



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

**DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS
DE MONEDA COMPLEMENTARIA EN CHILE**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

ANÍBAL MORALES RIVERA

PROFESOR GUÍA:

EDUARDO OLGUÍN MACAYA

MIEMBROS DE LA COMISIÓN:

CRISTIÁN POTOČNJAK CABRERA

CARLOS TROMBEN REYES

SANTIAGO DE CHILE
ENERO 2010

RESUMEN DE LA MEMORIA
PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL
POR: ANÍBAL MORALES RIVERA
FECHA: 21/01/2010
PROF. GUÍA: SR. EDUARDO OLGUÍN

DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE MONEDA COMPLEMENTARIA EN CHILE

El presente trabajo de título tuvo como objetivo desarrollar una metodología de implementación de sistemas de moneda complementaria en Chile.

Los sistemas de moneda complementaria son redes sociales de intercambios que producen aumento de las utilidades, fortalecimiento de las redes económicas y fortalecimiento de las redes sociales.

Para llevar a cabo este trabajo, primero se realizó una investigación sobre las monedas complementarias en el mundo y se estableció un marco teórico de trabajo.

La investigación dio como resultado que existen en el mundo una gran cantidad de sistemas de moneda complementaria, pero la implementación de estos sistemas en Chile trae consigo algunas dificultades producto que cada sistema funciona de acuerdo a la red de personas que lo integra.

En este trabajo se realizó una investigación para ver qué tipo de personas y/o organizaciones son las adecuadas para integrar un sistema de moneda complementaria.

Se identificó que las redes de las microfinancieras, capacitadoras de microempresarios, ONGs y cooperativas son los lugares adecuados para implementar sistemas de moneda complementaria.

Además, se diseñó un sistema de moneda complementaria adaptado a la realidad de estas organizaciones.

Finalmente, se creó una metodología de implementación del sistema de moneda complementaria para las redes de microfinancieras, capacitadoras de microempresarios, ONGs y cooperativas.

Una vez implementado el sistema de moneda complementaria, la metodología entrega acciones, herramientas y políticas para mantener en funcionamiento el sistema por un tiempo indefinido.

La validación de la metodología quedará para próximas investigaciones.

Gracias.

A mi dios interior,

joya invisible que me anima.

A Felipe Andrés y Álvaro Román, amados hermanos.

A Rosa del Carmen y Juan Daniel, amados padres.

A Gumercinda Esterlina, Hugo, Ana Elcira y Juan Bautista, amados abuelos.

A María Teresa, Arturo, Rosa, Ángel, Juana del Carmen, Juan, María Cruz y José
del Carmen, amados bisabuelos.

Un árbol

que sigue

dando frutos.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia.

A mis amigos y amigas.

A mis enemigos y enemigas.

A todos mis conocidos y conocidas.

A todos los desconocidos y desconocidas.

A todos los seres del universo, materiales y espirituales.

Sin ustedes, no soy nada.

Y a cada uno de los maestros y maestras, magos y magas, poetas y poetisas que construyen el camino de la evolución.

Gracias!

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	5
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	6
3.	OBJETIVOS	11
3.1	Objetivo General	11
3.2	Objetivo Específico	11
3.3	Alcances	11
4.	METODOLOGÍA DE TRABAJO	12
5.	MARCO CONCEPTUAL	12
5.1	Función Social	12
5.2	El Dinero y las Monedas Complementarias	13
5.2.1	El Dinero	13
5.2.2	Monedas Complementarias	16
5.3	Utilidad de las monedas complementarias	22
5.3.1	Creación de Riqueza	22
5.3.2	Fortalecimiento de las Redes Económicas	28
5.3.3	Fortalecimiento de las Redes Sociales	29
5.4	Economía Solidaria	30
5.4.1	Organizaciones de la Economía Solidaria	31
5.4.2	Empresas Solidarias	31
5.4.3	Banca Ética y Finanzas Alternativas	31
5.4.4	Comercio Justo, Mercados de Economías Solidaria y Consumo Responsable	32
5.4.5	Participación Ciudadana y Educación para el Cambio Social	33
5.5	Ejemplos de Monedas Complementarias	33
5.5.1	Monedas Complementarias en las Organizaciones de la Economía Solidaria	34
5.5.2	Monedas Complementarias fuera de las Organizaciones de la Economía Solidaria	36
6.	METODOLOGÍAS DE MONEDAS COMPLEMENTARIAS	39
6.1	Metodologías de STRO	39
6.1.1	SCCC: Sistema de Circulante Comunitario Controlado	39
6.1.2	VLC: Valor Local Circulante	40
6.1.2	Bonos Fomento	41
6.1.3	CBC - Commodity Backed Currency (Moneda Respaldada por Materia Prima)	42
6.1.4	LBC - Loan Backed Currency (Moneda Respaldada por Préstamos)	42
6.1.5	C3 - Circuito de Crédito Comercial	43
6.2	Metodologías de Proyecto Colibrí	44
7.	DISEÑO DEL SISTEMA DE MONEDA COMPLEMENTARIA	44
7.1	Definiciones Previas	44
7.2	Características del diseño del sistema de moneda complementaria	46
7.2.1	Las características de la moneda	46
7.2.2	Las personas	53
7.2.3	Las prácticas	57
8.	METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE MONEDA COMPLEMENTARIA	61
8.1	Actor de la Metodología	61
8.2	Etapas de la metodología	62
8.2.1	Etapa de Diagnóstico	63
8.2.2	Etapa de Implementación	73
8.2.3	Etapa de Sostenibilidad	79
8.3	Indicadores	84
8.3.1	Indicadores Estratégicos	84

8.3.2	Indicadores Operacionales	84
8.4	Herramientas de medición de indicadores	86
8.4.1	Estudio y análisis de percepciones	86
8.4.2	Medición de indicadores operacionales	86
8.5	Herramientas, Acciones y Políticas para mejorar los indicadores	86
8.6	Evaluación de la metodología	87
9.	CONCLUSIONES	87
10.	BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN	89
11.	ANEXOS	91
	Anexo A: Entrevistas.....	91
	Anexo B: Aspectos Legales y Tributarios.....	96

Índice de Tablas e Ilustraciones

Tablas

Tabla 1: Coherencia Yin y Yang	8
Tabla 2: Quiebres y Beneficios.....	29
Tabla 3: Características de la moneda complementaria	46
Tabla 4: Características elegidas de la moneda complementaria	49
Tabla 5: Primera etapa de creación de moneda complementaria	50
Tabla 6: Segunda etapa de creación de moneda complementaria	52
Tabla 7: Asesores Monetarios	61
Tabla 8: Variables Generales de diagnóstico de una microfinanciera y capacitadora	64
Tabla 9: Variables de capacitación de una microfinanciera y capacitadora.....	64
Tabla 10: Variables de feria de una microfinanciera y capacitadora	64
Tabla 11: Variables de producción de una microfinanciera y capacitadora.....	65
Tabla 12: Variables generales de una ONG y cooperativa.....	65
Tabla 13: Variables de feria de una ONG y cooperativa.....	65
Tabla 14: Variables de producción de una ONG y cooperativa	65
Tabla 15: Variables de producción de la red de negocios	66
Tabla 16: Dimensiones del capital social	66
Tabla 17: Preguntas cerradas de Participación en Redes.....	66
Tabla 18: Preguntas abiertas de Participación en Redes.....	67
Tabla 19: Variables de Participación en Redes	67
Tabla 20: Criterios y valores de las variables de Participación en Redes	67
Tabla 21: Preguntas cerradas de Reciprocidad	68
Tabla 22: Preguntas abiertas de Reciprocidad	68
Tabla 23: Variables de Reciprocidad.....	68
Tabla 24: Criterios y valores de las variables de Reciprocidad	68
Tabla 25: Preguntas Cerradas de Confianza	69
Tabla 26: Preguntas Abiertas de Confianza	69
Tabla 27: Variables de Confianza.....	69
Tabla 28: Criterios y valores de las variables de Confianza	69
Tabla 29: Preguntas abiertas de Normas Sociales.....	70
Tabla 30: Variables de Normas Sociales	70
Tabla 31: Criterio y valores de las variables de Normas Sociales	70
Tabla 32: Preguntas abiertas Proactividad	70
Tabla 33: Variables de Proactividad	71
Tabla 34: Criterios y valores de las variables de Proactividad.....	71
Tabla 35: Variables de Viabilidad microfinanciera y capacitadora	71
Tabla 36: Variables de Viabilidad ONG y capacitadora.....	72
Tabla 37: Formas de medición de las variables de Viabilidad	72
Tabla 38: Criterio de Viabilidad microfinanciera y capacitadora.....	72
Tabla 39: Criterio de Viabilidad ONG y cooperativa	73
Tabla 40: Cantidad requerida microfinanciera y capacitadora	75
Tabla 41: Cantidad requerida ONG y cooperativa.....	75
Tabla 42: Aspectos del levantamiento de información	76

Ilustraciones

Ilustración 1: Actores de un sistema de moneda complementaria.....	54
Ilustración 2: Administrador	55
Ilustración 3: Organización Central.....	55
Ilustración 4: Red de Negocios	56
Ilustración 5: Participantes	56
Ilustración 6: Etapas de la metodología	63
Ilustración 7: Sub etapas de la etapa de diagnóstico	63
Ilustración 8: Diagrama con las subetapas de implementación	73

1. INTRODUCCIÓN

*Cuando una flor se abre, es primavera en todo el mundo.*¹

En Chile, en el año 1982, cuando arreciaba la crisis económica provocada por la implantación autoritaria del modelo neoliberal, y la desocupación alcanzaba niveles dramáticos, Luis Razeto Migliaro, licenciado en Filosofía, Educación y Magíster en Sociología, adoptaba y proponía un concepto nuevo, que expresaba la identidad, modo de ser y la racionalidad económica con que operaban algunas experiencias en Chile. A este concepto lo llamó Economía Solidaria desarrollando en base a él elaboraciones teóricas, analíticas por las cuales hoy es conocido en todo el mundo.²

Una definición muy sintetizada de la Economía Solidaria sería decir que consiste en utilizar el dinero como un medio, y no como un fin, que esté al servicio del desarrollo humano y la calidad de vida de las personas, y de su entorno social.

Tal era la belleza de esta nueva visión, que S.S. Juan Pablo II expresó en su discurso ante la CEPAL (Comisión Económica para América Latina), en 1986: "La economía de la solidaridad es la gran esperanza para América Latina".³

Hoy en día, la economía solidaria está compuesta por empresas solidarias y de inserción, cooperativas de iniciativa social, asociaciones y fundaciones que realizan actividades económicas con finalidad social, organizaciones no-gubernamentales (ONGs), iniciativas que promueven el comercio justo, solidario y/o ecológico, entidades promotoras de nuevas empresas, etc.⁴

El desafío que tienen hoy las organizaciones de la Economía Solidaria es mucho mayor, son la esperanza para el mundo. En sus manos está el porvenir de toda la humanidad y la construcción de un mundo abundante, sustentable y provechoso.⁵

El trabajo que verán a continuación pretende mostrar por qué las organizaciones de la Economía Solidaria se han convertido, hoy en día, en los protagonistas del cambio mundial. Además, se muestra cuál es el cambio que tiene que hacer la humanidad y se introducen nuevas herramientas tecnológicas monetarias⁶ que ayudan a producir este cambio a nivel local. Por último, se muestra una metodología sobre cómo desarrollar este tipo de herramientas dentro de las organizaciones de la Economía Solidaria en Chile.

¹ Poema Japonés.

² Razeto, L. "Una presentación (muy) personal de mis escritos".

³ Razeto, L. ¿Qué es la Economía de Solidaridad?

⁴ Ver Capítulo 5, Marco Conceptual: Economía Solidaria.

⁵ Ver Capítulo 2, Planteamiento del Problema y Justificación.

⁶ Ver Capítulo 5, Marco Conceptual: Monedas Complementarias.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

*Los últimos en comprender la naturaleza del agua son los peces.*⁷

Estamos frente a una crisis monetaria mundial, según algunos de los más venerables íconos norteamericanos en el campo monetario.⁸ ¿Pero es efectivamente una crisis de carácter monetario?

Según Bernard Lietaer - economista belga, de nutrida y variada experiencia profesional y académica, quien tuvo su paso por el Banco Central de su país, participó del primer proyecto de moneda europea unificada (ECU), fue Presidente del sistema de pago electrónico de Bélgica, desarrolló tecnologías para empresas multinacionales para ser utilizadas en ambientes de múltiples monedas, actuó en países en desarrollo para mejorar sus ahorros y enseñó finanzas internacionales en la Universidad de Lovaina - el **diseño del sistema monetario** es en realidad la raíz de mucho de lo que ocurre o no ocurre actualmente en la sociedad.⁹

Para Lietaer, “el dinero es como un anillo metálico que nos hemos colocado en la nariz: nos hemos olvidado que nosotros fuimos los que lo diseñamos y ahora el nos está llevando alrededor del mundo”.

Mientras los libros de texto de Economía sostienen que las personas y las empresas están compitiendo por mercados y recursos, Lietaer sostiene que en realidad están compitiendo por dinero, usando a los mercados y los recursos para hacerlo. Más aún, Lietaer cree que la codicia y la competencia no son resultado de un temperamento humano inmutable constitutivo; el llegó a la conclusión de que la codicia y el miedo a la escasez en realidad están siendo continuamente creados y amplificados como consecuencia directa del tipo de dinero que estamos utilizando. Dice que podemos producir más alimento que suficiente para alimentar a todo el mundo y existe trabajo suficiente para todos en el mundo, pero, claramente, no existe dinero suficiente para pagar por todo ese trabajo. Para Lietaer la escasez está en nuestras monedas nacionales, y la tarea de los Bancos Centrales es crear y mantener esa escasez de divisas, teniendo como consecuencia que entonces tenemos que pelearnos los unos con los otros a fin de sobrevivir.

El análisis que plantea Lietaer está basado en el trabajo de Carl Gustav Jung quién fue el único que construyó un marco de abordaje de la psicología colectiva, y para Lietaer el dinero es un fenómeno de psicología colectiva.

