



Con un poco de ayuda de mis vecinos

Red Con Vos, un piloto que conecta a mercados comunitarios con inclusión digital

Informe de resultados

Enero 2022

PNUD reconoce la importancia del lenguaje inclusivo para visibilizar la diversidad de géneros. Por ello, en este informe, se utilizan alternativamente el masculino y el femenino genéricos.

Co_
Lab



TODO TRAPO

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA

PARA MINORISTA Y MAYORISTA



En cuanto a la dimensión de descentralización, cada cliente se “ahorró” recorrer aproximadamente 1,7 kilómetros y 21,7 minutos. Considerando el total de trámites realizados durante los tres meses que duró el experimento, la red Con Vos facilitó que los vecinos de Concepción tuviesen que recorrer 293,7 kilómetros menos y disponer de 637 horas (3823,2 minutos). Respecto al fomento de la realización de trámites online, el 59,3% de los clientes que asistieron a la red mencionaron como motivo de su asistencia el hecho de no saber cómo hacer dichos trámites por su cuenta, no tener las herramientas necesarias para ellos, o ambos, lo que habla de la demanda potencial de los servicios digitales y de servicios de apoyo para los mismos, y del potencial de la red u otros mecanismos similares para suplir esa demanda. Por último, en relación al fortalecimiento de los mercados comunitarios, en el 67,1% de los casos, la red atrajo nuevos clientes, o bien los clientes compraron más productos además de realizar la gestión digital para la que se habían acercado.

En síntesis, la experiencia de la red Con Vos muestra la contribución potencial de aprender de las innovaciones locales que ya funcionan, que son mapeadas y testeadas, para poder conocer su viabilidad en otros contextos y contribuir a paliar las dificultades inmediatas de las poblaciones en situación de vulnerabilidad. Al mismo tiempo, pone de relieve la necesidad de diseñar políticas públicas que tiendan a lograr una mayor descentralización de los servicios públicos, así como también a que se digitalicen cada vez mayor cantidad de trámites y tareas. Por último, los impactos diferenciales observados de la implementación de la red por género, edad y nivel educativo resaltan la necesidad de que las políticas públicas que se diseñen lo sean teniendo en cuenta los distintos perfiles socioeconómicos que se pretendan abordar, de manera tal de optimizar los beneficios positivos de su implementación.

1 La contribución de las soluciones locales y surgimiento de la red con vos

El creciente uso de herramientas digitales en la vida cotidiana para realizar todo tipo de operaciones, desde compras y pagos online, hasta gestiones estatales, se vio disparado cuando la pandemia por COVID-19 dio lugar en distintos países del mundo a medidas de aislamiento y distanciamiento social. De la noche a la mañana, muchas de las operaciones indispensables para la vida cotidiana sólo se podían concretar de manera online. Esta situación trajo aparejadas varias consecuencias, entre ellas que las personas sin acceso o conocimiento sobre estas herramientas quedaron en gran desventaja al no poder realizar gestiones importantes, tales como acceder a subsidios públicos que diferentes países otorgaron para paliar la falta de ingresos, obtener permisos de circulación, etc. Asimismo, estas desigualdades en torno al acceso y al conocimiento provocaron que muchas de las personas afectadas continúen realizando sus trámites de manera presencial, poniendo en riesgo su salud y la de otros al abandonar sus hogares durante los focos de contagios.



Frente a la imperiosa necesidad de usar herramientas digitales, las personas en los barrios comenzaron a desplegar distintas estrategias, entre las cuales se destaca la intensificación de la asistencia informal a través de comercios de barrio. Este tipo de innovaciones en territorio que emergen cuando las personas resuelven sus necesidades insatisfechas pueden ser una fuente enorme (y legítima) de aprendizaje sobre las posibles soluciones para problemas urgentes y no deberían considerarse como anomalías o casos desviados. Algunas de estas soluciones locales, que funcionan para las personas a pequeña escala y a nivel barrial, pueden llevarse e implementarse en otros contextos - una vez testeadas y confirmada su viabilidad - para resolver los mismos problemas, pero de otras personas. Al mismo tiempo, usar este tipo de soluciones surgidas espontáneamente de las personas en su vida cotidiana representa una gran ventaja para el desarrollo de intervenciones para resolver los problemas que dificultan el desarrollo. Las políticas que se nutran de o emulen soluciones que ya funcionan en los barrios y que fueron adoptadas por sus habitantes serán mucho más fácilmente apropiadas por la población y su implementación mucho más factible. En particular, estas soluciones son fundamentales cuando los problemas son urgentes y las soluciones definitivas pueden demorar en llegar. Tal es el caso de la brecha digital en el estallido de la pandemia, cuya solución definitiva podría demorar décadas, pero cuyas implicancias negativas pueden ser contrarrestadas gracias a estas soluciones ya existentes.

¹ Smith, A., Fressoli, M., Abrol, D., Arond, E., & Ely, A. (2017). Grassroots Innovation Movements. Routledge.

² Von Hippel, E. (2020, August 17). Informal innovation: It's not a bug, it's a feature. Medium. Retrieved December 1, 2021, from <https://acclabs.medium.com/informal-innovation-its-not-a-bug-it-s-a-feature-16834176cc7a>.

La intermediación informal de servicios financieros y gestión digital implementada por los comercios barriales es una práctica previa a la pandemia, tal como lo identificamos en el mapeo de soluciones del Laboratorio (PNUD, 2021). Allí se destacó la experiencia de una comerciante que, desde su librería, ubicada en un barrio popular del conurbano bonaerense, ayudaba a realizar gestiones digitales a sus clientes. En términos generales, la solución que se desprende de este caso es muy intuitiva, y fue encontrada en distintos puntos del país: una persona del barrio -dueños de los comercios, líderes locales o simplemente vecinos/as- ayudan a otros a realizar sus gestiones online a través de una computadora o celular y cobra una pequeña suma por ello. De esta manera, el negocio de barrio va cumpliendo un rol fundamental en acercar tecnologías sencillas -en su momento fue el uso de teléfonos, luego la recarga de tarjetas para celulares o transporte, hoy además puede ser la resolución de gestiones- que la población necesita. Lo importante es que son percibidos como cercanos y naturales para las personas, tienen un espacio de cercanía mental que los hacen plausibles de ser un vehículo para acercar soluciones digitales.

Estos proyectos son una fuente invaluable de aprendizaje, pero necesitan algún nudge para ser escaladas. Esto es lo que realizamos desde el Laboratorio con la colaboración de la Dirección de Producción del Municipio de Concepción del Uruguay. Conjuntamente, creamos la red Con Vos, para lo cual diseñamos su identidad y marca, armamos materiales promocionales e informativos, instructivos paso a paso para los trámites, etc. Actualmente, la red comprende a 32 comercios de dicha localidad y tiene entre sus principales objetivos lograr una mayor descentralización de las gestiones, lograr que mayor cantidad de gestiones sean realizadas de manera online y fortalecer el desarrollo de los mercados comunitarios.

En este sentido, evaluamos el desempeño de la red Con Vos en base a la medición del cumplimiento de estas tres dimensiones de análisis: descentralización de las gestiones, fomento de la gestión de trámites online y fortalecimiento de los mercados comunitarios. Nuestra hipótesis con respecto a la descentralización es que la expansión de la oferta de servicios de gestión de trámites en comercios barriales como consecuencia de la implementación de la red va a permitir que las personas puedan realizar sus gestiones más cerca de sus hogares, así recorriendo menores distancias y destinando menos tiempo a las mismas. En relación al fomento de la realización de trámites online, esperamos que el hecho de que los trámites sean resueltos de manera digital por el comerciante de confianza pueda incentivar a los vecinos a realizar más trámites online a través del comercio. En cuanto al fortalecimiento de los mercados comunitarios, creemos que la difusión de la red, así como también la expansión de la oferta de servicios brindada por cada comercio que la conforma, va a atraer nuevos clientes, maximizando así el volumen de ventas.

