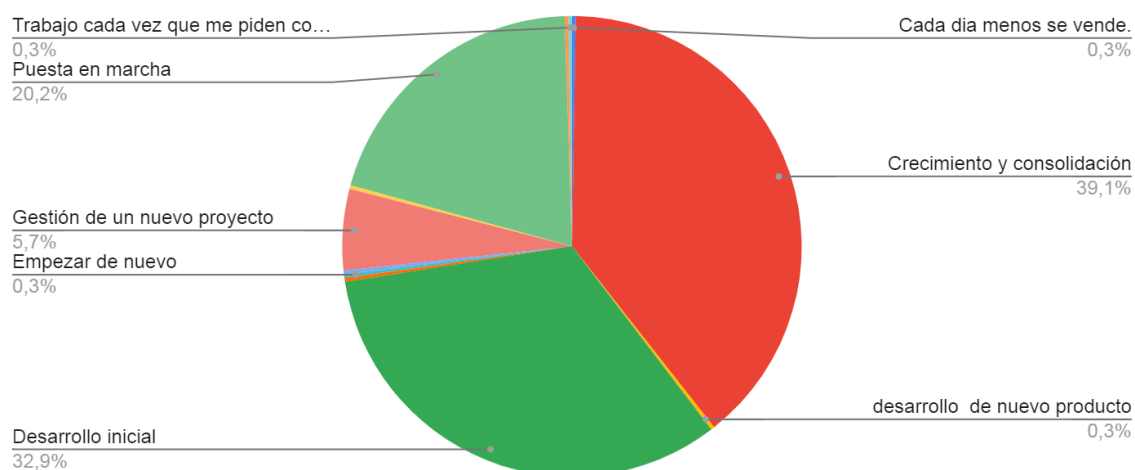


6. DESEMPEÑO

6.A. ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

En este punto se encuentra que la mayoría de los emprendimientos se encuentran en etapa de Crecimiento y Consolidación (39,1%), seguido del Desarrollo Inicial (32,9%) y por último el momento de Puesta en marcha (20,2%).

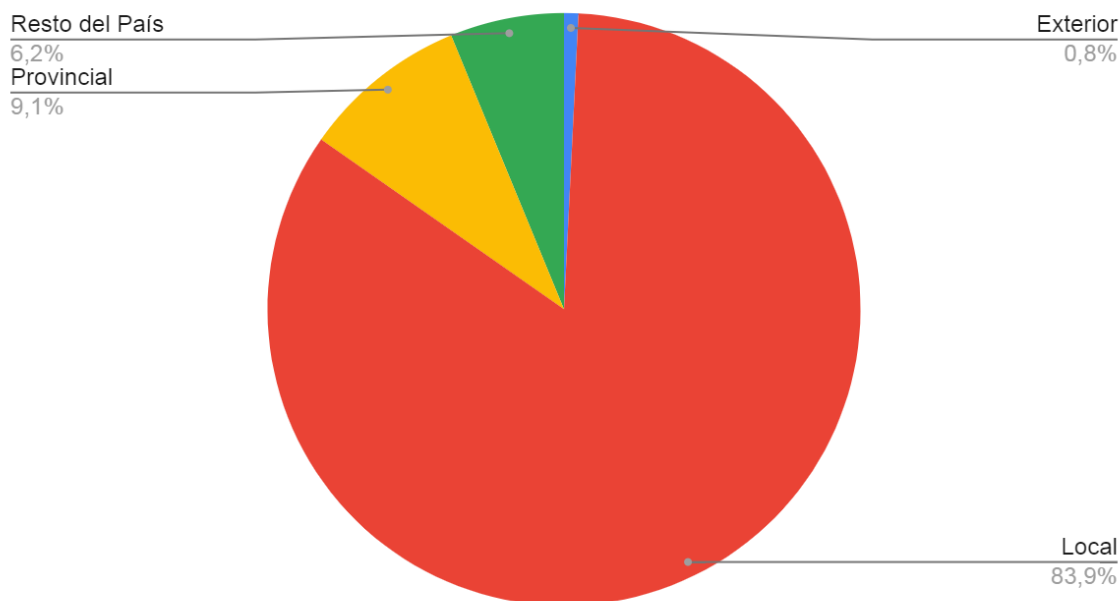
¿En qué etapa considera que se encuentra su empresa/negocio/organización/unidad productiva?