Según Lietaer el concepto clave de Jung es que el dinero es un campo emocional que moviliza a las personas individual o colectivamente en una particular dirección. Jung mostró que todas las veces que un arquetipo particular es reprimido, dos tipos de sombras emergen que son polaridades una de la otra. Por ejemplo, si el ser superior correspondiendo al rol de rey o reina es reprimido yo me comportaré ya sea como un tirano o ya sea como un cobarde, esas dos sombras están conectadas una a la otra a través del miedo. Uno es así tirano por miedo a parecer débil, mientras que el débil tiene miedo de aparecer como tirano; sólo alguien sin miedo de esas dos sombras puede corporeizar el arquetipo del Soberano. Si ahora aplicamos este marco a ese

⁷ Lietaer, B., 2001.

⁸ Lietaer, B., 2005.

⁹ Lietaer B., 1998. Entrevista hecha por la periodista Sarah van Gelder, del periódico Yes, EUA.

fenómeno tan bien documentado de la represión del arquetipo de la Gran Madre - el arquetipo de la Gran Madre fue muy importante en el mundo occidental, en los albores de la prehistoria a través del período pre- hindoeuropeo y aun lo es en muchas culturas tradicionales actuales, pero ese arquetipo ha sido violentamente reprimido en el oeste al menos durante 5.000 años comenzando con las invasiones indoeuropeas, reforzadas por la cosmovisión judeo cristiana, antidiosa y culminando con tres siglos de cacerías de brujas a lo largo de la era victoriana .

Si existe entonces la represión de ese arquetipo en esa escala y por ese período de tiempo, las sombras se manifiestan de una manera muy poderosa en la sociedad. Después de 5.000 años, las personas consideran el comportamiento de sombra como normales. Lietaer se pregunta: ¿cuáles son las sombras del arquetipo de la Gran Madre? Y propone que estas sombras son la codicia y el miedo a la escasez. Así, no es sorprendente que en la época victoriana, en el clímax de la represión de la Gran Madre, un maestro de escuela escocés llamado Adam Smith observara mucha codicia y escasez alrededor suyo, asumiendo que eso era el modo “normal” como operaban las sociedades civilizadas. Adam Smith creó así la economía moderna, que puede ser definida desde ese enfoque como una manera de distribuir o administrar los recursos escasos a través del mecanismo individual y personal de la codicia.

*Pobre perdedor, nunca dejas ganar al otro.*¹⁰

Según Hirota¹¹, nuestro sistema monetario actual con tasas de interés compuesto tiene algunos defectos graves que son contrarios a la construcción de economías sustentables y justas, tales como la reivindicación del crecimiento económico exponencial y eterno que se parece al desarrollo de cáncer, la redistribución de ingreso a favor de los ricos y el descuento de valores futuros que desfavorece inversiones a largo plazo. En definitiva, para Hirota nuestro sistema económico es injusto e insustentable.

Lietaer propone otra forma de mirar este problema mostrando una correspondencia entre nuestra economía actual y el dualismo taoísta (yin-yang). Para él, nuestra economía está demasiado inclinada hacia Yang con poco Yin. (Ver tabla 1.)

Incluso, hasta el mismo George Soros, conocido especulador financiero, dice: “El comercio internacional y los mercados globales son muy buenos en generar riqueza, pero no pueden cuidar otras necesidades sociales, tales como el mantenimiento de la paz, protección ambiental, condiciones laborales o derechos humanos – lo que se suele llamar bienes públicos” (2003)¹¹

¹⁰ Jodorowsky, A., 2008.

¹¹ Hirota, Y., 2008.

Tabla 1: Coherencia Yin y Yang

Coherencia Yang	Coherencia Yin
Dios trascendente	Divinidad inmanente
Búsqueda de certeza	Capacidad para tolerar la ambivalencia
Autoridad central	Confianza mutua
Creencias en las jerarquías	Creencia en la igualdad
Competencia	Cooperación
Razonamiento analítico	Intuición, empatía
Pensamiento lógico, mental, lineal	Paradoja, pensamiento corporal-emocional, no lineal
Causa y efecto	Sincronicidad
Reduccionismo: explicación del todo por las partes	El todo explica las partes (holismo)
Lo grande es hermoso	Lo pequeño es hermoso
Predominio de la tecnología	Predominio de las habilidades interpersonales
Monedas nacionales (escasas, competitivas)	Monedas complementarias (suficientes, cooperativas)
Capital financiero y físico	Capital social y natural

Fuente: Lietaer(2001)

*No se puede cambiar el mundo, se puede empezar a cambiar.*¹²

¿Cómo podemos inclinar nuestra economía actual del Yang hacia el Yin, es decir, generar cooperación, abundancia, confianza, bienes públicos, capital social y natural? ¿Cómo podemos generar un sistema monetario que no cause codicia y miedo a la escasez? ¿Un sistema económico que no sea injusto e insustentable?

Para Lietaer la respuesta es diseñando sistemas monetarios con conciencia, de modo que el sistema monetario trabaje para nosotros y no nosotros para él. Lietaer propone desarrollar sistemas monetarios que nos lleven a alcanzar la sustentabilidad y la comunidad, curando a nivel local y a nivel global.

Hoy en día existen estos nuevos sistemas monetarios a nivel local en varias partes del mundo. Lietaer los llama sistemas de monedas complementarias, definiendo monedas complementarias como:

“Llamamos moneda complementaria a un acuerdo entre un grupo de personas y/o empresas para aceptar como medio de pago una moneda no tradicional. Se la denomina complementaria porque su propósito no es sustituir a la moneda nacional convencional, sino cumplir determinadas funciones sociales que ésta no está en condiciones de desempeñar”¹³.

Luis Razeto¹⁴ coincide en que estas monedas, que llama dineros alternativos, son una respuesta práctica frente a necesidades reales y actuales, y por otro lado, son una propuesta

¹² Jodorowsky, A., 2006.

¹³ Lietaer, B., 2001.

¹⁴ Razeto, L., 2000.

orientada al cambio en las relaciones sociales y en los sistemas económicos. Razeto también menciona que aunque no pretenden sustituir al mercado, buscan corregir la tendencia que parece inherente a éste, hacia la inequidad distributiva y el valor de escasez del dinero.

*Si es necesario, es posible.*¹⁵

Por otro lado, según Razeto, estas monedas complementarias también presentan límites, dados naturalmente por el hecho de que su difusión supone que las personas y grupos que se integren al proceso predispongan de anhelos generosos, estén motivados por un deseo de participación y convivencia, y por valores e ideales que hunden sus raíces en anhelos de justicia, solidaridad, desarrollo humano y espiritual.

¿Cómo es posible cambiar el paradigma mundial de codicia y escasez si para poder hacerlo es necesario que la gente ya lo haya hecho, es decir, tenga anhelos generosos, comunitarios, solidarios?

Razeto dice que también aquí es posible pensar que estos límites puedan ser trascendidos en la medida que las prácticas se inserten en las dinámicas de la economía de solidaridad y trabajo, que mediante una adecuada demostración de su eficiencia puedan inducir el desarrollo de comportamientos asociativos y solidarios más allá de los vínculos espontáneos y de las afinidades familiares y comunitarias.

Por último, para Razeto es claro que toda iniciativa, experiencia o proceso tendiente a crear dineros alternativos, podrá tener validación y consistencia solamente si se funda en relaciones sociales de confianza, y si es capaz de suscitar la apropiada credibilidad social. En este sentido, según Razeto, el trueque y la creación de dineros alternativos son posibles a escala social, en el marco de la economía de solidaridad, esto es, de aquellos procesos de producción, distribución, consumo y acumulación que se basan en, y construyen, relaciones sociales de cooperación, ayuda mutua, reciprocidad, equidad y confianza.

*Una sola ventana iluminada se come a toda la noche.*¹⁶

Entonces, ¿las monedas complementarias sólo son posibles en las organizaciones de la economía solidaria?

Esta pregunta resulta ser la más interesante porque aquí no existe un acuerdo. Para Lietaer, el sólo hecho de tener un diseño distinto, produce el cambio de paradigma e inclina la economía hacia el Yin.

En cambio, para Razeto es necesario que existan los anhelos generosos, comunitarios, solidarios para que una moneda complementaria tenga validez y consistencia. Por lo que sólo tienen sentido dentro de la economía solidaria, es decir, en las organizaciones de la economía solidaria.

¹⁵ Jodorowsky, A., 2008.

¹⁶ Jodorowsky, A., 2008.

Heloisa Primavera, socióloga, bióloga y economista, creadora de la red de trueque solidario de Argentina, que ha trabajado más de 15 años en monedas complementarias, es mucho más crítica que Razeto. Primavera dice que no es suficiente utilizar una moneda complementaria para que los emprendedores de cualquier nivel socioeconómico se den cuenta que el mercado se puede ampliar (distribuir la riqueza). Primavera afirma que no es suficiente, pero es inspirador.¹⁷

Según Primavera, al no haber visión sistémica de la economía solidaria como modelo de desarrollo alternativo, todas las iniciativas de economía solidaria quedan aisladas y ninguna se ve naturalmente como complementaria de la otra. Es más, Primavera agrega una distinción con respecto al término monedas complementarias, dice: “yo tenga acá una etiqueta del yogur la serenísima que tiene una moneda complementaria en la tapa, entonces ésta es una “moneda complementaria”, pero no es social porque no es para distribuir la riqueza sino para fidelizar la clientela. Cuando hablamos de monedas complementarias, hablamos de todos los instrumentos de capitalismo financiero neoliberal concentradores de la riqueza que promueven más concentración de la riqueza. Y monedas complementarias sociales, o monedas locales, son aquellas que están más bien dirigidas a las economías de pequeñísima escala, pequeña escala y luego no tan pequeña escala, pero que tienen una función opuesta, de distribuir la riqueza. Por lo tanto para estar entre las organizaciones de la economía solidaria, son todas éstas para nosotros, a condición de que tengan esta visión integral, sistémica. Si tú haces un club de trueque que esta encerradito sobre sí mismo para que las comadres del barrio, del vecindario se encuentren una vez por semana y hagan trueque entre sus tartas, sus tejidos, servicios de peluquería y de computación, está muy bien, pero para mí no es parte de la economía solidaria. Porque no está dentro de un plan. Es una actividad paralela, marginal, agradable, útil, pero si pones el foco en capital social, que quiere decir como construyo relaciones de co-dependencia, de interdependencia entre los distintos actores sociales entonces ahí empezamos a hablar de que es de la economía solidaria.”

Sin embargo, Primavera es totalmente favorable a que existan todos los tipos de monedas complementarias que puedan mostrar que el peso del dólar, el euro, y las tapitas de yogur, no son los únicos. Primavera dice que cuánto más fragmentación monetaria exista, la gente va a empezar a creer más en que si todos hacen su dinerito, ¿por qué nosotros no podemos hacer el nuestro?

*En el patio de la casa en ruinas, el viejo árbol sigue dando frutos.*¹⁸

¿Existen experiencias de monedas complementarias sociales o locales en Chile?

Sí, existen. Son experiencias muy localizadas y marginales dentro de las organizaciones de la economía solidaria en Chile.

Por lo tanto, ¿de qué se trata esta memoria?

Esta memoria se trata de desarrollar una metodología que permita crear distintas monedas complementarias sociales dentro de las organizaciones de la economía solidaria en Chile, para potenciar el desarrollo de las organizaciones de la economía solidaria como agente de cambio del paradigma monetario actual de codicia y escasez.

¹⁷ Anexo A: Audio de entrevista a Heloisa Primavera.

¹⁸ Jodorowsky, A., 2008.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Desarrollar una metodología de implementación de sistemas de moneda complementaria dentro de la realidad de las organizaciones de la economía solidaria en Chile.

3.2 Objetivo Específico

1. Estudiar y analizar metodologías sobre la implementación de sistemas de moneda complementaria.
2. Identificar un diseño de sistema de moneda complementaria adecuado para microfinancieras, capacitadoras de microempresas y ONGs.
3. Identificar los factores que inciden en el tiempo de desarrollo de un proyecto de implementación de sistemas de moneda complementaria.
4. Identificar las cualidades de un sistema que lo hacen candidato para la instalación de un sistema de moneda complementaria.
5. Generar una metodología para implementar sistemas de moneda complementaria en microfinancieras, capacitadoras de microempresas y ONGs.

3.3 Alcances

En esta memoria se desarrolla solamente un diseño de sistema de moneda complementaria, dado que esto permite que sea sustentable una empresa que instala sistemas de moneda complementaria con la metodología desarrollada en esta memoria¹⁹. La metodología establece la forma en que se implementa ese sistema de moneda complementaria en un grupo de organizaciones de la economía solidaria. Estas organizaciones son las microfinancieras, capacitadoras de micro empresarios y cooperativas o ONGs de los siguientes tipos: de Beneficencia, de Educación, Culturales, Medioambientales, Etarias, de Genero y de Salud²⁰.

En esta memoria no se validará la metodología, ya que no se realizará una implementación de un sistema de moneda complementaria. Sin embargo, la metodología incluirá una etapa evaluación de la metodología.

Aún así, queda para una segunda etapa la implementación de un sistema de moneda complementaria con esta metodología.

¹⁹ Pablos, F., 2010.

²⁰ Pablos, F., 2010.

4. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología de trabajo consiste en 4 etapas:

1. Recolección de Información sobre:
 - Experiencias a nivel mundial.
 - Experiencias en Chile.
 - Metodologías de implementación de sistemas de moneda complementaria existentes.
2. Desarrollo del marco teórico.
3. Análisis de metodologías existentes, sobre el diseño e implementación de sistemas de moneda complementaria.
4. Diseño de la metodología de implementación de sistemas de moneda complementaria.

5. MARCO CONCEPTUAL

En la primera mitad de este capítulo se verán dos conceptos claves: el Dinero y las Monedas Complementarias. Para cada uno de ellos se muestra brevemente su historia, luego se presenta una definición de qué es cada uno, y por último, cuál es su función social, o mejor dicho, la utilidad que tienen. Por lo que antes de ver estos dos conceptos se define qué es una función social.