Paralelamente a la evaluación del desempeño de la red en torno a las dimensiones de análisis anteriormente mencionadas, diseñamos un experimento a pequeña escala con tres grupos de comercios. A dos de ellos les dimos material promocional (bolsas ecológicas, billeteras y cartucheras para regalar a las personas que realizaran

trámites en la red) e impresoras. A su vez, en las cercanías de los comercios de uno de estos grupos repartimos cupones con descuentos para que los vecinos se acerquen a realizar sus trámites. Por último, el tercer grupo (de control) se incluyó en la red, brindaba servicios, pero no obtuvo ningún elemento adicional, incentivo, ni tampoco figuró en los cupones. Para poder realizar la comparación entre los grupos de comercios dependíamos de la demanda de gestiones por parte de la población. Ésta fue muy despareja, es decir las observaciones recogidas en los diferentes grupos fue muy dispar, haciendo inviable la comparación entre los mismos.

A pesar de la imposibilidad de comparar los grupos experimentales, la información recolectada resultó de gran utilidad para medir el impacto de la red sobre sus dimensiones de análisis. Los resultados reflejan que la descentralización de las gestiones resultó exitosa, permitiendo que los vecinos de la localidad de Concepción ahorren tiempo y recorran distancias significativamente menores para realizar sus gestiones. En relación al fomento de la realización de trámites online, la red posee el potencial de que más personas resuelvan trámites de manera online a través de los comercios de cercanía. A los efectos de dimensionar este potencial, se analiza el impacto de la realización de trámites a través de los comercios, partiendo del supuesto de que una gran parte de los clientes decidieron acercarse a realizar sus trámites en la red por desconocimiento o carencia de herramientas para hacerlo por sí mismos. Por último, respecto al fortalecimiento de los mercados comunitarios, nuestros resultados dan cuenta de la gran cantidad de nuevos clientes atraídos por la red, así como también de que muchos de los clientes que realizaron sus gestiones digitales también adquirieron otros productos en el comercio, denotando un desempeño sobresaliente de la red en este aspecto.

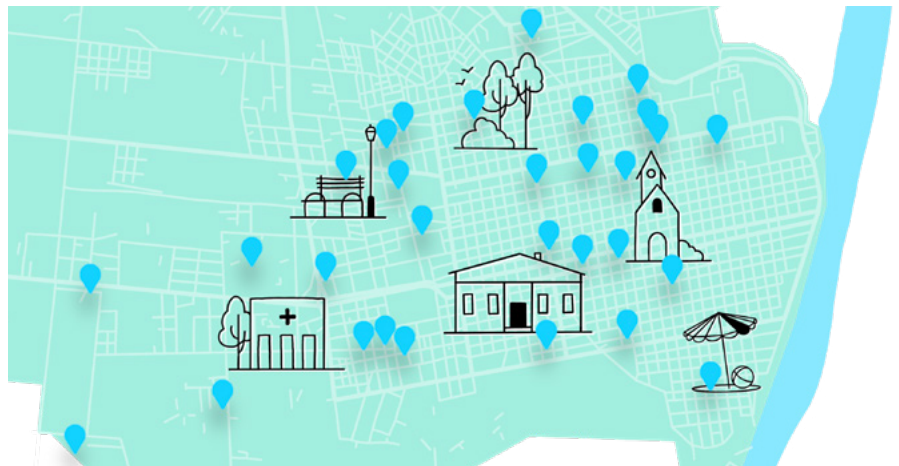
En lo que resta, el documento se estructura de la siguiente manera: en la Sección 2 describimos en qué consiste y cómo está compuesta la red Con Vos, haciendo hincapié en sus principales dimensiones de análisis y en el experimento que diseñamos para su evaluación. En la Sección 3 abordamos la estrategia seleccionada para la recolección de la información y la metodología empleada para medir el desempeño de la red. En la Sección 4 mostramos estadísticas descriptivas de los trámites realizados en la red y caracterizamos el perfil de los clientes. En la Sección 5 presentamos los principales resultados del desempeño de la red en torno a sus dimensiones de análisis. Por último, en la Sección 6 exponemos las principales reflexiones y recomendaciones de política que concluyen el trabajo.

2 ¿Qué es la red con vos y cuáles son sus principales dimensiones de análisis?



La red Con Vos fue diseñada tomando como inspiración una solución mapeada en territorio, que primero fue encontrada en una librería en un barrio del conurbano de Buenos Aires (Figura A.1., Anexo A) y luego en otros puntos del país en un mapeo federal con voluntarios. Consiste en una red de asistencia de gestiones digitales compuesta por 32 comercios (Anexo A, Tabla A.1.) de la localidad de Concepción del Uruguay. La red intenta descentralizar la gestión de trámites en las oficinas públicas, por lo que los comercios que la componen han sido seleccionados de manera tal de cubrir la extensión geográfica de dicha localidad (Figura 1), al mismo tiempo que pretende fomentar la realización de trámites online por parte de la población aprovechando el vínculo estrecho entre los vecinos y comerciantes, usual en ciudades pequeñas, y promover el desarrollo de los mercados comunitarios. Esta acción, que incluyó desde la planificación, el diseño de la estrategia y los materiales, la llegada al territorio y los comerciantes y el seguimiento del experimento, se realizó entre noviembre de 2020 y julio de 2021, y se realizó conjuntamente con la Secretaría de Producción del Municipio de Concepción del Uruguay – con el que se firmó un MOU.

Figura 1: Distribución geográfica de los comercios adheridos a la red Con Vos en Concepción del Uruguay.



Fuente: Elaboración propia en base a datos brindados por la Dirección de Producción del Municipio de Concepción del Uruguay.

³ Gradin, A; Toscani, M.P; Ferrari Mango, C. y Muro, M. (2021). "Experiencias de inclusión financiera en los territorios durante la pandemia". *Experiencias en Acción N° 1. Mayo, 2021. Buenos Aires: Territorios en Acción. Disponible en <http://xn--territoriosenaccion-61b.org/informes/>*

⁴ Pueden encontrarse algunos ejemplos de éstos en la Tabla A.2. (Anexo A) que lista todos los trámites nacionales, provinciales y municipales que se pueden gestionar en la red.

Las tareas de preproducción para la realización del experimento incluyeron tareas de campo, que fueron realizadas por promotores dependientes de la Dirección de Producción de la Municipalidad, y que incluyeron el diseño de una prueba piloto, con el objetivo de identificar posibles inconvenientes y tenerlos en cuenta para el momento de la implementación definitiva de la red.

El cronograma de la realización del proyecto se realizó en etapas, resumidas en la Infografía 1.

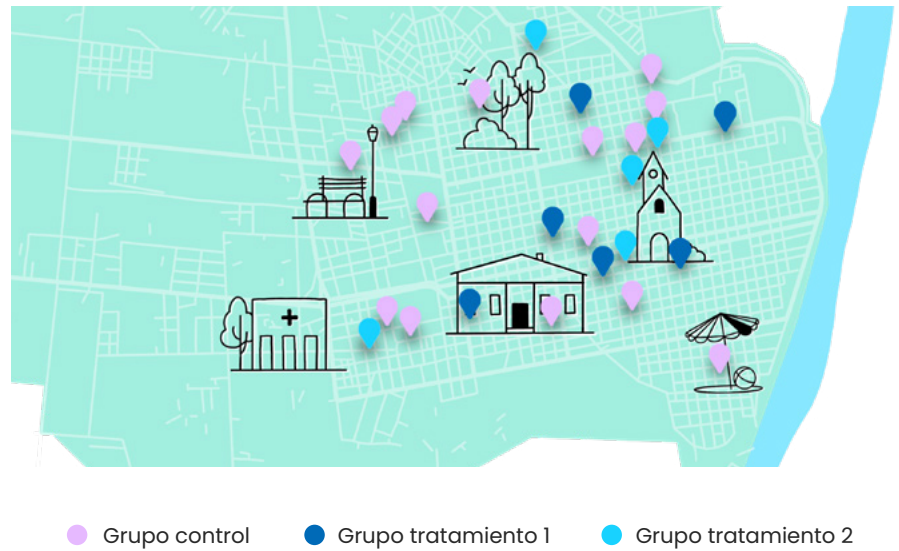
Infografía 1: Cronograma de realización del Experimento Con Vos



Fuente: Elaboración propia

A lo largo de todo este proceso de crecimiento de la red, las y los comerciantes presentaron una excelente predisposición para formar parte del experimento, por lo que se concluyó que el lado de la oferta no sería un problema en la replicación de la acción. En este sentido, se decidió realizar un experimento orientado a evaluar el impacto de la demanda de trámites ante distintas intervenciones. Dentro de estas variables, consideramos la entrega de material promocional como una forma de publicidad de la red, la entrega de impresoras a comercios que no las tenían para que puedan gestionar los trámites, y el diseño de un sistema de cupones para ser distribuidos a los vecinos con descuentos de distinta índole. A tal fin, asignamos aleatoriamente los comercios en tres grupos experimentales (un grupo de control y dos de tratamiento), procurando al mismo tiempo una asignación lo más diversa posible en términos de ubicación geográfica de los comercios de cada grupo (Figura 2).