6.B. ALCANCE DE LA ACTIVIDAD

El alcance de las actividades que desarrollan los emprendimientos consultados registra una gran presencia en el ámbito local (83,9%).

¿Cuál es el alcance geográfico de las ventas/consumidores?



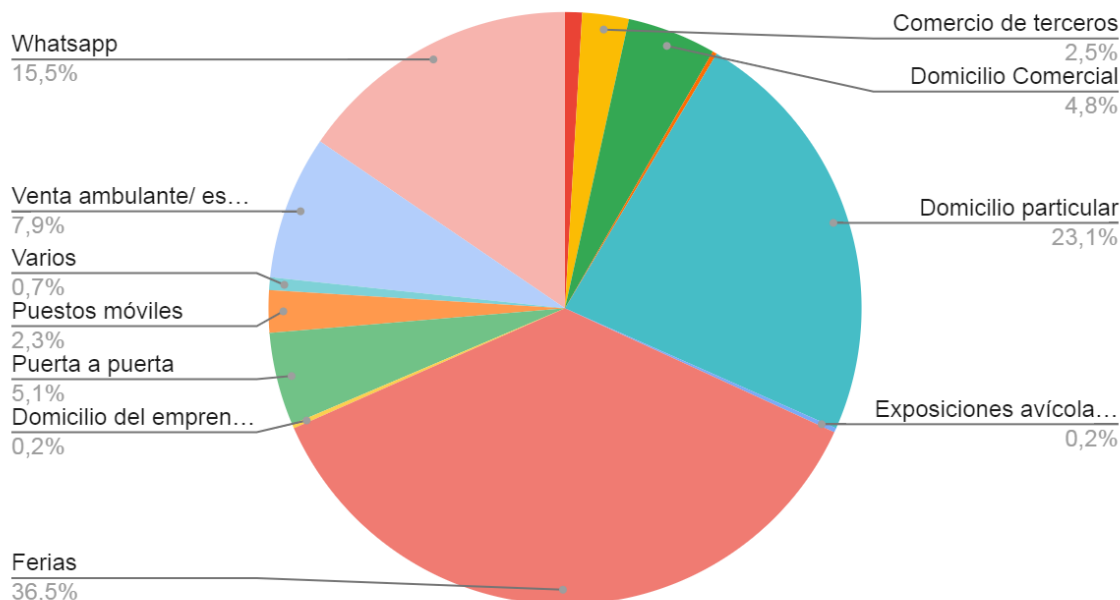
6.C. PUNTOS DE COMERCIALIZACIÓN

El protagonismo que ha adquirido la virtualidad en los últimos años ha modificado, entre tantas cosas, también, la manera de comercializar y el vínculo entre productor y consumidor. A eso se le suma también que para quienes se autocrean el trabajo, ya no es un impedimento contar con un local comercial. Estas respuestas respaldan lo mencionado ya que el 36,5% comercializa a través de ferias, el 23,1% en el domicilio particular y un 15,5% a través de WhatsApp.

Desde el inicio de la gestión hemos implementado diferentes eventos, ya sean organizados por esta dependencia o en vinculación con otras, donde hemos involucrado a las ferias como un lugar importante de trabajo, comercialización y vinculación con los y las consumidoras.



Puntos de comercialización de sus productos/servicios



6.D. DIFICULTADES EN LA PRODUCCIÓN

Conocer las dificultades en todas las etapas de las unidades productivas es sumamente valioso a la hora de pensar políticas públicas que focalicen en los problemas que tiene el sector.