En la segunda mitad de este capítulo, primero se define qué es la economía solidaria y quiénes la componen, para luego continuar con algunos ejemplos de monedas complementarias en las organizaciones de la economía solidaria y fuera de ella.

5.1 Función Social

El funcionalismo, corriente teórica nacida de la sociología y la antropología social, desarrolla el concepto de función social a través de diferentes autores, sin que estos lleguen a un consenso. Para efectos de este trabajo se utilizará la siguiente definición de función social:

*“Conjunto de relaciones entre actividades que se influyen entre sí regularmente por medio de asociaciones que hacen posible la operación de **continuidad del sistema social** [...] Toda función tiene su origen en la expresión de una **necesidad** [...] El proceso de acción que desarrolla toda función debe conducir a la **unidad funcional o integración**.”²¹*

²¹ Fabregat, C., 1965.

5.2 El Dinero y las Monedas Complementarias

5.2.1 El Dinero

En su libro “El futuro del dinero”, Bernard Lietaer dice que la verdad del dinero es tan cautivante como fue para nosotros antaño el tema del sexo, y aquella se nos ocultó aún más que esta. Lietaer plantea que la sociedad occidental tenía hasta hace unos años tres grandes tabúes: el sexo, la muerte y el dinero. La revolución sexual de la década del 60 acabó con el primero. En la década de 1980, la epidemia del sida obligó a la gente a hablar de la muerte y del sexo al mismo tiempo, incluso con sus hijos. Finalmente, dice Lietaer, los problemas monetarios de la primera década del nuevo milenio prometen obligarnos a enfrentar el último de esos tabúes: el del dinero.

5.2.1.1 Breve Historia del Dinero

John Keynes, el economista más famoso del siglo XX, dijo que “El dinero, al igual que otros elementos de la civilización, es una institución mucho más antigua de lo que se nos ha enseñado a creer.” Según Lietaer, si bien se desconocen los orígenes exactos del dinero, sus primeras formas se relacionaban íntimamente con los misterios de lo sagrado, y su primera función fue la de símbolo.

El origen del dinero no le pertenece a alguien en particular, de hecho, ha existido en muchas culturas de diversas formas. El dinero que conocemos hoy en día nace en la Edad Media donde se utilizaban monedas de oro como un medio de pago entre otros. Para verificar la validez de una moneda, se consultaba a un orfebre quien revisaba el material del cual estaba hecha la moneda.

Con el tiempo las personas comenzaron a dejar las monedas con el orfebre, y éste les entregaba un papel que simbolizaba cada moneda. Estos papeles se fueron haciendo cada vez más confiables, además de que eran más seguros y cómodos de transportar que el oro. Dado que el orfebre trabajaba en una banca: he ahí el origen de los bancos.

El primer acuerdo monetario que se conoce tuvo lugar el año 1944 en un hotel de Bretton Woods, donde 45 países firmaron la primera constitución monetaria mundial. El acuerdo establecía que todos los países se regirían por la paridad cambiaria del dólar estadounidense y Estados Unidos se comprometía a que su moneda fuese convertible en oro si algún banco central del mundo quería cambiarlo, a una tasa fija de 35 dólares la onza. Simultáneamente se creó el Fondo Monetario Internacional (FMI), que sería la institución fiscalizadora de este nuevo sistema mundial. Los cambios en el valor de una moneda estaban sujetos a la aprobación del FMI.

Este acuerdo duró hasta 1971, cuando Richard Nixon rompió la promesa de convertibilidad en oro, ya que habían demasiados dólares en bancos de otros países. Sin embargo, el dólar siguió siendo referencia hasta el día de hoy.

5.2.1.2 Definición del Dinero

Según Lietaer, los libros de economía versan sobre lo que el dinero hace, pero no sobre lo que es. Dice que en la sociedad contemporánea, no sólo aceptamos –inconscientemente– participar del sistema monetario existente, sino que lo dotamos de un poder extraordinario.

Por lo mismo, un representante del gobierno de Clinton en el Fondo Monetario Internacional formuló la siguiente definición: “El dinero es magia. Los que trabajan en el banco central son magos. Al igual que todos los magos, prefieren no mostrar sus trucos.”²²

Según Lietaer, el dinero no es una cosa. Dice que se corrobora ya que Estados Unidos dejó de definir el valor del dólar según el patrón oro. Por lo tanto, desde entonces el dólar ha representado la promesa del gobierno norteamericano de reembolsar a quien presente un dólar... otro dólar.

Complementando esta visión, Lietaer dice que cuando el dinero era en su mayoría un montón de monedas de oro y plata, los bancos comenzaron a emitir trozos de papel que informaban donde se guardaba el metal. Dice que hoy en día, tal como un truco de magia, la gran mayoría de nuestros billetes se desmaterializaron, transformándose en bits binarios en las computadoras de nuestros banqueros, corredores de bolsa u otras instituciones financieras, y se está debatiendo seriamente la posibilidad de que pronto todo esto pase a formar parte del mundo virtual.

Lietaer da la siguiente definición sobre el dinero:

*Dinero es un **acuerdo** entre los integrantes de una **comunidad** con el fin de utilizar algo como **medio de pago***²³.

Es decir, el dinero no es algo físico, como el oro, sino que algo intangible, un ente que existe sólo en el lenguaje. Son construcciones reales, aunque sólo existen en la mente de las personas. El acuerdo del dinero puede pactarse de manera formal o informal, en libertad o bajo presión, consciente o inconscientemente.

Los acuerdos tienen validez dentro de una comunidad de personas. Algunas operan en un grupo muy reducido y durante un muy poco tiempo, como las fichas de un juego de cartas. Otras, entre los ciudadanos de una nación particular o el mundo entero. Por ejemplo, en Chile, se acepta el peso. En el caso del dólar de Estados Unidos, éste se acepta en todo el mundo.

Y el acuerdo que se acepta es aquél que dice que la moneda sirve como medio de pago, notando que es un “medio de pago” y no un “medio de intercambio”, es decir, tiene un fin comercial.

John Williams, encargado del Departamento de Monedas y Medallas del Museo Británico, señala: “Puede afirmarse que la cultura occidental y sus sistemas monetarios, lejos de

²² Lietaer, B., 2001.

²³ Lietaer, B., 2001.

ser lo 'normal', constituyen en verdad una anomalía histórica por su exagerado apego a lo comercial. Si esto es correcto, el error que cometen los occidentales al creer que los otros sistemas monetarios son más primitivos que el de ellos es más grave aún.”²⁴

Según Lietaer, todos los sistemas monetarios sirven para facilitar el intercambio entre las personas, y nuestro sistema monetario “normal” tiene cuatro características principales²⁵:

- Dinero Nacional: El dinero es emitido por un país o un grupo de países.
- Dinero Fiduciario: El dinero es creado de la nada.
- Deuda Bancaria: Todo el dinero nace de una deuda bancaria.
- Interés: Todas ellas devengan interés.

Jerome Blanc²⁶, Doctor en Ciencias Económicas de la Universidad de Lumiere, también realiza un examen crítico con respecto al concepto del dinero, desde la definición de la moneda. Blanc dice que la definición tradicional de la moneda pasa por la exposición de sus funciones. Para Blanc, las monedas articulan dos realidades distintas: como instrumento (concreto o abstracto) que permite prácticas de compra y pago de deudas, y el sistema de pago en la cual estos sistemas toman sentido.

Jerome Blanc, reafirma la característica de Dinero Nacional ya que plantea que nuestras economías contemporáneas funcionan sobre la base de un principio de exclusividad monetaria nacional, donde la moneda generalmente debe ser:

- Única: Pues ella no responde más que a una sola autoridad y al conjunto de instrumentos derivados de dicha autoridad.
- Exclusiva: Pues se le confía el rol de poder de compra generalizado y es la única que posee este rol.
- Propia del Estado: Dentro del territorio en la cual ella circula.

5.2.1.3 *Función Social del Dinero*

Según Bernard Lietaer, dadas las características anteriores, se desprenden las siguientes funciones sociales del dinero:

1. Fomentar una conciencia nacional.
2. Fomentar las iniciativas de las empresas privadas y la competencia entre ellas.
3. Fomenta la competencia sistemática entre los participantes del sistema.
4. Estimular en forma constante la necesidad de un crecimiento económico permanente.
5. Concentra la riqueza produciendo escasez.

Kennedy corrobora estas dos últimas funciones y la sexta función social la agrega Hirota²⁷:

²⁴ Lietaer, B., 2001.

²⁵ Lietaer, B., 2001.

²⁶ Blanc, J., 1998.

²⁷ Hirota, Y., 2008.

6. Estimular los proyectos de corto plazo.

5.2.2 Monedas Complementarias

Hay confusión con respecto a qué se entiende por monedas complementarias. Además de otorgarles distintos nombres: dineros alternativos, monedas sociales, monedas paralelas, paramonedas, dinero social, créditos de trueque, monedas empresariales, etc., hacen alusión a diferentes realidades de sistemas monetarios.

Antes de dilucidar qué son las monedas complementarias es necesario incorporar un nuevo concepto que nos plantea Blanc: las monedas paralelas. Según Blanc, las monedas paralelas son:

- Las unidades de cobro diferentes a las unidades de cobro nacional
- Los medios de medios de pago que difieren de los medios de pago nacionales, éstos están definidos como medios de pago que disponen de una garantía de convertibilidad en moneda central y que son emitidas bajo un cierto control de la unidad monetaria nacional.

Y se clasifican en cuatro categorías:

1. Instrumentos de pago derivados de una colectividad territorial. (Monedas extranjeras, bonos del estado)
2. Instrumentos monetarios derivados de organizaciones y de tipo de comercial o administrativos. (Sistemas de puntajes de compras, bonos de compras, monedas privadas de empresas. Aquí se encuentran los bonos de compra con validez limitada en restaurantes.)
3. Instrumentos monetarios derivados de colectividades de personas con vocación no comercial. (Sistemas de trueques, Time dollars, Local Exchange Trading Systems)
4. Instrumentos de origen no específicamente monetarios. (Bienes y unidades físicas de activos.)

Sin embargo, Blanc agrega que en medio de estos cuatro grupos emerge una categoría transversal, la de las paramonedas. Las mismas son instrumentos monetarios empleados al margen de la moneda nacional y no contra ella. Ellas no tienen vocación de sustituirla pues no pueden asumir más que roles muy específicos. Ellas son complementarias:

1. Son empleadas por un ensamble específico de bienes y servicios (compras de alimentación por los valores de los restaurantes, sistemas de puntaje de compras destinados a mantener la fidelidad del cliente).
2. Son empleados por actores específicos (círculos monetarios accesibles solamente a los adherentes, por ej. Los sistemas de intercambio local²⁸).

Según la investigación que realizó Blanc en 136 estados del mundo, encontró que las paramonedas representan un 29% de instrumentos monetarios paralelos, censados sobre el período 1988-96, siendo una cifra próxima a la de las monedas extranjeras; 44% de estas

²⁸ Ver definición de monedas complementarias, pagina 19.

paramonedas son bonos de compra de validez limitada (cupones de restaurantes, valores de privatización). Blanc dice que se observa enseguida la existencia de monedas de círculo de intercambio (del tipo de sistema de intercambio local o el dólar times), de unidades de cobro oral empleadas por personalidades del mismo grupo étnico en África y de las paleomonedas (18% para cada uno de estos tipos).

Para Blanc el interés de construir esta categoría de paramonedas reside en su especificidad, su importancia numérica y sus consecuencias teóricas. En efecto, para él, si una cierta cantidad de instrumentos monetarios, como en particular la unidad de compra y los medios de pago oficiales son generalmente empleados a priori, es decir sin limitaciones a priori relativas a las prestaciones o a las personas, las paramonedas funcionan sobre la base de tales compartimentos, o van al encuentro de la definición generalmente aceptada de la moneda que por ejemplo tiene un poder de compra generalizado.

Para Blanc, las paramonedas disponen de una cualidad monetaria porque ellas son empleadas en la compra y en el pago. Dice que ellas son una invitación a una revisión crítica del concepto de moneda.

Por otra parte, Blanc dice que la existencia de paramonedas no está generalmente percibida como perturbadora por las autoridades monetarias nacionales, simplemente porque las paramonedas no son percibidas por ellas como algo monetario, a diferencia de las monedas extranjeras o de las monedas locales por ejemplo. Es así que los poderes públicos avalan y alientan notablemente la creación de bonos de compra de validez limitada (por ej. en Francia: los cheques culturales, los cupones de restaurantes, etc.). Para Blanc, estos bonos de compra de validez limitada están destinados a orientar un consumo de bienes o de servicios apuntando a las personas susceptibles de emplearlas y a las estructuras susceptibles de recibirlas. Por lo tanto, para Blanc, las monedas de círculos no son percibidas como peligrosas en tanto que ellas se encuentran confinadas en un círculo restringido de personas o estructuras.

Para facilitar el desarrollo de este trabajo la definición de monedas complementarias que se utilizará en este trabajo sólo corresponde a la categoría dos de paramonedas que presenta Blanc y que Bernard Lietaer la traduce de la siguiente manera:

“Llamamos moneda complementaria a un acuerdo entre un grupo de personas y/o empresas para aceptar como medio de pago una moneda no tradicional. Se la denomina complementaria porque su propósito no es sustituir a la moneda nacional convencional, sino cumplir determinadas funciones sociales que ésta no está en condiciones de desempeñar”²⁹.

5.2.2.1 Breve historia de las Monedas Complementarias

En la investigación que realizó Lietaer sobre los orígenes de las monedas complementarias, dice que en la década de 1930 existieron en el mundo varias experiencias.