Figura 2: Distribución geográfica de los comercios adheridos a la red Con Vos en Concepción del Uruguay, clasificados según grupo experimental.



Fuente: Elaboración propia en base a datos provistos por la Dirección de Producción del Municipio de Concepción del Uruguay.

La Tabla 1 resume los distintos grupos experimentales, así como también la cantidad de comercios que conforman cada uno de ellos y los incentivos que se les otorgaron.

Tabla 1: Conformación de los grupos experimentales.

Grupos	Acción	Cantidad de comercios
Grupo de Tratamiento 1	Entrega de impresoras y material de material promocional para publicitar la red	8
Grupo de Tratamiento 2	Sistema de cupones con descuentos de distinta índole y entrega de material promocional para publicitar la red	7
Grupo de Control	Sin entregas	17

Fuente: elaboración propia.

A los comercios que forman parte del grupo 1 les entregamos una impresora para que cuenten con las herramientas para resolver las gestiones digitales y material de material promocional con la identidad de la red para que entreguen a sus clientes, logrando así una mayor visualización de la red y una hipotética mayor afluencia de clientes. Es decir, con esta alternativa, se pretende testear la hipótesis de que, aquellos comercios en los que entregamos material promocional atraen más clientes y realizan más trámites.

A los comercios que conforman el grupo de tratamiento 2 también les entregamos material promocional y además aceptaron recibir cupones promocionales de sus clientes por el período que durase el experimento. Estos cupones se elaboraron en tres presentaciones - dos con descuentos en la tarifa del trámite, del 100% y 50% respectivamente, y uno meramente informativo (sin descuento) - y fueron distribuidos aleatoriamente a un total de 6200 hogares en las cercanías de los comercios que los aceptaban. La entrega de cupones se realizó en dos etapas (marzo y mayo del 2021) de manera tal que los efectos de este incentivo estuviesen presentes a lo largo de la vigencia del experimento. En total, se entregaron aproximadamente 12.000 cupones, a los propósitos de testear la hipótesis de que, si se otorgaban subsidios a la demanda, se incrementaría la cantidad de trámites realizados en los comercios.



Por último, al grupo de control no se le entregaron materiales adicionales, para poder comparar su desempeño con el de los grupos de tratamiento y evaluar así el efecto de los incentivos entregados.

A todos los comerciantes, independientemente del grupo experimental al cual pertenecían, se les pidió que completasen un formulario digital luego de realizar cada trámite, con información relevante acerca de las principales características del cliente (edad, género, nivel educativo, dirección, motivo por el cual realiza el trámite, si es la primera vez que asistió al comercio, si compró algún otro producto además de realizar el trámite). Respecto a los motivos de su asistencia a la red, las posibles respuestas eran: i) no sabe hacerlo por su cuenta; ii) no tiene las herramientas para hacerlo por su cuenta (computadora, acceso a internet, impresora, etc.); iii) el comercio de la red le queda cerca; iv) el comercio de la red le resulta práctico; v) las oficinas públicas le quedan lejos; vi) en las oficinas públicas demora mucho.

Además de evaluar posibles diferencias en la realización de trámites entre los distintos grupos experimentales, se consideró de relevancia analizar el desempeño de la red en las dimensiones de análisis (Tabla 2) que opera la solución original escalada. Estos objetivos se basaron fundamentalmente en que las personas

⁵ En la Figura A.2. (Anexo A) se presentan imágenes de algunas entregas de impresoras y de material de material promocional con la identidad de la red Con Vos, mientras que en la Figura A.3. se muestra el poster con el listado de trámites que se entregó a cada comerciante para que lo coloque en la vidriera de su comercio.

² La Figura A.4. (Anexo A) muestra un mapa con las zonas en las cuales se realizó la distribución de los cupones, mientras que en la Figura A.5. (Anexo A) se presenta una imagen de los mismos.

podieran realizar más tareas digitales con asistencia de sus comerciantes de confianza, desconcentrar las oficinas céntricas y promover las ventas de los comercios de cercanía.

Tabla 2: Principales dimensiones de análisis del experimento y variables para su evaluación.

Dimensiones	Variables	Preguntas del formulario
Descentralización	1 - Cantidad de trámites realizados	¿Cuál es su dirección / entre qué calles vive?
	2 - Distancia al centro - Distancia al comercio	
Fomento de la realización de trámites online	1 - Conocimientos y tenencia de herramientas digitales	¿Asiste a la red porque no sabe hacer los trámites por sí mismo?
		¿Asiste a la red porque no tiene las herramientas necesarias para hacerlo por sí mismo?
Fortalecimiento de los mercados comunitarios	1 - Clientes nuevos	¿Es la primera vez que asiste al comercio?
	2 - Compra de productos adicionales	¿Compró otros productos además de realizar el trámite?

Fuente: elaboración propia.

Consideramos como variable dependiente la cantidad de trámites realizados, la cual puede entenderse como un proxy de descentralización dado que la red Con Vos actúa como sustituta de las distintas oficinas donde se realizan diversas gestiones. La hipótesis que se encuentra por detrás de esta dimensión de análisis es que la expansión de la oferta de servicios de gestión de trámites en comercios barriales como consecuencia de la implementación de la red va a permitir que las personas puedan realizar sus gestiones más cerca de sus hogares, recorriendo menores distancias y destinando menos tiempo. En particular, sería esperable que a mayor cantidad de trámites realizados en la red, menor cantidad de gestiones deban ser realizadas en las oficinas. Por ejemplo, si una persona realiza alguna gestión, como tramitar su licencia de conducir de manera online, es menos probable que esa misma persona también se dirija a la Dirección de Tránsito del Municipio para tramitarla más adelante.

Con respecto a la dimensión de fomento de la realización de trámites online, definimos como variable la cantidad de clientes que lograron realizar un trámite online porque se podía hacer a través de los comercios de la Red. Dado que en los formularios se indagó acerca de los motivos que conducen a las personas a demandar trámites en la red en vez de realizarlos por su cuenta, se construyó un proxy de alfabetización digital a partir de los motivos i) no sabe hacerlo por su cuenta, y ii) no tiene las herramientas para hacerlo por su cuenta, lo cual permitió cuantificar la potencialidad de la red Con Vos para promover una mayor inclusión digital, entendida como el aumento de la cantidad de trámites que se realizan por medios digitales.

Por último, en lo que respecta a la promoción y el desarrollo de los mercados comunitarios se consideraron dos aspectos principales, captados en el formulario a través de dos preguntas individuales: i) si el nuevo servicio ofrecido les permite captar nuevos clientes (es decir, aquellos que no se habían acercado antes a su comercio); ii) si los clientes en general (ya sean nuevos o frecuentes), al acercarse a realizar un trámite digital, aprovechan para adquirir otros productos que el comerciante ofrece. La hipótesis ensayada en este caso refiere a que el hecho de que los comercios amplíen su oferta de servicios y la publicidad por el boca a boca de la red puede implicar un aumento en la demanda potencial del comercio, vía la atracción de nuevos clientes o de la adquisición de productos adicionales al realizar el trámite.

3 ¿Cómo recolectamos la información y evaluamos el desempeño de la red?