Es así que el mayor problema se encuentra en el acceso a los materiales y materias primas e insumos (30,6%), seguido de un 24% que indica que cuenta con máquinas y equipos inadecuados y un 15,6% que asegura tener infraestructura inadecuada o insuficiente.

En mayo de 2025 se concretó la primer compra colectiva de insumos de mercería para trabajadoras del rubro textil. Se trata de un mecanismo que le permite a las pequeñas y medianas productoras lograr un volumen importante de insumos pudiendo, de esta manera, abaratar costos y mejorar el valor final de sus producciones.

Para ello contamos con el apoyo del Centro IDEB Olavarría. Esta institución puso a disposición sus mecanismos para que cada productor pueda depositar el monto de dinero según la compra que quiera realizar. Es el IDEB quien realiza las compras a los proveedores y luego la Coordinación de Economía Popular se encarga de la distribución.



Esta forma asociativa, además de los beneficios económicos antes mencionados, promueve los vínculos y encadenamientos productivos, mejora la planificación de los emprendimientos, fomenta la cooperación y el desarrollo local.

Por otro lado acompañamos en la presentación y gestión al crédito Arriba Emprendedores del Ministerio de Producción de la Provincia a ocho proyectos productivos que pudieron capitalizarse con insumos, máquinas, herramientas y mejorar sus infraestructuras. Esto significó un monto total de \$38.092.944



6.D. DIFICULTADES EN LA COMERCIALIZACIÓN

En lo que respecta a la comercialización se visualizan tres grandes problemas. Un 22,8% que lo vincula a la falta de regularidad en las ventas, un 19,1% a la demanda insuficiente y un 12% a problemas con la comunicación.

En los diferentes encuentros que se generan con los y las trabajadoras de la Economía Popular observamos que, al profundizar en este tema, hay una dificultad para identificar a los consumidores y como consecuencia poder establecer correctamente los canales de comercialización. Es así que en las propuestas formativas se hace fundamental hincapié y se



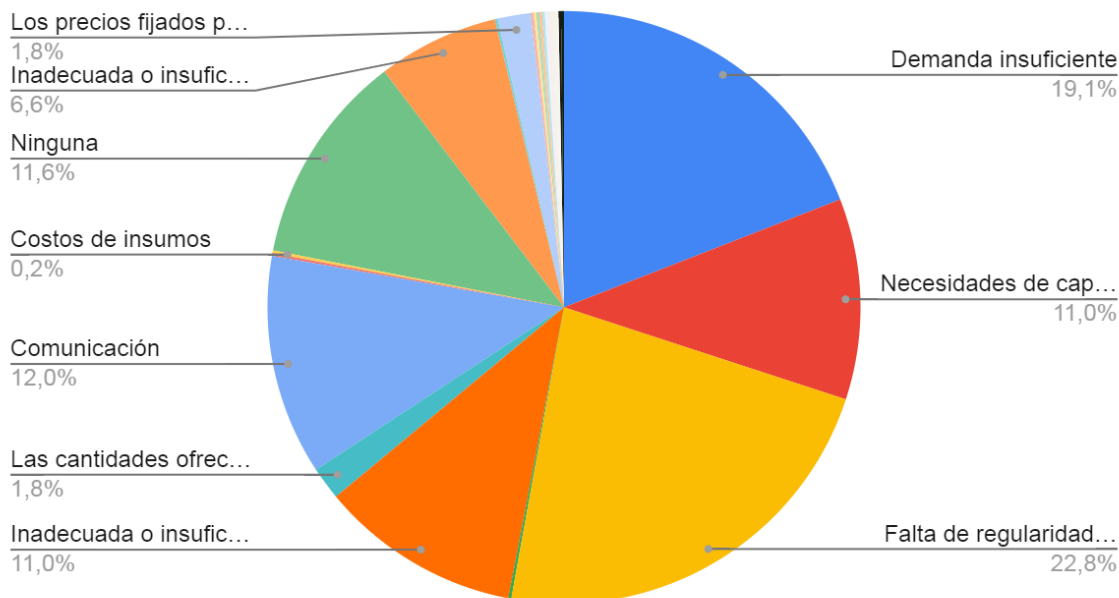
proponen dinámicas y ejercicios que puedan facilitar pensar este factor, así como también poder establecer un mínimo análisis del mercado. Aquí es importante aclarar que ante la profunda crisis económica y la necesidad de generar ingresos para vivir, las personas comienzan a comercializar lo que esté más alcance y no requiere de grandes procesos logísticos.