Uno de los casos más importantes fue el sistema alemán de Wara (Wara significa moneda-mercancía), que consistió en que el dueño de una mina de carbón, por el peligro de tener que cerrar la mina por los problemas de inflación que tenía el país, comenzó a pagarles a sus

²⁹ Lietaer, B., 2001.

empleados una parte en dinero nacional y otra con Wara. El Wara era un trozo de papel respaldado por las existencias de la mina de carbón. Esta experiencia solucionó el problema de inflación que tenían, y fue copiado por más de dos mil empresas alemanas que empezaron a utilizar el Wara. En 1931 el banco central la declaró ilegal, por lo que muchas empresas volvieron al problema de la inflación y la mina tuvo que cerrar.

Para Lietaer un personaje importante fue Silvio Gesell quién creó un sistema para favorecer la circulación de la moneda, ya que si ésta era atesorada, privaba de realizar transacciones a otros integrantes de la comunidad. Sus teorías, que llamaba de la Economía Libre, inspiraron muchos movimientos como el de Wara.

Otro ejemplo importante surgió en Austria: el billete de estampillas de Wörgl. Un alcalde, inspirado en las ideas de Silvio Gesell, tenía una larga lista de proyectos que quería concretar, sabía que había mucha gente que quería colaborar y sólo contaba con 40.000 chelines austríacos en el Banco, suma ridícula en comparación con lo que pretendía hacer. El alcalde emitió billetes de estampillas por el mismo valor de 40.000 chelines, que potenciaban la circulación, es decir, cada mes que pasaba se le cobraba un interés a la estampilla por lo que bajaba de valor, entonces, la gente prefería gastar el dinero en vez de atesorarlo. En definitiva, no sólo realizaron todos los proyectos sino que hicieron nuevos. El impacto de este sistema fue tan grande que habían doscientas localidades que querían copiarlo. El banco central entró en pánico y decidió hacer valer su monopolio sobre la creación de dinero. Desde entonces quedó legalmente establecido como delito el uso de estas “monedas de emergencia”.

Según Lietaer, en la década del treinta, existían monedas complementarias en todo el mundo: en los países escandinavos, Bulgaria, Canadá, Dinamarca, Ecuador, España, Francia, Italia, México, Países Bajos, Rumania, Suecia y hasta en Finlandia y China. Estados Unidos tiene una historia más larga y fue la que su implementación estuvo más cerca de convertirse en una política oficial.

De lo que observó Lietaer, muy pocas monedas complementarias sobrevivieron a las turbulencias y los procesos de reconstrucción que atrajo aparejados la segunda guerra mundial, así como el auge de la posguerra.

Lietaer dice que como es previsible, los sistemas locales vuelven a surgir, al igual que los hongos si se dan las condiciones climáticas propicias, sólo cuando las privaciones económicas golpean a la puerta. De ahí que los sistemas locales reaparecieron allí donde el desempleo alcanzó, por alguna razón, cifras anormalmente altas. Hasta la década del ochenta, había menos de cien sistemas de esas características en el mundo, y en menos de diez años se multiplicaron por veinte.

5.2.2.2 Definición de Monedas Complementarias

Tal como se menciona anteriormente, la definición de monedas complementarias que se utilizará en este trabajo es la que propone Bernard Lietaer:

“Llamamos moneda complementaria a un acuerdo entre un grupo de personas y/o empresas para aceptar como medio de pago una moneda no tradicional. Se la denomina complementaria porque su propósito no es sustituir a la moneda nacional convencional, sino cumplir determinadas funciones sociales que ésta no está en condiciones de desempeñar”³⁰.

Sin embargo, dado que las experiencias de monedas complementarias han mostrado satisfacer diversas funciones sociales además de presentar diferencias sustanciales de diseño monetario entre cada una de ellas, se hace necesario detallar el tipo de monedas complementarias que se desarrollará en esta memoria.

Una definición muy útil es la que plantea Stephen DeMeulenaere³¹, Coordinador del Programa para Asia, Fundación Strohalm de Holanda (Indonesia) el año 2000. DeMeulenaere dice que en el nivel más básico, los Sistemas de Monedas Complementarias se enfrentan a la identificación y movilización de recursos abundantes. Por un lado, se trata de recursos sociales: conocimiento, habilidades, educación, energía humana y capacidad de pensar y actuar, de trabajar unidos para lograr objetivos y de hacer realidad las ideas. Por otro lado, son recursos monetarios y económicos: préstamos, capital y redes de circulación del dinero que movilizan los recursos sociales no sólo para cubrir las necesidades básicas, sino también para lograr una sociedad más humana.

DeMeulenaere dice que cada Sistema de Monedas Complementarias se usa para lograr objetivos diferentes, tanto sociales como culturales o como un desarrollo económico y medioambiental. Estos distintos sistemas se distinguen, aunque no se separan, en dos abordajes metodológicos principales, otorgar valor a las monedas mediante un capital social y el otorgar valor a las monedas mediante contratos que den el valor a las monedas mediante otros recursos o la moneda nacional. (Si bien no hay un consenso de la definición de capital social, se tomará la siguiente definición: “aspectos de la organización social, tales como la confianza, las normas y las redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada y la cooperación para el beneficio mutuo. Putnam, 1993.³²)

Es por ello que para efectos de esta memoria sólo se hará referencia a un grupo dentro de las monedas complementarias, que presentan características comunes de diseño monetario y satisfacen funciones sociales similares. En este sentido, corresponden a los dos abordajes metodológicos que plantea DeMeulenaere, pero dentro de la Economía Solidaria:

1. Una organización de la economía solidaria otorga valor a las monedas mediante su capital social.
2. Una organización de la economía solidaria otorga valor a las monedas mediante contratos

³⁰ Lietaer, B., 2001.

³¹ DeMeulenaere, S., 2000.

³² López, M., 2007.

que den el valor a las monedas mediante otros recursos o la moneda nacional.

DeMeulenaere complementa su definición y dice que el primer método, valorar las monedas a través del capital social, se usa en los sistemas conocidos como Sistemas de Comercio por Intercambio local, Dinero Abierto, Bancos de Tiempo, Redes de Trueque Solidario y sistemas HOURS. En todos ellos el dinero se emite localmente bajo el control social de la comunidad. Los objetivos son la inclusión y cohesión social, la valoración de las actividades que tradicionalmente están infravaloradas, como el trabajo de la mujer, el intercambio de conocimientos locales, los productos y servicios y el tiempo. Son los sistemas a los que nos referimos habitualmente cuando hablamos de los Sistemas de dinero social.

DeMeulenaere dice que el segundo método, dar valor a las monedas con recursos naturales o con la moneda nacional, (es más reciente en la práctica moderna, aunque existen muchos ejemplos desde las “Recetas de Almacén” usadas en la antigua Mesopotamia, en Egipto y en el Medio Este, como el Shekel, que significa “fanega de trigo”, hasta las monedas de vales convertibles, los cupones convertibles en dinero y los certificados de regalo, como los de los bancos Monneta Regio, WIR y JAK, el Fomento de Strohalm y los programas de circuito comercial del consumidor, o los dólares de la isla de Saltspring y de Toronto) que mantienen su valor facial junto a la moneda nacional en los comercios, hasta las monedas que tienen valor en unidades eléctricas, carbón, bosques y recursos acuíferos. Aunque los sistemas que usan estos métodos también pueden considerarse como Sistemas de dinero social, a menudo no se encuentran bajo un control social importante, todo lo contrario, son gestionados por un gobierno, un almacén, una compañía o una organización formal que es la responsable de mantener su valor.

Por último, utilizaremos la definición de Romero (2001) que dice que una moneda complementaria se conforma a través de un grupo de personas que se asocian donde cada miembro aporta ciertos bienes, conocimientos, habilidades y/o saber-hacer, al servicio de otros. El intercambio directo (trueque) es sustituido por una unidad de medida que rige los intercambios y permite la reciprocidad (acción no-monetaria).

En este sentido, contiene los siguientes aspectos:

- Los sistemas de moneda complementaria local lo conforman asociaciones de personas de un indeterminado número. Por lo general están circunscritos a espacios territoriales muy pequeños (vecindario, parroquia o municipio).
- Estos miembros asociados se inscriben aportando muy pocos bienes, pero mayormente conocimientos, habilidades, técnicas, en otras palabras ofrecen servicios.
- Se crea una unidad de medida la cual se manifiesta físicamente (en algunos casos son billetes, o trozos de cartón con alguna insignia) o virtualmente (sólo están representados en la base de datos de la computadora donde llevan los registros de intercambio) para realizar los intercambios.
- En algunos casos presenta interés. (Este punto es el que es diferente de la definición de Romero, que dice que no generan interés.)
- Permite la construcción de redes socio-económicas muy fuertes las cuales contribuyen a elevar el capital social (conjunto de elementos de organización social tales como: confianza, normas y redes que mejoran la eficiencia de la sociedad facilitando acciones coordinadas) de la comunidad.

- Los procesos de intercambio son dirigidos por una entidad de la Economía Solidaria, la cual coordina (o crea la moneda en el caso de un diseño fiduciario), administra y regula toda el proceso financiero. (Romero dice que lo hace una entidad de la Economía Social o Asociativa)
- Se realiza en base a dos abordajes metodológicos: otorgar valor a las monedas mediante un capital social y otorgar valor a las monedas mediante contratos que den el valor a las monedas mediante otros recursos o la moneda nacional. (Esto es lo que agrega DeMeulenaere)

Por lo tanto, cuando se hable de monedas complementarias en el desarrollo de este trabajo, se estará refiriendo a esta última definición. (Esta es una elaboración propia que surge de la mezcla de las definiciones de DeMeulenaere (2000) y Romero (2001).)

5.2.2.3 Función Social de las Monedas complementarias

Una de las funciones sociales que tienen las monedas complementarias como afirman Bernard Lietaer, Luis Razeto, Heloisa Primavera y muchos otros promotores de monedas complementarias es ser una propuesta de solución a los problemas del sistema monetario mundial que generan las crisis monetarias mundiales.

Según Romero, los fundadores de los sistemas más famosos de monedas complementarias, Time Dollars y Local Exchanging Trading Systems (LETS), señalan que la aparición de la moneda local obedece a la insatisfacción creciente de las personas por el sistema socioeconómico vigente (basado en la economía capitalista), el cual, lejos de resolver los problemas de pobreza, exclusión y desempleo los ha agravado.

Además, Romero dice que la experiencia muestra que las monedas complementarias están íntimamente ligadas a lo local y se asocia a las siguientes ideas³³:

- Recuperación del sentido de pertenencia a un territorio con una identidad y una historia.
- Respuesta ante los efectos negativos de la globalización económica (pobreza, desempleo, exclusión, deterioro del ambiente, transnacionalización cultural)
- Pérdida del poder político en la toma de decisiones que le afectan.
- Rescate de los valores esenciales de una comunidad tales como: solidaridad, reciprocidad, igualdad y co-responsabilidad.
- Fortalecimiento de las redes sociales, económicas y políticas existentes.

Por otro lado, para Romero las monedas complementarias tienen presente los siguientes valores:

- Las monedas complementarias se afianzan en la **reciprocidad**, en el dar y recibir responsablemente, sin pretender dar menos y recibir más. Esto es fundamental para el sano funcionamiento del sistema, aparte que le da a los miembros un sentido de mayor pertenencia a su grupo o localidad.

³³ Romero, A., 2001.

- El otro valor presente es el **compromiso colectivo**, si bien es cierto que participando en un proceso de intercambio alternativo se logran resolver ciertos problemas individuales o familiares, también es cierto, que lo fundamental es la consecución de unos objetivos que superen la esfera individual o grupal para alcanzar la mayor cantidad de beneficios colectivos posibles.
- La **solidaridad** surge como un tercer valor que tienen los sistemas de moneda complementaria. Se expresa en el sentido amplio del término, significa compartir las experiencias, los éxitos, los fracasos e incluso las metas. La comunidad siente que hay una organización social articulada que puede representarla y este grupo siente que su misión es promover cambios y mejoras en su localidad, así que la solidaridad, es inherente en esencia al sistema como tal.
- Un sistema de moneda complementaria carecería de éxito si no está acompañado de la **confianza**, tanto entre los miembros que diseñan e implantan la moneda, como también en la comunidad misma que progresivamente habría de incorporarse. El intercambiar bienes, servicios, conocimientos y habilidades sin recurrir a lo simple y acostumbrado que es el dinero corriente, supone un gran esfuerzo de transparencia y simetría informativa, la cual es posible cuando hay confianza, no solo en el proceso sino también en sus consecuencias.

Sin embargo, aún cuando existe un acuerdo entre los principales promotores de las monedas complementarias sobre las funciones sociales de las cuales las monedas complementarias se hacen cargo, no es tan fácil ver cómo las monedas complementarias se hacen cargo de esas funciones sociales. En el siguiente sub capítulo se explica la utilidad de la moneda complementaria.

5.3 Utilidad de las monedas complementarias

En esta parte vamos a responder cuál es el sentido de tener una moneda distinta al dinero nacional, por qué crear y usar una moneda complementaria. En definitiva, cuál es el beneficio o utilidad que tienen las monedas complementarias. Para ello, nos referiremos a distintos dominios en los que están inmersas las monedas complementarias:

- Creación de Riqueza
- Fortalecimiento de las Redes Económicas
- Fortalecimiento de las Redes Sociales

Para responder estas preguntas, se utilizará como ejemplo la moneda desarrollada en esta memoria (para microempresarios, no para ONGs), que se detalla en el capítulo 7: Diseño del sistema de moneda complementaria.

5.3.1 Creación de Riqueza

La moneda complementaria que se desarrolla en esta memoria está definida por tres aspectos: las personas que la utilizan, las prácticas del sistema y las características de la moneda. Para entender cómo se crea riqueza, es necesario explicitar los supuestos que existen con respecto a las personas que utilizan la moneda.

Supuestos sobre las personas

- Supuesto 1: Ofrecen bienes o servicios (Son microempresarios).
- Supuesto 2: Tienen capacidad ociosa (Pueden producir más productos/servicios de lo que ya lo hacen, pero no tienen demanda para esos productos/servicios).
- Supuesto 3: Maximizan utilidades (Buscan maximizar sus utilidades, por lo tanto, el precio de mercado es el que maximiza sus utilidades).