La información utilizada para la evaluación del experimento y de las dimensiones de análisis de la red fue recopilada a través de los formularios digitales, que cada comerciante completó con las principales características individuales de sus clientes luego de haberles realizado un trámite. Asimismo, se complementó esta información a través de un formulario de seguimiento realizado por promotores de la red a los comerciantes semanalmente, para corroborar si habían hecho o no trámites durante esa semana y si se les había presentado alguna dificultad en la realización del mismo. Este seguimiento adicional permitió distinguir si los comerciantes no habían completado formularios porque no habían realizado trámites en esa semana, o por algún otro motivo en particular. En total, se recopilaron 524 observaciones, 216 de las cuales consistieron en formularios efectivamente completados por los comerciantes, y el resto por la información recopilada en el seguimiento realizado por los promotores. Cabe destacar que las restricciones a la circulación ocurridas en contexto de la pandemia causadas por el virus del COVID-19, y en particular el confinamiento

estricto implementado a nivel país entre el 22 y el 30 de mayo y el 5 y 6 de junio, han tenido un impacto considerable en la cantidad de información recopilada, no solo por el hecho de que los vecinos se dirigían con menor frecuencia a los comercios, sino también porque los promotores no pudieron realizar el seguimiento durante ese período de tiempo.

Por otra parte, durante el desarrollo del experimento se presentó una dificultad adicional en lograr que los comerciantes completaran los formularios digitales (Google forms). Para contrarrestar esta limitación se desplegaron diferentes estrategias. Primero, se elaboraron y distribuyeron documentos e instructivos que detallaban cómo acceder a los mismos. En segundo lugar, los promotores en sus visitas semanales les recordaron enfáticamente a los comerciantes la importancia de completar los formularios con cada trámite que realicen. Adicionalmente, a los comerciantes del grupo de tratamiento 1 se les solicitó firmar una nota en la que se consignaba que la entrega de la impresora se hacía a cambio de que ellos relevaran la información requerida a través de los formularios. A pesar de estas acciones, varios de los comerciantes continuaron negándose a completarlo, motivo por el cual, a partir del 10 de mayo del 2021, se implementó una estrategia de recolección adicional. Ésta consistió en diseñar un formulario en papel, que sea completado por el cliente con sus datos personales mientras esperaba a que el comerciante le realizara el trámite. Luego, en las visitas semanales o a veces telefónicamente, los promotores cargaban esta información en los formularios digitales. Esta estrategia resultó muy efectiva y permitió recolectar una gran cantidad de información en el tiempo restante.

Respecto al análisis, en primer lugar, se calcularon estadísticas descriptivas respecto de la totalidad de trámites realizados por todos los comercios, a los fines de conocer el público potencial de la red. Luego, se procedió a evaluar el desempeño de la red en las distintas dimensiones de análisis enumeradas anteriormente. La metodología elegida fue la de regresiones de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), utilizando como variable dependiente el proxy que mide cada una de las dimensiones, y como variables independientes el género, la edad, el nivel educativo y algunos de los motivos que llevaron a las personas a realizar sus trámites en la red.

Con respecto a la dimensión de la descentralización de las gestiones, se considera que, a mayor cantidad de trámites realizados en la red, menor cantidad de gente necesita asistir a las oficinas públicas para su gestión. En este sentido, y a los propósitos de evaluar la magnitud de la descentralización, se realizó una estimación de la distancia recorrida (y el tiempo que le insumió recorrerla) por la persona para realizar el trámite en la red, la cual fue comparada con la distancia que hubiese recorrido si hubiese tenido que acercarse al centro de la localidad, donde se encuentran la mayor parte de las oficinas públicas, utilizando como punto de referencia la ubicación de la municipalidad. Luego, a partir de la localización geográfica del comercio al cual asistió y del centro de la ciudad, calculamos el ahorro de distancias y tiempos.

En relación al fomento de la realización de trámites online, fue construido un índice de alfabetización digital a partir de las variables dicotómicas de si realizó el trámite en la red porque no sabía hacerlo solo, o porque no tenía las herramientas. Para aquellas personas que indicaron ambos motivos afirmativamente, el índice adoptó el valor de 0, aquellas que eligieron solo uno de esos motivos tuvieron un índice de 0,5 y aquellas que no seleccionaron ninguno de los motivos, el índice fue igual a 1; denotando el mayor grado de alfabetización digital.

Por último, en cuanto al desarrollo de los mercados locales, se diseñó un indicador a partir del promedio entre las variables dummies de si es la primera vez que el cliente asistía al negocio, y si compró algún producto adicional además de realizar el trámite.

En relación al fomento de la realización de trámites online, fue construido un índice de alfabetización digital a partir de las variables dicotómicas de si realizó el trámite en la red porque no sabía hacerlo solo, o porque no tenía las herramientas. Para aquellas personas que indicaron ambos motivos afirmativamente, el índice adoptó el valor de 0, aquellas que eligieron solo uno de esos motivos tuvieron un índice de 0,5 y aquellas que no seleccionaron ninguno de los motivos, el índice fue igual a 1; denotando el mayor grado de alfabetización digital.

Por último, en cuanto al desarrollo de los mercados locales, se diseñó un indicador a partir del promedio entre las variables dummies de si es la primera vez que el cliente asistía al negocio, y si compró algún producto adicional además de realizar el trámite.

4 Estadísticas descriptivas y caracterización de los clientes de la red

A los efectos de evaluar el desempeño de la red a lo largo de los tres meses que duró su implementación, consideramos como principal variable la cantidad de trámites realizados por los comercios que la componen (Tabla 3). En total, en dicho período se hicieron 216 trámites, de los cuales el 78,2% fueron realizados en comercios del grupo de tratamiento 2 (cupones y material promocional). Llamativamente, este grupo está compuesto por solo 7 comercios, mientras que el grupo de tratamiento 1 (15,7% de los trámites) está formado por 8 comercios, a los cuales solo se entregó material promocional, y el grupo de control totalizó solamente el 6,0% de los trámites, siendo que estaba compuesto por 17 comercios (donde no se entregaron materiales ni cupones).

En primer lugar, es importante resaltar que, si bien el grupo de tratamiento de los cupones es el que realizó una cantidad de trámites notablemente superior a los otros grupos, esta diferencia no es estrictamente explicada por el uso de estos cupones. En particular, menos de un 10% de la cantidad total de trámites fueron realizados mediante el sistema de cupones, es decir un total de 21 trámites (8 con descuentos del 100% y 13 con descuentos del 50%).

Las marcadas diferencias en la cantidad de trámites realizados por cada grupo experimental (y en particular, en el grupo de control) imposibilitó realizar una comparación entre grupos a los efectos de evaluar la magnitud del efecto del tratamiento y conocer si efectivamente la entrega de material promocional, de impresoras (fomento de la oferta de gestiones digitales) o el sistema de cupones (fomento de la demanda de gestiones digitales) atrajo una mayor cantidad de clientes. Sin embargo, se pueden esbozar algunas posibles explicaciones al hecho de que los comercios del grupo de tratamiento 2 hayan realizado una mayor cantidad de trámites que los de los grupos de tratamiento 1 y control. En primer lugar, de los 7 comercios que conforman este grupo, 2 de ellos realizaron una desproporcionada cantidad de trámites si se los compara con el resto, por lo que pueden ser considerados como outliers. En particular, estos dos comercios concentran más del 80% del total de trámites realizados por los comercios de su grupo. En segundo lugar, las personas que atendían estos comercios aceptaron realizar los trámites a los vecinos intercambiándolos por cupones que no tenían valor para ellos, y perdiéndose de ganar cierta cantidad de dinero como recompensa a su trabajo a cambio de una impresora, lo cual da cuenta de una gran predisposición de estos comerciantes, que no se verificó en el resto de los comercios de la red. Por último, y no menos importante, los comercios del grupo de cupones fueron incorporados a la red de manera más temprana en relación a gran parte de los comercios, que lo hicieron en el mes de abril del 2021. Esta situación da cuenta de la existencia de un sesgo de autoselección que podría potencialmente ayudar a explicar las diferencias en el desempeño entre grupos, dado que los comercios del grupo de tratamiento 2 contaban con una mayor experiencia en la realización de las gestiones digitales.

En cuanto al desempeño temporal de la red, éste fue relativamente estable a lo largo de los tres meses, con una leve tendencia decreciente observada en el mes final, que probablemente responda a las ya mencionadas restricciones más severas a la circulación impuestas entre el 22 y el 30 de mayo y el 5 y 6 de junio, como consecuencia del notable incremento en la cantidad de casos de COVID-19 en Argentina.