La difusión, promoción y comunicación de los emprendimientos de la Economía Popular son elementos de gran necesidad. La problemática que se vislumbra tiene que ver con que quien produce, comercializa, promociona, distribuye, vende, entre otras tareas, en la misma persona. Por lo tanto la tarea de comunicar suele quedar relegada.

Durante el 2024 realizamos talleres de manejo de redes sociales orientado a unidades productivas, para que los y las trabajadoras puedan adquirir herramientas que les permitan desarrollarse en ese ámbito. Sumado a eso, es necesario subrayar que en este aspecto se necesita poder concretar una buena planificación que pueda ser llevada a cabo.

Durante 2025 sostuvimos los espacios formativos vinculados a la gestión y a la planificación con muy buenas recepción de los trabajadores y trabajadoras de la Economía Popular.

Principales dificultades para la comarcalización



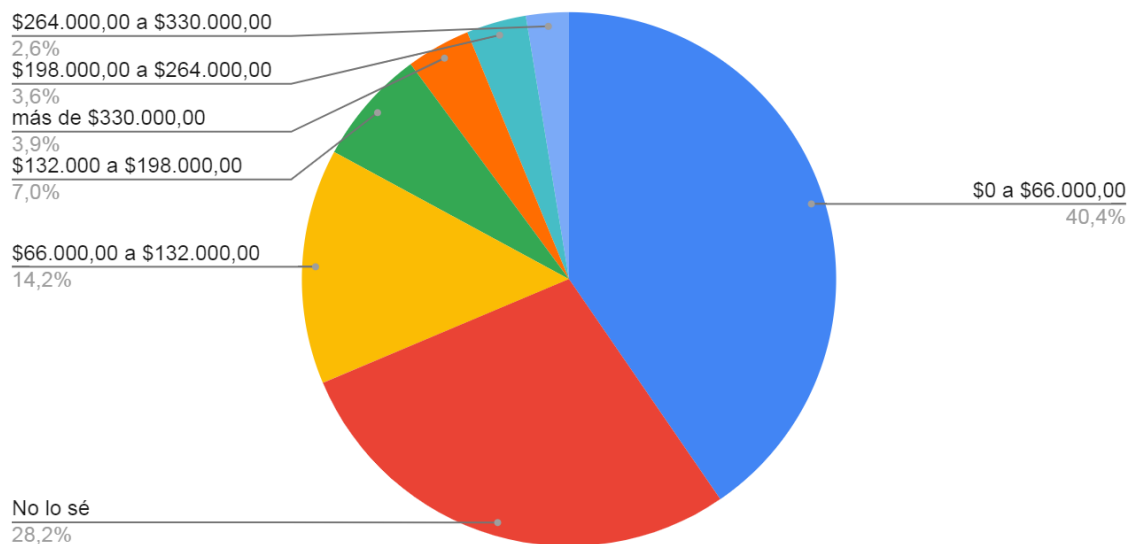
7. FACTURACIÓN

Para saber este dato se establecieron rangos:

-\$0 a \$66.000,00
-\$66.000,00 a \$132.000,00
-\$132.000 a \$198.000,00
-\$198.000,00 a \$264.000,00
-\$264.000,00 a \$330.000,00
- No lo sé

Existe un 40,4% que percibe entre 0 y \$66.000 mensuales, un 28,2% que no lo sabe y un 14,2% que gana entre \$66.000 y \$132.000.