La creación de riqueza

Para explicar cómo se crea riqueza se analizan dos sistemas de moneda complementaria. El primer sistema sólo permite intercambiar productos/servicios que son capacidad ociosa y el segundo permite intercambiar cualquier producto/servicio.

Sistema de moneda complementaria cerrado (Restringido a capacidad ociosa)

¿Cómo se crea riqueza?

- La creación de valor se produce ya que, con la creación del sistema de moneda complementaria, se crea un mercado para los microempresarios que antes no existía.

¿Por qué se dice que se crea un mercado?

- Se crea un mercado, en el que se ofrecen y demandan productos/servicios que antes no se hacían porque no generaban ningún valor, es decir, eran capacidad ociosa. Otra forma de verlo es que se crea un mercado de capacidad ociosa.

¿Cómo se crea otro mercado si es que se venden los mismos productos/servicios?

- Se crea otro mercado porque para participar en este nuevo mercado es necesario usar la moneda complementaria. Es decir, los participantes compran y venden en moneda complementaria.

¿Cómo se puede crear un mercado de capacidad ociosa si esos productos/servicios no tienen demanda?

- En el mercado tradicional todos estos productos/servicios son capacidad ociosa, por lo tanto no tienen demanda. Por lo mismo, no es que se aumente el mercado, es decir, que aumentamos la demanda de estos productos/servicios en el mercado tradicional por lo tanto aumenta la oferta, sino que se crea otro mercado distinto al tradicional.

¿Y quién va a demandar estos productos/servicios?

- Lo que sucede es que en el mercado tradicional, al precio en que están los productos/servicios no hay más demanda. En este nuevo mercado, los productos/servicios tienen un precio que a diferencia del mercado tradicional se compone de dos dineros: una parte en dinero nacional y otra en moneda complementaria. La demanda se crea porque en

este nuevo mercado se ofrecerán los productos/servicios a un precio que contiene una menor cantidad de dinero nacional, es decir, a un precio menor que en el mercado tradicional. Por lo tanto la demanda corresponde a la demanda insatisfecha del mercado tradicional, es decir, quienes están dispuestos a comprar en el mercado tradicional pero a un precio menor.

¿Entonces, para qué crear un nuevo mercado si se puede bajar el precio en el mercado tradicional y se aumenta la demanda en ese mercado?

- Porque ya existe un equilibrio en el mercado tradicional en el que se están maximizando utilidades. Entonces disminuir el precio o aumentarlo disminuye las utilidades del microempresario en ese mercado.

¿Y por qué la gente que ya compra en el mercado tradicional no va a querer comprar en este nuevo mercado a un precio menor?

- Porque para poder comprar en el nuevo mercado (o mercado de moneda complementaria) hay que comprar en dinero nacional y en moneda complementaria, y no todos tienen moneda complementaria.

¿Cómo se obtiene moneda complementaria?

- Para poder participar del mercado de moneda complementaria hay que cumplir los siguientes requisitos:
 - Tener capacidad ociosa
 - Estar dispuesto a vender al mercado de moneda complementaria productos/servicios que son capacidad ociosa en el mercado tradicional a un precio tal que la parte del precio que es dinero nacional sea menor al precio del mercado tradicional (El precio en el mercado de moneda complementaria está compuesto por una parte de dinero nacional y otra de moneda complementaria a diferencia del precio en el mercado tradicional que sólo se compone de dinero nacional). El precio en dinero nacional debe ser igual o mayor a los costos por generar y comercializar (IVA) el producto/servicio.
 - Estar dispuesto a comprar los productos/servicios que ofrece el mercado de moneda complementaria.
 - Si un microempresario ya adquiere en el mercado tradicional algunos productos/servicios que ofrece otro microempresario que también quiere participar en el mercado de moneda complementaria, tiene que comprometerse a no reemplazar su demanda en el mercado tradicional. Es decir, si va a comprar productos/servicios a ese microempresario, no debe dejar de adquirir la cantidad que adquiere en el mercado tradicional. (RESTRICCIÓN 1: Restricción de la Demanda en el mercado tradicional).

Cuando se cumplen estos requisitos es necesario determinar la siguiente información:

- Cantidad que venderá cada microempresario en una semana.(Intenciones de venta)

- Cantidad que comprará cada microempresario en una semana. (Intenciones de consumo)
- Precio de venta.(Sólo la parte de dinero nacional)

Una vez hecho esto es necesario calcular cuánta moneda complementaria hay que entregar a cada microempresario para que su oferta de productos/servicios sea igual a su demanda de productos/servicios.

Este problema se formula como un problema de programación de lineal (PPL) que entrega como resultado:

- Cantidad de productos/servicios que tiene que vender el microempresario.
- Cantidad y tipo de productos/servicios que tiene que comprar el microempresario.

Existen tres posibles resultados con respecto a las intenciones de venta:

- Tiene que vender una cantidad igual a las intenciones de venta antes declaradas.
- Tiene que vender una cantidad menor a las intenciones de venta antes declaradas.
- No puede vender. (No participa del nuevo mercado)

Y a su vez, existen tres posibles resultados con respecto a las intenciones de consumo:

- Tiene que comprar una cantidad y tipo de productos/servicios igual a los declarados en las intenciones de consumo.
- Tiene que comprar una cantidad y tipo de productos/servicios menor a los declarados en las intenciones de consumo.
- No puede comprar.(No participa del nuevo mercado)

Teniendo estos resultados se les informa quienes podrán participar y quiénes no. A los que pueden participar se les informa de las condiciones para participar:

- Compromiso de venta: Cantidad de productos/servicios que tienen que vender al nuevo mercado en una semana. (RESTRICCIÓN 2: Restricción de la Oferta en el mercado de moneda complementaria)
- Compromiso de compra: Cantidad de productos/servicios que tienen que comprar al nuevo mercado en una semana. (RESTRICCIÓN 3: Restricción de la Demanda en el mercado de moneda complementaria)

Si es que están dispuestos a participar tienen que firmar una carta de compromiso. Si es que alguno de los microempresario que pueden participar no quiere hacerlo, es necesario calcular nuevamente las cantidades. Cuando hay un acuerdo entre los microempresarios, se firma la carta de compromiso. Esto significa que las ventas y compras semanales son fijas. Si alguno de los microempresarios no quiere seguir comprando o vendiendo la misma cantidad o tipo de producto o servicio, entonces es necesario recalculer las cantidades de todos los involucrados con ese microempresario.

Después de haber calculado la cantidad de moneda complementaria para cada microempresario se establece una unidad de medida para esa cantidad (una forma de

hacerlo es haciendo que todas las cantidades correspondan a enteros. Ej: Si después de haber calculado la cantidad se obtiene que al microempresario A le corresponden $1,5 * X$ y al microempresario B le corresponden $0,7 * X$, entonces puedo fijar la unidad de medida de: $0,1 * X = 1$ moneda complementaria).

Habiendo fijado la unidad de medida se le entrega la cantidad de moneda complementaria a cada microempresario (En algunos casos se crean cheques o se hace electrónicamente con una cuenta que registre el monto de cada microempresario).

¿Y cuánto vale la moneda complementaria en dinero nacional?

- No es necesario que la moneda complementaria tenga una equivalencia en dinero nacional. Hay que recordar que la moneda complementaria lo único que permite es que un microempresario tenga acceso a productos/servicios a un precio menor en dinero nacional. Y cómo se señaló anteriormente, la cantidad de moneda complementaria que tiene cada microempresario es la necesaria para igualar su oferta con su demanda, independiente de la equivalencia monetaria que se le haga en dinero nacional.

¿Por qué produce riqueza crear este nuevo mercado?

- Se ha creado riqueza porque el nuevo mercado permite lo siguiente:
 - Cada microempresario tienen acceso a productos/servicios que desea a un menor precio en dinero nacional.
 - Cada microempresario vende productos/servicios que no puede vender en el mercado tradicional, aumentando su utilidad en dinero nacional. (Todo depende del precio en dinero nacional al que él microempresario decidió vender sus productos/servicios al mercado de moneda complementaria. Si el precio en dinero nacional es mayor a los costos, aumenta su utilidad, en cambio, si es igual, no genera nuevas utilidades. De todas formas, no genera pérdidas.)
 - En definitiva, cada microempresario puede aumentar sus utilidades.

Sistema de moneda complementaria abierto (Cualquier producto/servicio)

¿Cómo se crea riqueza?

- Tal como se ve en el sistema anterior, se produce riqueza porque se crea un nuevo mercado para los microempresarios, que antes no existía.

¿Cuál es la diferencia con el sistema anterior?

- La gran diferencia es que este mercado no es sólo de capacidad ociosa, por lo tanto se pueden dejar de vender productos/servicios en el mercado tradicional para venderlos en este nuevo mercado.

¿Cómo funciona este mercado?

- Este sistema funciona muy similar al sistema cerrado, pero sin incluir las restricciones del sistema cerrado: Restricción de la Demanda en el mercado tradicional (RESTRICCIÓN 1), Restricción de la Oferta en el mercado de moneda complementaria (RESTRICCIÓN 2) y Restricción de la Demanda en el mercado de moneda complementaria (RESTRICCIÓN 3).

Las implicancias que conlleva esto son las siguientes:

- Liberación de la RESTRICCIÓN 1: Las ofertas que existen en el nuevo mercado de moneda complementaria no corresponden a productos/servicios que son capacidad ociosa. Podría darse el caso de que ninguno de los microempresarios que pertenecen al sistema consuma en el mercado tradicional los productos/servicios de este microempresario, en ese caso, si sería de capacidad ociosa. Por otro lado, los microempresarios que si consumen de otro microempresario en el mercado tradicional, para participar del sistema de moneda complementaria no es necesario que sigan consumiendo la misma cantidad de productos/servicios en el mercado tradicional. Por lo tanto, la demanda en el mercado tradicional se puede ver disminuida, por lo que cada microempresario deberá evaluar si es conveniente tener esa disminución de demanda versus el acceso a otros productos/servicios a un precio menor.
- Liberación de la RESTRICCIÓN 2: Los microempresarios también tienen que comprometerse a ofrecer una cantidad fija de productos/servicios, pero además pueden ofrecer nuevos productos/servicios sin comprometerse a una cantidad. Los microempresarios tendrán dos tipos de ofertas, una fija llamada oferta principal, y otra variable, llamada oferta secundaria. Cada microempresario decide cuál es cuál, pero tienen que comprometerse igualmente a producir la oferta principal.
- Liberación de la RESTRICCIÓN 3: Los microempresarios no están comprometidos a demandar productos/servicios previamente determinados. Pueden demandar cualquier producto/servicio. Sin embargo, igualmente es requisito para participar del sistema que cada microempresario tiene que tener un equilibrio entre su oferta y su demanda. El equilibrio de oferta y demanda se consigue cuando no hay acumulación de moneda complementaria. El microempresario podrá demandar todos los productos/servicios que desee y su restricción será la cantidad de moneda complementaria que tenga. Sin embargo, si un microempresario demanda menos de lo que oferta en varios periodos (un mes) se le reajustará su oferta a la cantidad de su demanda para evitar que acumule moneda complementaria. Para conseguir esto, el administrador del sistema tiene que estar evaluando semana a semana si se cumple el equilibrio entre oferta y demanda de cada microempresario y en caso de que no se cumpla debe tomar medidas para que aumente o disminuya la oferta del microempresario y/o aumente o disminuya la demanda del microempresario.

¿Por qué produce riqueza crear este nuevo mercado?

- Se ha creado riqueza porque el nuevo mercado permite lo siguiente:
 - Cada microempresario tiene acceso a productos/servicios que desea a un menor precio en dinero nacional.
 - Algunos microempresarios pueden vender su capacidad ociosa.
 - En definitiva, cada microempresario puede aumentar sus utilidades.

Conclusión

Ambos sistemas generan los siguientes beneficios:

- Cada microempresario puede realizar una diferenciación por precio que antes no podía realizar. Esto genera una fidelización con los clientes diferenciados, y además, puede producir un aumento de utilidades. (Venta de capacidad ociosa)
- Cada microempresario tiene un precio diferenciado menor al del mercado tradicional para adquirir productos y servicios, por lo que ahora tiene mayor acceso a productos y servicios.

5.3.2 Fortalecimiento de las Redes Económicas

El sistema de moneda complementaria genera fortalecimiento de las redes económicas de los microempresarios, de organizaciones interesadas en el desarrollo de los microempresarios y de empresas interesadas en posicionarse dentro de los microempresarios.

Fortalecimiento de Redes Económicas de Microempresarios

- Espacios de marketing: Medios de comunicación gratuitos a los que tienen acceso los microempresario, como boletines, página web y ferias comerciales.
 - Cada microempresario tiene acceso a estos espacios de marketing para ofertar sus productos y servicios. Por otro lado, todos los participantes ven estos espacios de marketing.
- Mercado objetivo definido: Microempresarios.
 - Cada microempresario sabe quién es su cliente dado que el mercado es reducido.
- Lugares de venta: Las ferias comerciales.
 - Los microempresarios tienen acceso gratuito a vender sus productos/servicios en las ferias comerciales.
- Fidelización: A través del uso de la moneda complementaria.
 - Cada microempresario fideliza a sus clientes dado que les ofrece sus productos y servicios a un precio menor que el del mercado tradicional.

Fortalecimiento de Redes Económicas interesadas en el desarrollo de los Microempresarios y de empresas interesadas en posicionarse dentro de los microempresarios.