Tabla 3: Estadísticas descriptivas del desempeño de la red Con Vos.

Variables	Cantidad de observaciones	Participación
Grupos experimentales	216	100,0%
Tratamiento 1	34	15,7%
Tratamiento 2	169	78,2%
Control	13	6,0%
Total período	216	100,0%
Mes 1	77	35,6%
Mes 2	76	35,2%
Mes 3	63	29,2%
Empleo de cupones	216	100,0%
Sin voucher	195	90,3%
Voucher 50%	13	6,0%
Voucher 100%	8	3,7%

Fuente: elaboración propia.

Al analizar las características individuales de los vecinos que se acercaron a la red, en su mayoría fueron mujeres (58,8%) (Figura 3). Respecto a la edad, el 65,7% tenían entre 25 y 54 años, mientras que solo el 14,4% son jóvenes menores de 25 años; y 19,9% son adultos mayores de 54 años (Figura 4). En parte, este resultado era esperable, dado que gran parte de las gestiones digitales se dirigen a personas en la edad laboral máxima, quienes generalmente no sólo realizan trámites para sí mismos (i.e., inscripción ante AFIP, seguro de desempleo, baja del monotributo), sino también para sus hijos (i.e., solicitud de partida de nacimiento, descarga y carga de la libreta AUH) o incluso para sus padres que no pueden movilizarse por su cuenta (i.e., trámites de ANSES). Por otra parte, también es de destacar que, si bien se hubiese esperado una mayor realización de trámites por parte de las personas de la tercera edad, su participación no es para nada despreciable y denota una inminente necesidad de realización de gestiones digitales por parte de este grupo poblacional.

En cuanto a su nivel educativo, pudimos comprobar que la mayoría de los clientes de la red posee secundaria completa (54,2%) y secundaria incompleta (22,7%). En orden de magnitud, le siguen: primaria completa (8,8%), terciaria / universitaria completa (5,1%), terciaria / universitaria incompleta (4,2%), primaria incompleta (3,7%), no sabe / no contesta (1,4%) (Figura 5).

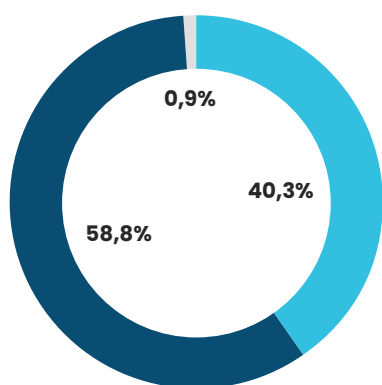


Figura 3: Clientes que realizaron sus gestiones digitales en la red Con Vos según género.

- Mujeres
- Hombres
- No sabe / No contesta

Fuente: elaboración propia.

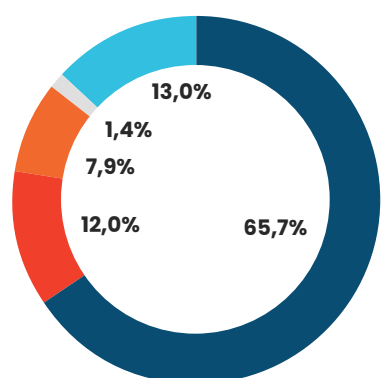


Figura 4: Clientes que realizaron sus gestiones digitales en la red Con Vos según grupos de edad.

- Edad laboral máxima (25 a 54 años)
- Edad laboral temprana (15 a 24 años)
- Edad laboral madura (55 a 64 años)
- Edad avanzada (más de 64 años)
- Niños (0 a 14 años)

Fuente: elaboración propia.

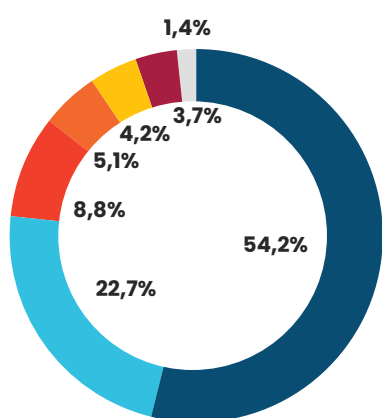


Figura 5: Clientes que realizaron sus gestiones digitales en la red Con Vos según nivel educativo.

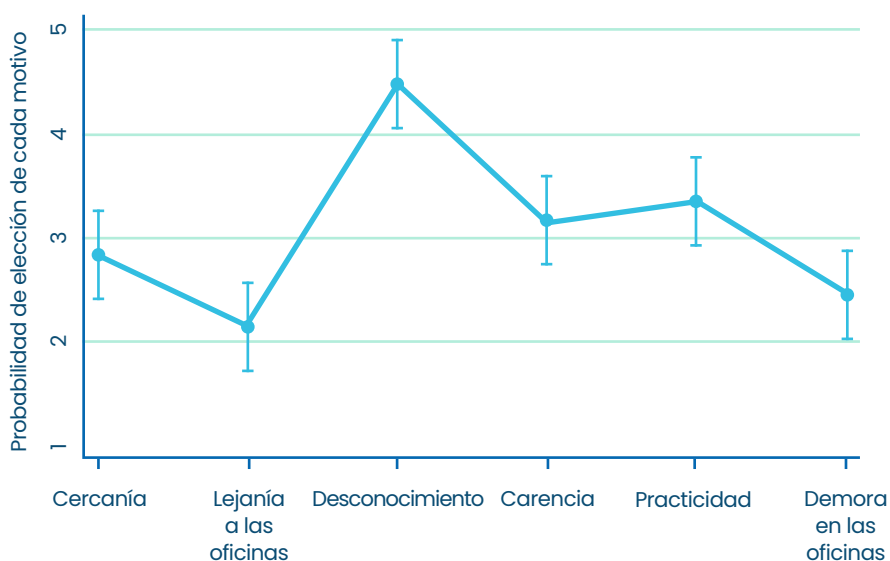
- Secundaria completa
- Secundaria incompleta
- Primaria completa
- Terciaria / universitaria completa
- Terciaria / universitaria incompleta
- Primaria incompleta
- No sabe / no contesta

Fuente: elaboración propia.

Las razones que justifican la elección de los usuarios de realizar sus gestiones digitales en comercios de la red, en lugar de realizarlos en persona en las oficinas públicas o a través de medios digitales son muy importantes para comprender mejor las necesidades de los clientes. Para obtener esta información, en el formulario hubo una serie de preguntas relativas a los motivos por los cuales los usuarios se acercaron a la red. Los resultados mostraron que el motivo más frecuentemente indicado por los clientes fue que no tenían los conocimientos necesarios para realizar el trámite por su cuenta

(Figura 6), situación que pone de relieve el enorme potencial de la red Con Vos para fomentar la realización de trámites online, entendida como que cada vez más personas utilicen medios digitales para realizarlos. Luego, también se destacan en importancia relativa los motivos correspondientes a que el comercio les resulta práctico y cómodo para realizar la gestión; que no tienen computadora/ impresora/internet; y, en cuarto lugar, que el comercio les queda cerca. Se resaltan como los motivos menos frecuentes que las oficinas públicas les quedaban lejos de su casa, o que en ellas demoran mucho.