Rango de facturación mensual de su empresa/ negocio/ organización



Estos resultados arrojan que las personas que llevan adelante un emprendimiento necesitan un gran acompañamiento para acrecentar sus ventas y sobre todo en la administración y planificación de las actividades que llevan adelante.

El dato que llama la atención es que hay un gran porcentaje que no sabe cuántos son los ingresos que genera con el trabajo de manera independiente. Para dar respuesta a esto se proponen algunas técnicas de registro con planillas de uso sencillo para que las personas puedan llevar un

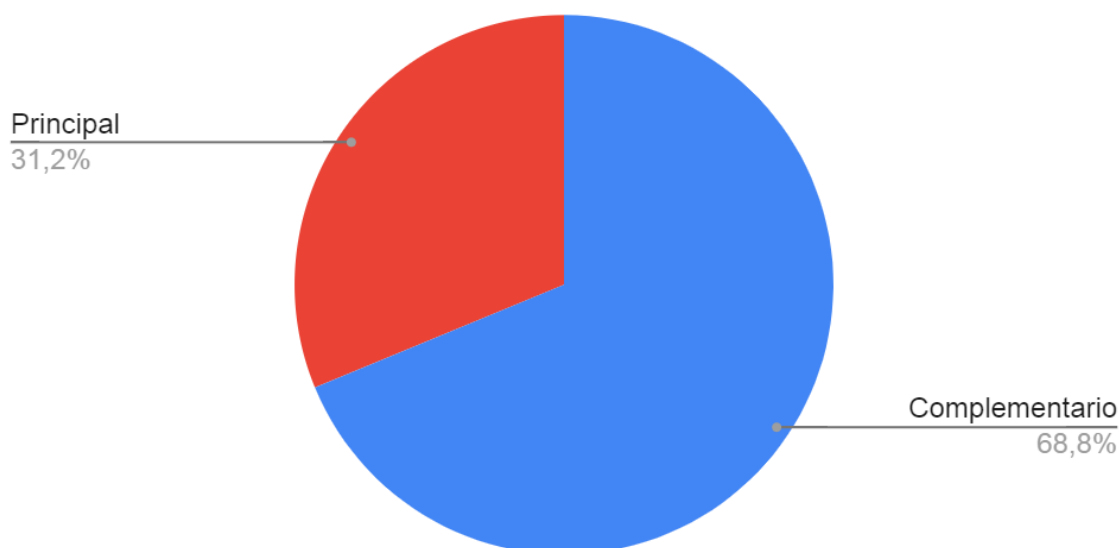


control contable. Esta situación puede acarrear otros problemas como por ejemplo no saber qué precio vender el producto u ofrecer un servicio, desconocimiento del valor de la hora de trabajo, entre otros.

8. INGRESOS

Como mencionamos al inicio de este informe, hay trabajadores y trabajadoras que cuentan con empleos formales y a su vez llevan adelante una unidad productiva y otros que únicamente se autocrean el trabajo de manera autónoma. Por ese motivo es importante saber cuántas personas viven de esta última opción. En este sentido, un 31,2% asegura que se trata de su ingreso principal y un 68,8% lo tiene como ingreso complementario. En este último caso puede suceder que exista otro ingreso en la familia o que el emprendimiento sea una actividad como hobby, con lo cual no se descarta que en algún momento se convierta en el que genere el principal ingreso.

Tipo de ingreso que genera la Unidad Productiva (entre quienes si respondieron)



Si se toma en cuenta que el 97,6% aproximadamente de las personas que se inscribieron se encuentran en edad económicamente activa (entre los 18 y 64 años), el 67% de estos casos lo consideran un ingreso complementario a otros ingresos familiares. Por lo tanto, estamos hablando



de que las demandas del hogar necesitan más de un trabajo con ingresos económicos para ser sostenidos.