El siguiente cuadro muestra cuales son los beneficios para cada una de ellas:

Tabla 2: Quiebres y Beneficios

Cliente	Quiebres	Beneficios
Organizaciones capacitadoras y financieras de microempresas y ONG´s	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de continuidad en el apoyo a sus beneficiados. • Falta de información acerca de la evolución post programas o post financiamiento. • Red de capacitadores débil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad para sus programas de fortalecimiento. • Redes sociales para sus beneficiados y capacitadores de la organización. • Posibilidades de seguimiento en los resultados de sus programas.
Organismos estatales y municipales	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo intermitente de los microempresarios. • Dificultad de comunicación a microempresarios acerca de oportunidades. • Falta de dinamismo en economía local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo continuo de la microempresa en su comuna y país. • Dinamismo económico local. • Fácil comunicación y accesibilidad al sector micro empresarial y ONG´s. • Posibilidad de desarrollar proyectos integradores.
Empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Prestigio desfavorable en el sector micro empresarial y sector ONG´s. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un espacio de posicionamiento. Clientes y empleados tendrán posibilidades de acceder a consumir de este mercado social. • Beneficios tributarios por ley de donaciones.

Fuente: Pablos, F., 2010.

5.3.3 Fortalecimiento de las Redes Sociales

- **Comunidad:** Se crea un sentido de pertenencia entre los microempresarios al ser parte de una red de personas con prácticas en común, espacios de encuentro, que perdura en el tiempo y comprometidos (carta de compromisos).
- **Igualdad y solidaridad:** Por la forma en que está diseñado el sistema, en base a compromisos de los microempresarios, se crea una relación igualitaria entre cada uno de ellos (todos tienen que respetar sus compromisos para que el sistema funcione). Además, dado que no se busca acumular moneda complementaria, se establece una relación solidaria con los otros microempresarios. (Si un microempresario acumula moneda complementaria es porque no está comprando productos y servicios, por lo tanto no le permite a otro microempresario comprar productos y servicios porque al no comprarle, le deja sin moneda complementaria)
- **Indicadores e información:** El sistema registra todas las transacciones por lo que se tienen información de cada uno de los microempresarios. Esta información permite ofrecer a los interesados en que se desarrollen los microempresarios, mejores programas de capacitación y apoyo.

- Continuidad: Al ser el sistema de moneda complementaria independiente de los programas de capacitación, permite a los microempresarios seguir vinculados entre ellos, y a los programas de capacitación seguir vinculados con los microempresarios.

5.4 Economía Solidaria

Según Luis Razeto Migliaro, licenciado en filosofía, educación y magíster en sociología, que hace más de 30 años se ha centrado en los temas económicos y en las cuestiones sociales y del trabajo, la define de la siguiente manera:

*“Hemos llamado “economía de solidaridad” a un modo especial de hacer economía –de producir, de distribuir los recursos u los bienes, de consumir y de desarrollarse-, que presenta un conjunto de características propias que consideramos alternativas respecto a los modos económicos capitalista y estatista predominantes [...] comparten algunos rasgos constitutivos y esenciales de solidaridad, mutualismo, cooperación y autogestión comunitaria, tales que definen una racionalidad especial, distinta de otras racionalidades económicas.”*³⁴

La Economía Solidaria parte de una consideración alternativa al sistema de prioridades en el que actualmente se fundamenta la economía neoliberal. Se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio –y no como fin– al servicio del desarrollo personal y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Una concepción que hunde por tanto sus raíces en una consideración ética y humanista del pensamiento y de la actividad económica, que coloca a la persona y a la comunidad en el centro del desarrollo.

Sin embargo, según Mario Radrigán³⁵, sociólogo, economista y académico de la Universidad de Santiago de Chile, hoy día no existe un consenso de los actores de la Economía Solidaria sobre qué es la Economía Solidaria, ni quiénes pertenecen a ésta. Es más, dice Radrigán, la academia tampoco tiene un consenso sobre a que se refieren cuando se habla de Economía Solidaria, Social o Cooperativa.

Para efectos de esta memoria, se utilizará la definición que da Carlos Askunze, que denomina Economía Solidaria al sistema socioeconómico, cultural y ambiental desarrollado de forma individual o colectiva a través de prácticas solidarias, participativas, humanistas y sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como fin de la economía.

Askunze dice que la Economía Solidaria viene configurándose en las últimas décadas como un movimiento social que reúne a un conjunto de organizaciones y actividades que, a lo largo de todo el planeta, están generando un pensamiento y una práctica alternativa y solidaria de la economía en sus diferentes facetas: producción, financiación, comercio y consumo. Se trata de un sector diferenciado (dentro de sectores o ámbitos más amplios como los delimitados por términos como Tercer Sector y Economía Social) suficientemente acotado y que va logrando un reconocimiento internacional cada vez mayor.³⁶

³⁴ Razeto, L., 1988.

³⁵ Anexo A: Audio de entrevista a Mario Radrigán.

³⁶ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

5.4.1 Organizaciones de la Economía Solidaria³⁷

Se reconocen en este espacio todas aquellas iniciativas asociativas, empresariales, económicas y financieras comprometidas con los siguientes principios:

1. *Igualdad*. Promover la igualdad en las relaciones y satisfacer de manera equilibrada los intereses de todas las personas protagonistas en las actividades de la empresa o de la organización.
2. *Empleo*. Crear empleo estable, favoreciendo especialmente el acceso de personas en situación o riesgo de exclusión social, asegurando a cada persona condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y la asunción de responsabilidades.
3. *Medio ambiente*. Favorecer acciones, productos y métodos de producción respetuosos con el medio ambiente.
4. *Cooperación*. Favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización.
5. *Sin carácter lucrativo*. Las iniciativas solidarias tienen como fin principal la promoción humana y social, por lo que son de carácter esencialmente no lucrativas. Los beneficios revertirán a la sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros.
6. *Compromiso con el entorno*. Las iniciativas solidarias estarán comprometidas con el entorno social en el que se desarrollan, lo que exige la cooperación con otras organizaciones así como la participación en redes, como camino para que experiencias solidarias concretas puedan generar un modelo socioeconómico alternativo.

5.4.2 Empresas Solidarias³⁸

Son entidades con figura jurídica mercantil que desarrollan su actividad de forma similar a otras empresas, pero partiendo del compromiso con los principios antes citados. También en el campo empresarial, se reivindica la actividad económica como un medio al servicio de las personas y de la comunidad en la que se desarrollan.

Se trata de empresas que, partiendo de la necesaria rentabilidad, eficacia y sostenibilidad técnica y financiera, huyen de una concepción exclusivamente ligada a la maximización de beneficios y al modelo productivista que prima la acumulación de capital por encima del desarrollo de las personas trabajadoras, y es ajeno a los daños sociales y ambientales producidos en la consecución de sus objetivos. Una visión de la empresa, por tanto, que orienta su sentido y finalidad hacia el beneficio social y hacia la calidad de vida y desarrollo de las personas.

5.4.3 Banca Ética y Finanzas Alternativas³⁹

A diferencia de las entidades bancarias existentes, la *Banca Ética* es una propuesta de intermediación financiera que persigue la transformación social, por lo que sus labores de

³⁷ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

³⁸ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

³⁹ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

captación de capital, inversión y préstamo se realizan desde una filosofía integral y unos fines éticos al servicio de la justicia. Desde esta perspectiva, sus objetivos son:

- Financiar actividades económicas que comporten un impacto social positivo y transformador. Es decir, apoyar empresas, actividades y proyectos sociales, ecológicos, culturales y solidarios, favoreciendo el desarrollo humano tanto en las sociedades del Norte como del Sur, poniendo el dinero a disposición de las personas excluidas y de las organizaciones que trabajan con ellas.
- Ofrecer instrumentos de ahorro y de inversión responsables. Se trata de poner a disposición de la ciudadanía la posibilidad de apoyar con sus ahorros ese tipo de actividades, decidiendo responsablemente el uso que de éstos hace la entidad financiera y excluyendo cualquier inversión en actividades o empresas que colaboren con el mantenimiento de la injusticia y el deterioro de nuestro mundo (tráfico de armas, explotación laboral, destrucción del medio ambiente...).

En el campo de los medios financieros, también cabe destacar la implantación y desarrollo de diversas fórmulas alternativas que vienen ensayándose en los últimos años, como el diseño de *Monedas Complementarias* (también llamadas *Sociales* o *Locales*) o la promoción de actividades de intercambio no monetarizadas como el *Trueque*, los *Bancos del Tiempo* o las iniciativas de *Intercambio de Saberes*. Así mismo, y en lo que se refiere a los mercados financieros, se va extendiendo la *Consultoría Ética* de la mano de entidades especializadas en obtener la información necesaria para clasificar a las empresas y actividades económicas en función de diferentes criterios sociales, de cara a promocionar la inversión ética y el uso responsable del ahorro.

5.4.4 Comercio Justo, Mercados de Economías Solidaria y Consumo Responsable⁴⁰

La Economía Solidaria propugna el establecimiento de relaciones de intercambio comercial más justas y equitativas entre pueblos y personas. En este terreno, va adquiriendo cada vez mayor relevancia el movimiento internacional de *Comercio Justo*, formado por entidades del Norte y del Sur, cuyo objetivo es denunciar y transformar las injustas reglas del comercio internacional, así como posibilitar el acceso a los mercados de productores y productoras más desfavorecidas de los pueblos del Sur.

Así mismo, en nuestras sociedades, comienzan a establecerse redes de difusión, comercialización y distribución de productos y servicios de las entidades de Economía Solidaria. Son los *Mercados de Economía Solidaria*, redes que facilitan la puesta en el mercado de productos de comercio justo, empresas solidarias y de inserción, agricultura ecológica, medios de comunicación de movimientos sociales alternativos... Es decir, todos aquellos productos y servicios generados por entidades de economía social y solidaria bajo criterios de responsabilidad social, desarrollo sostenible, equidad, etc.

Con ello se pretende potenciar la viabilidad y sostenibilidad de las entidades de Economía Solidaria y, especialmente, crear circuitos alternativos al comercio convencional desde la perspectiva del consumo responsable.

⁴⁰ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

Precisamente es el consumo uno de los ámbitos donde incide la Economía Solidaria. Primeramente denunciando el sistema que hace del consumo desmedido un objetivo para las personas, que coloca el afán por la acumulación por encima de otros criterios éticos y sociales. Un sistema que necesita dicho consumismo para mantener su propia estructura injusta. Ante esta realidad, el movimiento de Economía Solidaria propone la extensión del concepto y la práctica del *Consumo Responsable* promoviendo el consumo ético, ecológico y solidario, rechazando la publicidad agresiva y el sobreconsumo superfluo, favoreciendo el comercio justo y el consumo de productos del Sur, proponiendo boicots a empresas que violan los derechos humanos, ambientales y/o sociales... Las personas consumidoras pueden, a través de sus gestos cotidianos, contribuir al cambio de las reglas de producción y consumo en nuestra sociedad. En esos gestos y en la propia capacidad de elección, pueden convertir su acto de consumo en un acto de transformación social.

5.4.5 *Participación Ciudadana y Educación para el Cambio Social*⁴¹

El contexto social y cultural en el que vivimos, nos empuja a interiorizar el sentimiento de que el cambio no es posible. Los valores extendidos mayoritariamente entre la población no son precisamente las defendidas por las iniciativas y organizaciones de Economía Solidaria, ni de las del resto de movimientos ciudadanos que persiguen con su pensamiento y práctica la transformación de la realidad injusta. La Economía Solidaria trata de demostrar que es posible, viable y necesaria otra forma de entender los instrumentos y las relaciones económicas.

Y más allá de experimentar en este ámbito, trata fundamentalmente de potenciar el poder de la ciudadanía, promover la participación consciente de las personas en la sociedad, contribuir a la extensión de valores y actitudes al servicio del cambio social.

Un cambio que, a través de pequeñas o grandes experiencias, se construye día a día en el quehacer cotidiano. Por ello, la Economía Solidaria incide especialmente en el espacio de la educación y la sensibilización ciudadana. Sólo desde una perspectiva educativa se podrá lograr transformar conciencias y actitudes, sostener y recrear nuevas experiencias de economía alternativa, construir un mundo en manos de las personas, más justo, humano y sostenible. Un mundo que responda a la necesidad de todos los pueblos y personas de vivir digna y felizmente.

5.5 *Ejemplos de Monedas Complementarias*

La distinción que se propone en esta sección resulta muy interesante, ya que enmarca una diferencia fundamental que existe dentro de los promotores de monedas complementarias en el mundo con respecto al propósito de las monedas complementarias.

Esta diferencia radica en la función social que se le asocia a las monedas complementarias. Como se dijo anteriormente, una de las funciones principales de las monedas complementarias es ser una propuesta de solución para los problemas del sistema monetario mundial que generan las crisis económicas. Y para Razeto, esto sólo es posible dentro de las organizaciones de la economía solidaria.

⁴¹ Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Artículo de Carlos Askunze Elizaga.

La visión que se utilizará en esta memoria, es decir, el propósito que se aceptará es el que dice que las monedas complementarias que no están en las organizaciones de la economía solidaria se consideran que no son una propuesta de solución para los problemas del sistema monetario mundial, sino que ayudan solamente a ampliar el mercado, es decir, el mismo sistema monetario mundial.

A continuación se muestran sistemas de moneda complementaria que pertenecen a las organizaciones de la economía solidaria y que están fuera de ellas.

5.5.1 Monedas Complementarias en las Organizaciones de la Economía Solidaria

5.5.1.1 Time Dollars⁴²

Esta iniciativa fue fundada en 1983 por Edgar Cahn. El sistema Time Dollars es una moneda local que enfatiza la utilización del tiempo como valor.

Permite a sus miembros registrar, conservar y recompensar las transacciones por las que los vecinos ayudan a sus otros vecinos. “la gente gana Time Dollars y utiliza sus capacidades y recursos para ayudar a los otros (sobre todo a los niños, ancianos, el transporte, la cocina y el arreglo de la casa.)” (Edgar Cahn:1997, 1).

El Time Dollars permite a las personas inscritas en el sistema transformar su tiempo libre en poder de compra. Este innovador sistema combina los aspectos del trueque con el voluntariado. En realidad es un sistema de trueque diferido medido en tiempo el cual posibilita el intercambio de bienes y servicios. Es flexible y reproductivo (es decir, tiene la capacidad de ampliarse sin afectar ni desvirtuar lo esencial del sistema) lo cual constituye el elemento más importante de la moneda.