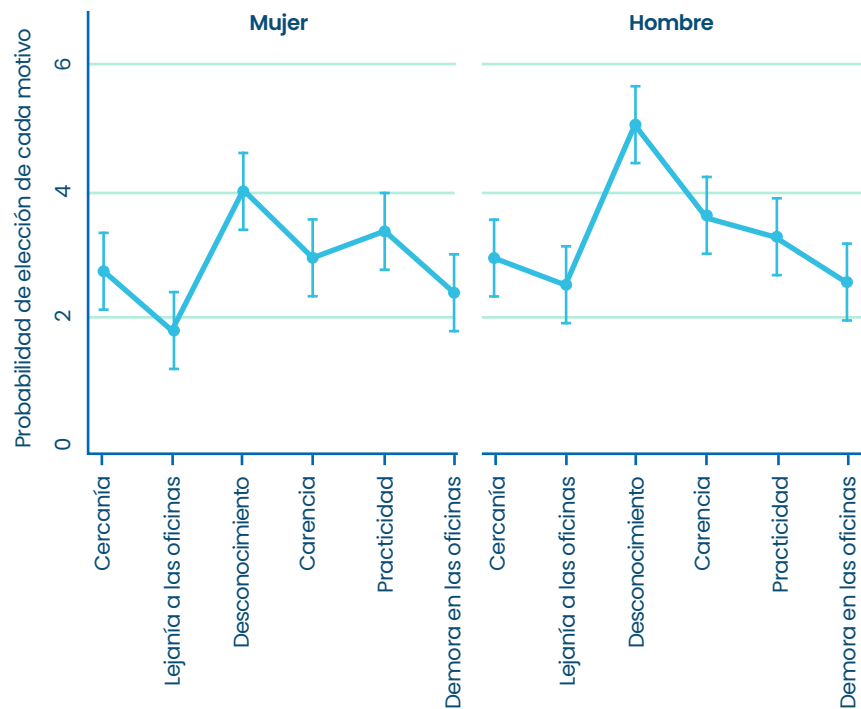
Figura 6: Principales motivos declarados por los clientes de su realización de gestiones digitales en la red Con Vos y probabilidades de ocurrencia.



Fuente: elaboración propia. Nota: Respuestas a la pregunta "¿Por qué realiza el trámite en la red Con Vos?", que permitía responder afirmativamente a una o más opciones. Se realizó una regresión con un modelo logístico para determinar la probabilidad de que un cliente cada uno de los posibles motivos (variable dummy). La regresión fue clusterizada a nivel de individuo. Intervalos de confianza a un nivel del 83 %.

Cuando se analiza la estructura de estos resultados distinguiendo por género, se puede observar que se mantiene relativamente similar, con la salvedad de que en el caso de los varones resultó notablemente más frecuente el motivo "no sabe realizar el trámite por su cuenta" (Figura 7).

Figura 7: Principales motivos por los cuales los clientes realizan sus gestiones digitales en la red Con Vos y probabilidades de ocurrencia según género.



Fuente: elaboración propia. Nota: Intervalos de confianza a un nivel del 83%.

5 Principales resultados en torno a las dimensiones de análisis de la red

En la presente sección se describen los principales resultados de la red Con Vos en sus dimensiones de análisis. Cabe aclarar que se considerarán los trámites realizados por todos los grupos (sin distinción) a los efectos de evaluar: i) si la red Con Vos contribuyó a fomentar la descentralización de las gestiones, fomento de la realización de trámites online y fortalecimiento de los mercados comunitarios; ii) los potenciales determinantes de cada una de las dimensiones. Las grandes diferencias en la cantidad de trámites realizados por cada grupo experimental imposibilitaron realizar una comparación entre ellos para cuantificar la magnitud del efecto del tratamiento.

5.1 Descentralización de las gestiones

La red Con Vos permite a los vecinos y vecinas de la localidad de Concepción del Uruguay realizar de manera descentralizada muchas gestiones que antes debían realizarse presencialmente en oficinas de atención al público o a través de alguna persona de confianza que pudiera ofrecer asistencia para hacerlas por internet. En este sentido, según la metodología descrita en la

sección 3, para cada persona que realizó un trámite en alguno de los comercios de la red fue estimada la distancia –y el tiempo– que debió recorrer desde su casa al comercio y la que hubiese recorrido para llegar a la municipalidad de Concepción (donde se pueden realizar la mayoría de estas gestiones, y que tomamos como proxy de todas las oficinas de atención al público) y, en función de estas estimaciones, se calculó el ahorro de distancias (y tiempo) que experimentó cada persona.

Los resultados presentados en la Tabla 5 sugieren que, en promedio, cada cliente se “ahorró” recorrer 1.668,9 metros (aproximadamente 1,7 kilómetros) y 21,7 minutos. Considerando el total de trámites realizados durante los tres meses que duró el experimento, la descentralización de las gestiones facilitada por la red Con Vos permitió que los vecinos de Concepción recorran 293.730 metros menos (293,7 kilómetros) y disponer de 3.823,2 minutos (63,7 horas). En este sentido, estos hallazgos nos confirman que la descentralización resultó exitosa, aun cuando los clientes no hayan elegido la cercanía al comercio como uno de los motivos más importantes por el cual asistieron a la red. Una vez establecida

Tabla 5: Ahorro de distancia y de tiempo dada la descentralización de las gestiones propuesta por la red Con Vos.

VARIABLES	Suma	Media	Suma	Suma
Ahorro de distancia (en metros)	293.730,0	1.668,9	1.950,0	2.046,9
Ahorro de tiempo (en minutos)	3.823,2	21,7	25,0	25,4

Fuente: elaboración propia.

la magnitud del impacto de la red Con Vos en la descentralización de los trámites, resulta de relevancia analizar si las características individuales de los y las clientes de la red son determinantes del ahorro de distancias y de tiempo. En particular, se busca ver si el género, la edad y el nivel educativo de los clientes, así como también algunos de los motivos que los llevaron a acercarse a la red Con Vos, tienen un efecto diferencial en las variables diseñadas para dimensionar la magnitud de la descentralización.

En este sentido, se observa que el ahorro de distancias en los varones es aproximadamente 700 metros menor que en el caso de las mujeres, mientras que el ahorro de tiempo también resulta 8,4 minutos menor para los varones (Tabla 6). Por su parte, respecto a la edad, se puede apreciar que, ante un incremento unitario en la edad del cliente, el ahorro de distancias y de tiempo es menor, pero en una magnitud muy pequeña (-21 metros y -0,2 minutos, respectivamente). En cuanto al nivel educativo de las personas que asisten a la red, los datos analizados no tienen significatividad

estadística suficiente para afirmar que sea un determinante del ahorro de distancia y de tiempo. Por último, aquellas personas que expresaron que asistieron a la red porque el comercio les quedaba cerca de su casa, de manera intuitiva, experimentaron un mayor ahorro de distancias (987 metros) y de tiempo (12,1 minutos) que las que no eligieron dicho motivo.

Tabla 6: Descentralización de las gestiones por la red Con Vos y sus principales determinantes. Regresiones de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

Variables	Descentralización	
	Ahorro de distancia	Ahorro de tiempo
Género	-698,999*** (265,176)	-8,423** (3,296)
Edad	-21,031** (9,841)	-0,275** (0,122)
Nivel educativo		
Primaria completa	140,335 (1179,175)	1,991 (14,976)
Secundaria incompleta	-21,890 (1153,882)	1,175 (14,654)
Secundaria completa	142,126 (1109,655)	2,631 (14,114)
Terciaria / universitaria completa	-360,995 (1418,518)	-3,347 (17,777)
Terciaria / universitaria incompleta	-1072,297 (1466,130)	-12,717 (18,459)
Cercanía al comercio	986,915*** (289,496)	12,143*** (3,577)
Constante	2433,164** (1226,584)	30,773** (15,519)
Número de observaciones	175	175
R-cuadrado	0,1181	0,1216

Fuente: elaboración propia.

Nota: Errores estándar entre paréntesis. *** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1.

5.2 Fomento de la realización de trámites online

La hipótesis planteada en cuanto al fomento de la realización de trámites online es que aquellas personas más excluidas digitalmente potencialmente podrían verse incentivadas a empezar a hacer sus gestiones digitales a través de su comercio de cercanía. A los efectos de este estudio, se analizaron cuáles fueron las razones que llevaron a los vecinos de la localidad de Concepción a asistir a la red, entre ellas, el desconocimiento acerca de cómo realizar las gestiones digitales y la carencia de las herramientas tecnológicas necesarias para hacerlo. Una inquietud originada en el diseño de la Red fue si la misma podría operar en la capacidad de los clientes de realizar sus trámites de manera independiente

vía efecto de pares. Sin embargo, escapa a los alcances de este estudio hacer un seguimiento a los clientes acerca si, a partir de su experiencia en la red Con Vos, comenzaron a realizar sus trámites de forma autónoma. Por ello, este documento se limita solamente a analizar la potencialidad de la red Con Vos para fomentar una mayor realización de trámites online.

En este sentido, a los propósitos de evaluar este potencial fomento de la red sobre la realización de trámites online, se cuantificó cuántos de los clientes que asisten a la red no saben hacer los trámites por su cuenta, no tienen las herramientas digitales necesarias para ello, o ambas simultáneamente (Tabla 7). Se puede apreciar que, sumadas, estas tres posibilidades se evidencian en un 59,3% de los clientes que asistieron a la red (27,3% por desconocimiento, 15,3% por carencia de herramientas digitales y 16,7% por ambos motivos), lo cual da cuenta de las problemáticas asociadas al fomento en la población de Concepción respecto de la posibilidad de realizar trámites online. En base a esta caracterización, construimos un índice de alfabetización digital siguiendo la metodología descrita en la sección metodológica. Al analizar los principales

Tabla 7: Cantidad de vecinos que se acercaron a la red Con Vos por no saber hacer los trámites o no tener las herramientas para ello e índice de alfabetización digital imputado según el caso.

Motivos	Cantidad de clientes	Participación	Índice de alfabetización digital asignado
Desconocimiento	59	29,3%	0,5
Carencia de herramientas	33	15,3%	0,5
Desconocimiento + carencia	36	16,7%	0
Ninguno de los motivos anteriores	88	40,7%	1
Total	216	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

determinantes del índice de alfabetización digital, se puede notar que los varones presentan un valor del índice aproximadamente 1,6% inferior respecto de las mujeres (Tabla 8), es decir, están menos incluidos digitalmente. A su vez, se puede observar que el índice se incrementa con la edad, aunque en una magnitud muy pequeña: ante un incremento de un año en la edad del cliente que asiste a la red, el índice aumenta en 0,03%. Para el resto de las variables, obtenemos coeficientes no estadísticamente significativos, a excepción de los niveles educativos secundaria incompleta y secundaria completa, que muestran relaciones negativas.

Tabla 8: Fomento de la realización de trámites online por parte de la red Con Vos y principales determinantes. Regresiones de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

VARIABLES	Fomento de la realización de gestiones online
Género	-1,589** (0,630)
Edad	0,033* (0,017)
Nivel educativo	
Primaria completa	-1,176 (0,841)
Secundaria incompleta	-2,682*** (0,799)
Secundaria completa	-2,274*** (0,635)
Terciaria / universitaria completa	0,225 (0,663)
Terciaria / universitaria incompleta	-1,424 (1,199)
Lejanía a las oficinas públicas	1,250 (0,801)
Demora en las oficinas públicas	-0,770 (0,790)
Constante	-0,916 (0,749)
Número de observaciones	212
R-cuadrado	0,0837

Fuente: elaboración propia.

Nota: Variable dependiente expresada en términos logarítmicos. Errores estándar entre paréntesis. *** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1.

5.3 Fortalecimiento de los mercados comunitarios

Un tercer propósito de la red Con Vos consistió en mejorar el volumen de ventas de los comercios barriales, de manera tal de promover su recuperación y desarrollo luego de los meses de cuarentena más estricta. A los propósitos de evaluar el efectivo fortalecimiento de los mercados comunitarios, se elaboró un índice en función de si era la primera vez que el cliente asistía al comercio, y si había comprado algún otro producto además de realizar la gestión digital en la red. En la tabla 9 se puede apreciar que en el 67,1% de los trámites realizados, se logró este objetivo de promover el crecimiento de los comercios barriales, ya sea porque se atrajo nuevos clientes (15,7%), porque estos compraron más de un producto (36,6%) o ambas (14,8%). En cuanto a los principales

Tabla 9: Cantidad de clientes nuevos que atrajo la red "Con Vos, de clientes que demandaron otro producto además del trámite e índice de fortalecimiento de los mercados comunitarios imputado según el caso.

Variables	Cantidad de clientes	Participación	Índice de fortalecimiento de mercados asignado
Primera asistencia	34	15,7%	0,5
Compra de otro producto	79	36,6%	0,5
Primera asistencia + compra de otro producto	32	14,8%	1
Ninguna de las anteriores	71	32,9%	0
Total	216	100,0%	

Fuente: elaboración propia.

determinantes de esta dimensión de análisis, se tiene que aquellos clientes que tienen nivel educativo secundaria incompleta y secundaria completa presentan un índice de fortalecimiento 3,7% y 4,6% mayor respecto de la categoría base (primaria incompleta). Por su parte, no existe evidencia suficiente para afirmar que el resto de las características individuales tengan un impacto diferencial en dicho índice (Tabla 10).



Tabla 10: Fortalecimiento de los mercados comunitarios por la red Con Vos y sus principales determinantes. Regresiones de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

Variables	Fortalecimiento de los mercados comunitarios
Género	0,078 (0,730)
Edad	0,030 (0,025)
Nivel educativo	
Primaria completa	1,768 (2,309)
Secundaria incompleta	3,767* (2,020)
Secundaria completa	3,629* (1,953)
Terciaria / universitaria completa	2,939 (2,673)
Terciaria / universitaria incompleta	1,675 (2,515)
Cercanía al comercio	0,487 (0,829)
Practicidad	-0,545 (0,798)
Constante	-8,510*** (2,123)
Número de observaciones	212
R-cuadrado	0,0401

Fuente: elaboración propia.

Nota: Variable dependiente expresada en términos logarítmicos. Errores estándar entre paréntesis. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

6 Principales reflexiones

La red Con Vos en Concepción del Uruguay surgió a partir de una solución relevada en el Mapeo del Laboratorio de Aceleración del PNUD. La intuición que llevo a testearla indicaba que esta solución podría contribuir a la consecución del objetivo principal de descentralizar las gestiones, así como también de fomentar una mayor realización de trámites online y de fortalecer los mercados comunitarios. A los propósitos de analizar la replicabilidad de la red en otros contextos, se evaluó no solo su contribución a cada uno de estos objetivos, sino que además se implementó un experimento de campo con tres grupos experimentales, a cada uno de los cuales les otorgamos distintos incentivos (cupones con descuentos, impresoras y material de material para promocionar la red).

Si bien el desempeño de cada grupo experimental fue dispar, lo que imposibilitó realizar una comparación entre cada ellos, la información recolectada resultó de gran utilidad para medir el impacto de la red sobre las tres dimensiones de análisis. Los resultados indican de que, a lo largo de los tres meses que duró el experimento, la descentralización de las gestiones propiciada por la red permitió que los vecinos de la localidad de Concepción recorran, en promedio, 1,7 kilómetros menos (equivalente a 22 minutos). Respecto al fomento de la realización de trámites digitales, gran parte de los clientes realizaron sus trámites en la red porque no sabían realizar los trámites por su cuenta o porque no tenían las herramientas necesarias para ello, situación que manifiesta la falta de alfabetización digital en la población general, y una consecuente necesidad de fomentarla. En ambas dimensiones, observamos que el impacto es diferencial según el género y la edad de los clientes. Por otra parte, respecto al fortalecimiento de los mercados comunitarios, aproximadamente un 70% de los casos, la red atrajo nuevos clientes, o bien los clientes compraron más productos además de realizar la gestión digital.

En síntesis, la experiencia de la red Con Vos da cuenta de la importancia de mapear y evaluar soluciones locales que ya funcionan, para poder conocer su viabilidad en otros contextos y contribuir a paliar las dificultades a las que se enfrenta la sociedad. Al mismo tiempo, pone de relieve la necesidad de diseñar políticas públicas que tiendan a lograr una mayor descentralización de los servicios públicos y fomenten el uso de herramientas digitales, así como también a que se digitalicen cada vez mayor cantidad de trámites y tareas. Por último, las intuiciones que dejan estos hallazgos sugieren que podrían desarrollarse estrategias focalizadas según los distintos perfiles socioeconómicos que se pretenden abordar, de manera tal de optimizar las contribuciones potenciales de su implementación, dado que los resultados descriptos sugieren impactos diferenciales por género, edad y nivel educativo.