El Time Dollars desde su fundación ha permitido el intercambio de miles de horas de tiempo modificando los patrones de comportamiento de las personas que practican en el proceso. El éxito de esta moneda local reside en que se apoya en una base institucional sólida. Para lo cual cuenta con el Time Dollars Institute, un centro de investigación y acción encargado de la promoción, formación y difusión del sistema. El Time Dollars ha expandido su sistema hacia otras localidades de los Estados Unidos, actualmente, se encuentra presente en 150 comunidades en 38 estados de la Unión, agrupando a miles de personas. Entre sus principales campos de actividad económica se encuentran: cuidado infantil, tutorías, visitas hospitalarias, reparaciones a hogares, compras a tiendas y servicios legales. Todo el sistema es computarizado lo cual permite llevar fácilmente las cuentas de crédito-débito.

5.5.1.2 Local Exchange Trading System (LETS)⁴³

El LETS fue fundado por Michael Linton hacia 1983. Es el sistema que mayor reproducción ha tenido en el mundo. Casi todos los sistemas de monedas locales latinoamericanos y europeos se basan en el LETS.

⁴² Romero, A., 2001.

⁴³ Romero, A., 2001

El LETS funciona como un sistema crédito-débito donde a la unidad de intercambio en el momento de su fundación se le llamó “Green Dollars”. Las personas se inscriben en una base de datos ofertando bienes, servicios o habilidades, esta central coordina todas las transacciones asignándoles un valor determinado, dependiendo de lo que se ofrezca.

El “Green Dollars” no se emite como papel moneda, es solamente una unidad de valor y medida. El respaldo del LETS está en la capacidad, habilidad, productividad y creatividad de las personas que participan en el sistema. Estos recursos de la comunidad son los que están detrás referenciando al “Green Dollars”. (Meeker-Lowry Susan: 449).

El sistema se inició con solamente seis personas, pero cuatro años más tarde ya había unos quinientos miembros y algunos comercios inscritos (Meeker-Lowry Susan: 449). Esto demuestra lo que anteriormente se dijo con respecto al Time Dollars: la capacidad de reproducción que tienen los sistemas de monedas locales permiten suponer que su perdurabilidad en el tiempo debería estar garantizada. Sin embargo, Susan Meeker-Lowry opina que el LETS tiene una tendencia a florecer en tiempos financieros muy duros, pero que en el supuesto de unas mejores condiciones económicas y financieras podría encogerse. Esta es la principal amenaza, al menos para el LETS, pero que también es válida para todas las monedas locales. Por otra parte, sin el compromiso colectivo de sus miembros, el potencial del LETS como impulsor de un cambio real en la forma de concebir los intercambios y el sistema financiero dejaría de tener el efecto transformador que se desea.

5.5.1.3 Sistema de Moneda Complementaria Boon Kud Chum de Tailandia⁴⁴

Tailandia fue uno de los países golpeados con mayor dureza por la crisis monetaria que comenzó en 1997. Si bien la crisis afectó profundamente a otros países de Asia, excepto Malasia, que buscaban una estrategia sabia para controlar la fuga de capitales, en esos países significó una pobreza extrema para los que ya eran extremadamente pobres. Las áreas rurales se vaciaron hacia las ciudades en una búsqueda desesperada del escaso dinero que había. Dos trabajadores de campo del área rural, Jeff Powell de Canadá y Menno Salverda de Holanda, que estaban trabajando para la organización canadiense CUSO y para la organización británica VSO, comenzaron a explorar los Sistemas de Monedas Complementarias como una vía para detener el flujo de personas y dinero desde las áreas rurales. Con el apoyo del CUSO realizaron varios talleres de trabajo en distintas partes de Tailandia y comenzaron una sociedad con el grupo de habitantes de Kud Chum en el nordeste del país, a una hora en coche del río Mekong y de Camboya.

En el pueblo habitaba una sociedad budista sana y activa que tenía su propio monasterio, que a su vez era muy activo en el desarrollo económico de la comunidad. Los vecinos eran incluyentes y cerrados, trabajaban juntos en los campos de arroz y hacían trueques con lo que no necesitaban para sí. Un grupo de granjeros formó una organización semi-formal de trueques y comenzó un proyecto en el pueblo para construir un molino de arroz para la cooperativa de los granjeros, con el objetivo de recoger y vender su arroz orgánico. Como los trabajadores de campo europeos hablaban Tai y la lengua local Lao, y podían vivir en el pueblo, con sus temperaturas altas extremas, una sequía intensa en una estación y una inundación importante en otra, unas condiciones de vida de pobreza y una dieta en la que los insectos, los roedores y los reptiles

⁴⁴ DeMeulenaere, S., 2000.

contribuían al aporte de proteínas de la dieta local, se vieron inmersos rápidamente en el proyecto con la colaboración del Jefe del pueblo y el Abad del monasterio.

Al tratarse del primer Sistema de Moneda Complementaria introducido en Asia fuera de Japón, realizaron una investigación exhaustiva sobre el estado de Sistemas de Monedas Complementarias en el momento de determinar el sistema más adecuado para la comunidad, decidiendo realizar una modificación del modelo de Crédito Mutuo o LETS: un sistema de contabilidad sin intereses, en el que las personas podían retirar cheques de Moneda Complementaria que tenían un valor equivalente al Baht tailandés. El entusiasmo de los vecinos fue en aumento gracias a su dedicación a este proyecto, a los grupos de trabajo y a las conversaciones mantenidas, y se pudo entrenar a un grupo para gestionar el sistema.

El sistema se lanzó a comienzos de 2000 y casi inmediatamente consiguió la atención de los medios de comunicación nacionales⁴⁵. El gobernador de Bangkok vino a visitarlo junto a otros altos cargos del país que habían expresado su interés por el sistema y su aprecio por los vecinos al tomar la iniciativa para enfrentarse a los efectos de la crisis monetaria en sus comunidades. Sin embargo, surgieron algunas preocupaciones sobre las violaciones de las leyes de finanzas y banca de Tailandia y el miedo a la desintegración nacional y al abuso del sistema, y en marzo de ese año el Banco de Tailandia suspendió las operaciones del sistema, pendiente de una investigación. Con la ayuda de la Sociedad de Leyes de Tailandia y mediante reuniones con el Gobierno y los oficiales de la Banca, los vecinos pudieron explicar y demostrar que el sistema no afectaría al sistema económico nacional y que no era un intento de secesión del nordeste de Tailandia en una zona económica o un país nuevos. En pocos meses se permitió al sistema retomar algunos cambios pendientes, como el nombre informal de la organización comunitaria, “Banco de Bia Kud Chum”, pero no se permitió el nombre de la moneda, el “Bia”, que era el nombre de la moneda tradicional de los tiempos ancestrales, y se cambió por “Boon”, que significa “ayudar unos a otros”. Además, cada talón debía llevar un sello de caucho en rojo que decía que “esto no es dinero”, queriendo decir que no era un sustituto del dinero legal nacional ni un intento de socavar la economía nacional.

El sistema continúa hasta la fecha, pero se ha quedado pequeño a medida que la economía tailandesa se ha ido recuperando, periodo en el que se ha llevado la electricidad y algunos teléfonos hasta los pueblos y se han pavimentado las carreteras principales con hormigón.

5.5.2 Monedas Complementarias fuera de las Organizaciones de la Economía Solidaria

5.5.2.1 El Banco WIR⁴⁶

El Banco WIR fue fundado en 1934 como una cooperativa y desde entonces sigue emitiendo y manejando su propia moneda complementaria, llamada « WIR » (que quiere decir «nosotros» en alemán), con el fin de estimular transacciones entre pequeñas y medianas empresas socias suizas sin que el dinero se les escape ni a las multinacionales ni al exterior (dado que los precios en Suiza suelen ser mucho más altos que aquellos en sus países vecinos, todos los cuales pertenecen ya a la Eurozona) y a partir del año 2000 empezó a aceptar socios individuales

⁴⁵ <http://www.appropriate-economics.org/asia/asia.html#thai>

⁴⁶ Marambio, S., 2009.

también. Los socios pueden pedirle al Banco WIR préstamos en WIR (equivalente al franco suizo (CHF)), una moneda complementaria electrónica que pueden gastarse para pagos a otros socios del banco, en paralelo con CHF (por ejemplo 40 WIR y 60 CHF en vez de 100 CHF). En 2006 está en circulación 792,0 millones de WIR y la venta anual de todos los socios en esta moneda complementaria es de 1670 millones de WIR. Las ventajas de participar al Banco WIR para empresas son las siguientes:

- Aumento de venta: pueden atraer más clientes socios por aceptar WIR, consiguiendo aumentar la venta en CHF también.
- Tasa de interés más baja: La creación monetaria por el propio Banco WIR hace innecesaria la tasa oficial que normalmente pagarían los bancos comerciales al Banco Central, lo que permite que la cooperativa ofrezca préstamos más baratos a sus socios.

Stodder (2000) aclara que este banco juega un papel de amortiguar las vicisitudes económicas, mostrando el hecho de que el crecimiento en el número de los socios del Banco WIR tiende a seguir el de los desempleados en Suiza mientras que el crecimiento del PIB va justamente en contra del de transacciones y préstamos en WIR además del inventario contra transacciones en WIR, lo que aclara su rol complementario, a saber:

- Más empresas participan al Banco WIR cuando aumenta el desempleo en Suiza
- Aumentan las transacciones y préstamos en WIR cuando está estagnado el PIB suizo
- Se logran más transacciones en WIR cuando las pequeñas y medianas empresas suizas tienen más inventarios.

Otro punto importante acerca del Banco WIR es el hecho de que es una cooperativa de las empresas e individuos socios: por lo tanto está gerenciado por sus usuarios, muy contrario a otros bancos comerciales que gozan de su poder autoritario sobre empresas que piden préstamos. Su meta no es maximizar su lucro en detrimento de sus deudores = socios sino brindarles beneficios, y por lo tanto se hace posible gerenciarse en pro de sus socios.

5.5.2.2 El grupo de redes de empresas micro y medianas COMAL de Honduras⁴⁷

COMAL es una organización de mercados dirigida a los bienes básicos de consumo que comenzó sus actividades en 1997. Incluye 42 organizaciones sociales y sus miembros (y grupos diana) son pequeños productores y consumidores de las zonas rurales de Honduras. COMAL intenta mejorar la economía rural ofreciendo bienes básicos de consumo a un precio estupendo tanto para el productor como para el consumidor. Suministra a más de 400 tiendas comunitarias que atienden a una población estimada de 16.000 familias consumidoras. La distribución tiene lugar a través de una unidad central de compras y de varios centros de distribución regional existentes en todo el país. COMAL forma parte de una red internacional de organizaciones de mercados comunitarios, denominada RELACC, que representa a 623 organizaciones básicas y de segundo nivel en la mayoría de los países latinoamericanos.

Mientras que las organizaciones de desarrollo más convencionales se centran en el lado de la producción de la economía, COMAL ha elegido incluir también el lado del consumo: un

⁴⁷ DeMeulenaere, S., 2000.

granjero no es sólo un productor, sino también un consumidor (el concepto de “prosumidor”). COMAL intenta incluir tantos productos de origen interno como sea posible dentro de un mercado muy surtido, pero la variedad de productos aún es pequeña (principalmente, judías y maíz). Para aumentarla, COMAL ha identificado varios productos que se pueden producir en distintas zonas es con el eslogan “mercado con buenos precios y buenos pesos, apoyando al productor y al consumidor”, que pretende reflejar con claridad el doble objetivo de la producción y del consumo.

La unidad central compra los productos de las organizaciones de granjeros pero, en lugar de pagar con la moneda nacional, COMAL paga con su propia moneda de red, que se denomina UDIS. De esta forma, la moneda nacional se libera del pago a los proveedores de bienes que quedan fuera de la red en efectivo o que compran cantidades mayores y, por tanto, obtienen mejores precios. Los productores locales también tienen acceso a un programa de crédito que consiste en préstamos que se dan en parte con moneda nacional y en parte con UDIS. Se da preferencia a las empresas que pueden suministrar a la red y aceptar UDIS, con lo que se construye una red que incluye una variedad de bienes y servicios cada vez más amplia.

Al mismo tiempo, se ha implantado otro sistema dirigido al desarrollo de industrias específicas mediante la canalización de la financiación del desarrollo de la empresa utilizando un método de Strohalm denominado Fomento, queriendo decir que se “conduce o empuja”. Este método aplica una combinación de la moneda nacional y la Moneda Complementaria para construir y equipar las empresas, pagando por los materiales y la maquinaria en la moneda nacional y pagando el trabajo en parte con moneda nacional y en parte con Moneda Complementaria, añadiendo préstamos en moneda nacional que pueden devolverse en moneda nacional o, preferiblemente, en Moneda Complementaria. Este sistema crea la demanda de nuevos productos de empresa y facilita la circulación, ayudando a la empresa en ciernes durante sus comienzos hasta que puede unirse a una red normal y se han agotado los fondos para el desarrollo. Por tanto, se trata de un sistema temporal diseñado para lograr un objetivo temporal. Este modelo tuvo éxito por primera vez cuando se aplicó a la construcción de una escuela en la ciudad de Fortaleza, en Brasil, y se demostró capaz de lograr una circulación un 25% mayor que el proyecto de desarrollo típico y con unos resultados que tuvieron un impacto favorable en la comunidad.

6. METODOLOGÍAS DE MONEDAS COMPLEMENTARIAS

En la investigación realizada por el memorista se encontraron dos organizaciones importantes que instalan sistemas de moneda complementaria en Latinoamérica: Fundación STRO y Proyecto Colibrí.