Posibles extensiones a este estudio podrían ser rediseñar el experimento, con el fin de lograr una mayor diversidad dentro de los grupos de tratamiento y evitar tener grupos con desempeño superlativo en relación al resto. Para esto, una línea de trabajo a incorporar al diseño sería tomar medidas para asegurar que la conformación de los grupos experimentales contemple variables tales como las características individuales e interpersonales de los comerciantes (paciencia, buen trato, facilidad para el aprendizaje, entre otras). Tomando las medidas necesarias para asegurar un desempeño parejo a través de los grupos, se podría evaluar el efecto de la provisión de material de material promocional, impresoras y cupones de descuento, aspectos muy importantes a tener en cuenta al momento de la replicabilidad de esta acción en otras localidades.

Tabla A.1.: Listado de trámites que se realizan en la red Con Vos, clasificados según nivel de gobierno que los administra.

Nacionales	Provinciales	Municipales
Certificación Negativa	Turnos ATER	Licencia de conducir (Turno)
Inscripción ante AFIP	Descarga de formularios en página de ATER	Como abrir un negocio (Formulario- Información)
Certificación de Migración	Guía de tramites automotores	Como cerrar un negocio (Formulario)
Radicación extranjeros, solicitud DNI	Estado de deuda	Registro de Proveedores
Desempleo	Certificado de valuación fiscal de un vehículo	Retribución de motovehículos (Formulario de inscripción- Información)
Baja del Monotributo	Imputación por Pago Erróneo (turno)	Catastro (Formularios)
Constancia de Cuil	Guía de tramites de Ingresos Brutos	
Asignación Universal por Hijo	Impresión de constancia de inscripción	
Descarga y carga de la libreta AUH	Certificado de no Retención / Percepción del Impuesto sobre los Ingresos Brutos	
Permiso de Circulación	Régimen Simplificado – Impresión de volante	
Partidas de Nacimiento	Convenio multilateral – Impresión constancia de inscripción	
Certificado de Antecedentes Penales	Guía de tramites de Monotributo	
	Impresión de constancia de inscripción	
	Guía de tramites de Catastro	
	Consulta expedientes/nota	
	Consulta deuda de inmuebles	

Fuente: elaboración propia.

Figura A.1.: Paula en su librería del conurbano bonaerense.



Fuente: imagen provista por la comerciante. Su nombre fue cambiado para proteger su privacidad. Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Figura A.2.: Algunas de las entregas realizadas a los comerciantes de la red Con Vos.



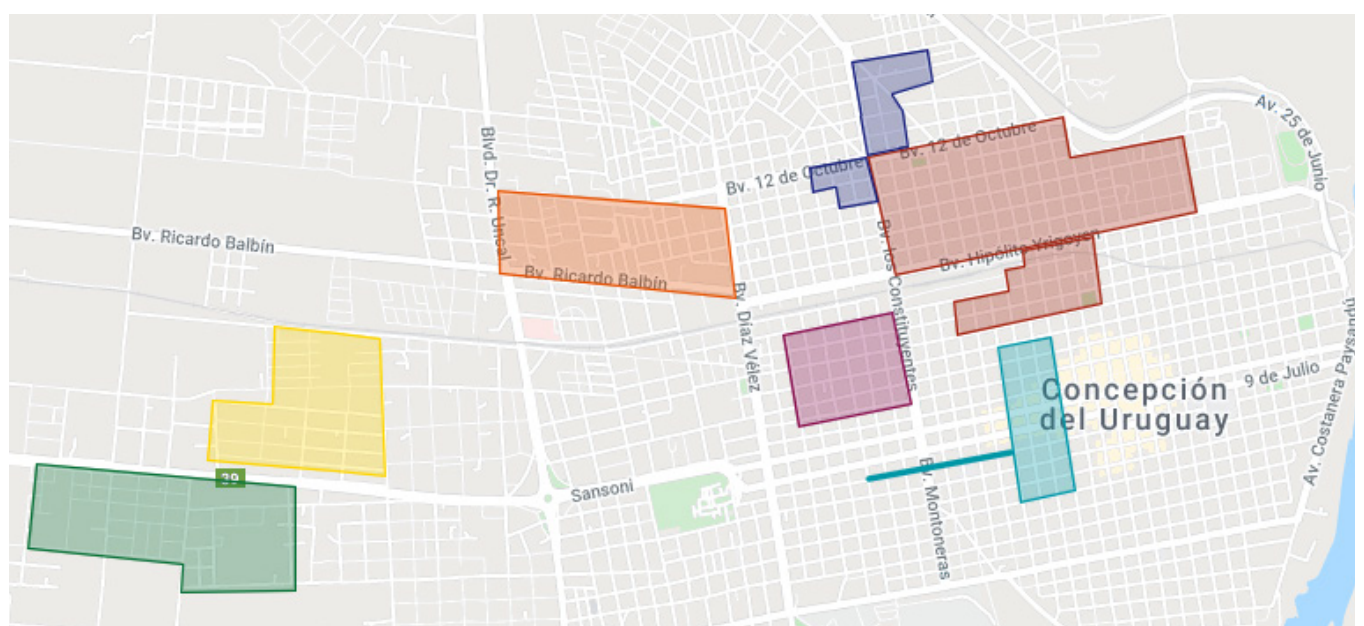
Fuente: imágenes provistas por Lorena Moscovich y Agustina Bordagaray, respectivamente. Concepción del Uruguay, Provincia de Entre Ríos, Argentina.



Figura A.3.: Poster con el listado de trámites que se entregó a cada comerciante.

Fuente: elaboración propia.

Figura A.4.: Zonas geográficas donde se repartieron los cupones para el grupo de tratamiento 2.



Fuente: Dirección de Producción del Municipio de Concepción del Uruguay.

Figura A.5.: Modelo de cupones repartidos con descuentos del 100%, 50% y 0%.

CON VOS gestiones digitales más cerca, más fácil
CONCEPCIÓN

Vale por una gestión **SIN COSTO**

Tienda



¿Sabías que podés tramitar la AUH, IFE, DNI, permiso de circulación, cuenta DNI del Banco Provincia, turnos bancarios, descarga e impresión de boletas para pago de servicios, adhesión Telepase, antecedentes penales, turno VTV, constancia de CUIL y **muchas gestiones digitales más con ayuda de tus comercios de barrio?**

¡Presentando este cupón podés realizar una gestión sin costo!



CON VOS gestiones digitales más cerca, más fácil
CONCEPCIÓN

Vale por un descuento del **50%**

Tienda



¿Sabías que podés tramitar la AUH, IFE, DNI, permiso de circulación, cuenta DNI del Banco Provincia, turnos bancarios, descarga e impresión de boletas para pago de servicios, adhesión Telepase, antecedentes penales, turno VTV, constancia de CUIL y **muchas gestiones digitales más con ayuda de tus comercios de barrio?**

¡Presentando este cupón podés realizar una gestión con un 50% de descuento!



CON VOS gestiones digitales más cerca, más fácil
CONCEPCIÓN

Tienda



¿Sabías que podés tramitar la AUH, IFE, DNI, permiso de circulación, cuenta DNI del Banco Provincia, turnos bancarios, descarga e impresión de boletas para pago de servicios, adhesión Telepase, antecedentes penales, turno VTV, constancia de CUIL y **muchas gestiones digitales más con ayuda de tus comercios de barrio?**



Fuente: elaboración propia.

Créditos

PNUD ARGENTINA

Claudio Tomasi

Representante Residente del PNUD Argentina

Valentin González León

Representante Adjunto del PNUD Argentina

SOBRE ESTE INFORME

Escribieron este informe **Lorena Moscovich, Diego Pitetti, Matías Acosta, María Verónica Moreno** y **Fernanda Aun Castells**.




Lideraron el piloto en Concepción del Uruguay **Victoria Giarrizzo** y **Agostina Bordagaray**.

Participaron en el piloto en Concepción del Uruguay **Belén Gómez, Juana Dome, Brenda Chivinsky** y **Juan Agustín García**.

Diseño gráfico: **Brandcrew**.

Edición y traducción: **Verónica Mastronardi** – Exegesis translations.

ISBN en trámite.

   [@PNUDArgentina](https://twitter.com/PNUDArgentina)
[#CoLabAR](https://twitter.com/CoLabAR) [#Acclabs](https://twitter.com/Acclabs)
undp.org.ar

Febrero 2022,
Buenos Aires, Argentina



Co_
Lab



Argentina

laboratorio
de aceleración