6.1 Metodologías de STRO⁴⁸

Según la entrevista realizada a Erik Brenes⁴⁹, la metodología general de implementación de sistemas de moneda complementaria está compuesta por las siguientes etapas:

1. Estudio de Factibilidad:
 - a. Estudio de la viabilidad legal del país, para crear una moneda complementaria.
 - b. Diagnóstico de la comunidad: Se revisa el índice de desarrollo humano de las Naciones Unidas. Se revisa el índice de potencial de sustitución de la moneda, es decir, qué tan probable es sustituir la moneda nacional por una moneda complementaria. (Cuando una comunidad compra la mayoría de sus bienes y servicios dentro de la comunidad, el índice de potencial de sustitución es alto)
 - c. Diagnóstico de la organización que creará la moneda: Se revisa si tiene problemas administrativos o contables.
 - d. Se elige la red de negocios claves de la comunidad para que se produzca la circulación de la Moneda Complementaria. Es decir, los negocios mínimos necesario para levantar el sistema de moneda complementaria.
2. Elaboración de una propuesta con varios diseños de sistemas de monedas complementarias a la organización.
 - a. El estudio contempla por lo menos 5 alternativas para cada una de las siguientes dimensiones: Estrategias de Emisión, estrategia de circulación y estrategia de retorno.
3. Elección del diseño por parte de la organización que creará la moneda.
4. Se realiza una estrategia comunicacional: El principal desafío que enfrentan es poder re-educar a los usuarios del sistema de monedas complementarias. Algunas tardan seis meses, otras dos años.
5. Se agregan nuevos negocios a la red.

Algunos de los sistemas que desarrollan son los siguientes:

6.1.1 SCCC: Sistema de Circulante Comunitario Controlado

El SCCC, crea liquidez local: pudiendo tener la forma de vales o billetes y siendo controlado por la propia comunidad. Cada miembro de la comunidad tiene derecho a un monto básico de este circulante que se recibe como préstamo. El monto es igual para todos los miembros y la cantidad del mismo es establecida según las necesidades percibidas en la comunidad.

⁴⁸ Social Trade Organization Uruguay. <http://www.stro.org.uy/>

⁴⁹ Technical Advisor for Central America, Stroholm Foundation.

Periódicamente (por ejemplo trimestralmente) la organización evalúa, miembro a miembro, dependiendo de su capacidad de repago, la prolongación del crédito. Se redefine asimismo el monto del crédito, no por miembro, sino para toda la comunidad. Si hay falta de liquidez en la misma, el crédito básico puede ser aumentado. Si por el contrario se percibe que hay circulante en exceso, el crédito básico es disminuido pudiéndose solicitar a todos los miembros la devolución de una cierta cantidad de los vales o billetes. Además del crédito básico, se pueden otorgar créditos adicionales en circulante local para aquellos miembros que demuestren la necesidad y la posibilidad de aplicar este circulante en actividades que la comunidad quiera remunerar.

Los vales o billetes son respaldados por la capacidad productiva y comercial local, pudiendo ser utilizados para actividades sociales y económicas. La administración del SCCC debe ser realizada por representantes de la comunidad de forma responsable y transparente pudiendo ser incluido un control externo para crear mayor confianza. También se deben desarrollar métodos, procedimientos y rutinas para la evaluación del crédito básico y de los créditos flexibles.

Una vez que una comunidad decide que los objetivos de este proyecto son ventajosos para ella, este grupo recibe entrenamiento y material de apoyo. Se puede dar inicio a las transacciones mediante una “feria del trueque” donde, al comenzar la misma se introduce el circulante y al finalizar éste debe ser reintegrado. Se realiza una evaluación de las experiencias de esta forma de intercambio mutuo comunitario y una vez comprendidos los elementos básicos, se puede hacer circular permanentemente el circulante local, con un crédito básico fijo, siendo esto muy similar a la metodología utilizada en los Clubes de Trueque, con la única diferencia que el crédito básico será renovado periódicamente.

La emisión del circulante local será realizada bajo la forma de billetes y estará bajo continua supervisión.

6.1.2 VLC: Valor Local Circulante

El VLC utiliza actividades sociales y económicas existentes, recursos externos de entidades de apoyo, así como dinámicas de micro-crédito para respaldar una forma de liquidez local que permita un desarrollo sustentable. Para esto se realiza una permanente oferta y demanda de circulante interno, en forma de vales o billetes, que al ser usado como forma de pago, estimula las actividades económicas y sociales de una comunidad.

La principal característica del método es el hecho de que el VLC crea continuamente demanda hacia el circulante local. De esta forma, este circulante no se desvaloriza frente a la moneda nacional. Esto es importante porque el circulante local puede ser percibido como inferior a la moneda corriente nacional. En el VLC, la técnica para crear demanda radica en que el circulante sea valorizado como moneda nacional. El VLC también crea oferta de circulante, ofreciéndolo como crédito o como medio de pago para otras actividades que benefician a la comunidad, estimulando continuamente las actividades sociales locales y valorizándolas.

Ya que sobre los créditos emitidos en circulante local se cobran tasas (tasas de incentivo comunitario), siempre habrá menos circulante emitido que el total de créditos a ser pagos. Las tasas sobre los créditos crean un déficit de circulante local en la comunidad, por ende genera

demanda y estimula inversiones para obtener este circulante. De esta forma, la liquidez local es valorizada por el mercado, lo que explica el nombre del método.

Las tasas de incentivo comunitario no pueden ser comparadas con intereses, ya que ellas significan lo opuesto. Los intereses son un mecanismo para extraer el valor de una comunidad contribuyendo al estancamiento de sus fuerzas productivas internas. Las tasas cobradas sobre los créditos en VLC simplemente son un mecanismo para activar la dinámica interna, y ya que el circulante local no puede ser gastado fuera de la comunidad, porque la moneda local no es convertible hacia moneda nacional, las tasas no pueden extraer valor de la misma. El VLC ha sido testeado en varios proyectos pilotos que lo han llevado a evolucionar hacia un LBC.

Para iniciar un proyecto VLC se requiere de la participación de una institución financiera formal que administre la oferta y demanda de moneda local, así como los portafolios de créditos. Un programa VLC comienza con préstamos a emprendedores en moneda nacional, con tasas a pagar en moneda local. Los pagos de tasas crean escasez de circulante local, lo cual, para aquellos que tienen deudas, resulta en mayor presión para obtenerlo. Es así como la escasez es lo que hace al circulante local valioso e igualmente atractivo que la moneda nacional. Cuando las empresas deben pagar las tasas en moneda local, se les ofrece un refinanciamiento parcial de estas deudas a través de nuevos préstamos en circulante interno. Esto lleva a un aumento de las deudas en esa moneda local y por lo tanto hay un incremento de las posibilidades de gasto de la misma, así como un aumento en la demanda de préstamos en circulante interno.

6.1.2 Bonos Fomento

El método Bonos Fomento optimiza flujos de dinero existentes para que el efecto acumulado de la circulación del mismo sea el mayor posible. Mediante estos flujos se respalda la liquidez local para activar la economía de una determinada comunidad. Esta liquidez que puede tener la forma de Vales o Billetes, se convierte en una forma de pago local. Además de poder ser utilizado en esta comunidad puede ser utilizado para pagar micro-créditos en moneda nacional.

Los beneficios son: mayor circulación local, multiplicación en la circulación de recursos existentes locales y liberación de la moneda nacional para la otorgación de micro-créditos. La implementación del Bonos Fomento permite que las empresas se beneficien de acceso a créditos mayores y más rápidamente, resultando en un aumento de su capacidad productiva. Adicionalmente, se incrementan las ventas a raíz del mayor poder adquisitivo existente en la comunidad. Para la comunidad los efectos son visibles en una mayor adquisición de productos locales, aumento del empleo, más inversión y empresas locales más competitivas.

A través de un ejemplo se describirá el funcionamiento del método. Existen fondos en la comunidad para construir una obra de construcción. El rubro de la construcción genera varios efectos- uno directo: el de la propia construcción de la obra, y un efecto secundario: las personas trabajando en la obra consumen productos con los ingresos recibidos; a su vez los comercios que venden los productos dirigen sus entradas hacia sus proveedores. Por otra parte, los proveedores contratados para la obra gastan su dinero en otros productos locales, y así sucesivamente.

El sistema Bonos Fomento demuestra que los efectos secundarios pueden ser multiplicados si la liquidez circula por más tiempo en la localidad. Es así como se imprimen

Vales o Billetes, con los cuales se paga al menos un porcentaje de la obra. Estos son respaldados por el dinero originalmente destinado a la obra. El constructor debe comprometerse a adquirir y contratar la mayor parte de los recursos, tanto materiales como de mano de obra, localmente, así como pagar por ellos en moneda local (Vales o Billetes). Por otra parte, el banco o institución de crédito que maneja el programa, administra la mayor parte de los fondos destinados a construir la escuela y los coloca en su portafolio de créditos, usándolos para otorgar créditos a emprendedores locales.

En tanto los préstamos otorgados por el banco o institución de micro-crédito sean repagados en moneda local, se logra una aceptación generalizada de la misma donde todos los negocios que poseen una deuda, así como otras empresas de la comunidad, aceptan los Vales o Billetes circulantes.

6.1.3 CBC - Commodity Backed Currency (Moneda Respaldada por Materia Prima)

El CBC es una metodología en la cual una organización (por ejemplo una empresa asociativa, cooperativa de consumo, cooperativa de productores) paga a sus proveedores, sus trabajadores o afiliados en una moneda propia que esta respaldada por el inventario o la capacidad productiva de la misma organización emisora. Generalmente el medio de intercambio es un Vale al mostrador (Vale o Billeto). Por ejemplo: una cooperativa de productores de azúcar puede pagar a sus proveedores (productores de caña de azúcar) parcialmente en vales. Los productores utilizan los vales para comprar en las tiendas locales. Las tiendas locales utilizan los vales para abastecerse de azúcar. La ventaja para la cooperativa es: a) al reducir sus costos financieros, expande su capital de trabajo sin necesidad de préstamos, y b) que aumenta sus ventas porque cada gasto en vales es una venta segura en el futuro.

6.1.4 LBC - Loan Backed Currency (Moneda Respaldada por Préstamos)

La esencia del LBC es que las unidades estén respaldadas por deudas, que a su vez están respaldadas por garantías. El socio de este proyecto podrá ser una institución de micro-créditos que emita parte de los préstamos en unidades internas de liquidez y que a la vez acepte re-pagos de préstamos en unidades internas. Estas unidades pueden tomar la forma de vales, billetes o unidades electrónicas en un sistema online contable como lo es Cyclos, software libre producido por el equipo TI de STRO.

Este sistema está especialmente enfocado para ser implementado en zonas rurales o pequeñas comunidades para aumentar la cartera de crédito de cajas rurales o bancos comunales, reduciendo así el riesgo de morosidad mediante la oferta de préstamos con bajas tasas de interés.

Se crea un circuito de intercambio en la zona de intervención conformada por negocios y comercios locales. Inicialmente solamente empresas endeudadas con la institución socia pueden solicitar préstamos en unidades internas, pero a medida que se logra mayor aceptación de la unidad que está en circulación, más y más actores económicos aceptan dicho medio de pago. A medida que se obtiene mayor circulación de unidades internas, la emisión de vales fomenta las ventas y el poder adquisitivo de la comunidad, permitiendo la adquisición de productos e insumos locales.

La ventaja para las instituciones micro-financieras es que pueden expandir su capital de préstamo con cero costos financieros. Especialmente en países con tasas de interés muy altas, esto puede significar importantes diferencias de tasa de interés entre préstamos en moneda local y préstamos en unidades internas.

6.1.5 C3 - Circuito de Crédito Comercial

El método C3 es una asociación civil de consumo y comercio auto-sustentable, que utiliza un sistema de compensación propio de intercambio de bienes y servicios entre sus miembros. Las transacciones entre los integrantes de la Red son administradas y registradas por un software (Cyclos) desarrollado específicamente para la implementación de este método y al cual se accede desde Internet.

A través de la generación y concentración de transacciones en una Red semi-cerrada, el sistema es capaz de ofrecer a las empresas acceso a un crédito más barato y a nuevos clientes y mercados de ventas. C3 aspira de esta forma a reducir los costos de transacciones y el costo del capital, especialmente colocando a disposición de las MIPYMEs, créditos con costos significativamente bajos.

Lo esencial en este método es que el dinero que circula actualmente en las cadenas productivas como capital de giro, sea “liberado” de dicha circulación, pudiendo ser reinvertido en los emprendimientos de los miembros.

El efecto multiplicador que se obtiene mediante la circulación local de la Liquidez Interna sobre el valor del consumo, y la fidelidad del mismo hacia fuentes de suministro internas de bienes y servicios, estimulan la producción y el consumo local, haciendo visible el impacto que tiene el comercio interno como fuente de competitividad y sustentabilidad.

Los ingresos obtenidos por el cobro de tasas (ver texto completo), posibilitan al sistema C3 financiar inversiones de carácter social y medioambiental, en beneficio de la comunidad en el que él mismo es implementado.

El consumidor o comercio utiliza en esta red de transacciones su Liquidez Interna para pagar bienes y servicios. Para obtener esta Liquidez Interna, el miembro debe hacer un depósito bancario en moneda nacional o presentar una garantía (vale, aval, etc), que será convertida en Liquidez Interna y acreditada en el sistema de compensaciones del circuito. Con este dinero se forma un fondo que será utilizado para otorgar más créditos a los miembros del circuito. Todos los ingresos deben ser administrados por una contraparte financiera, como ser un banco. Esta entidad puede otorgar créditos a los miembros basándose en el dinero que el C3 tiene en su cuenta.

El C3 utiliza el instrumento de la Tasa de Liquidez para incentivar y estimular la circulación, promoviendo de esta forma, que la Liquidez Interna circule entre los miembros a través de transacciones y por tanto pierda valor al ser acumulada y no utilizada, buscando así, acelerar el comercio dentro del circuito y por tanto volverlo más competitivo en el mercado.

Al ser definida como una Red semi-cerrada el método posibilita convertir la Liquidez Interna nuevamente en dinero, pero en el afán de generar constantemente nuevas transacciones, aplica una tasa sobre la operación de conversión, incentivando al usuario a evitar salirse del sistema y gastar dentro del mismo.

6.2 Metodologías de Proyecto Colibrí⁵⁰

La metodología se basa en la construcción de clubes de trueque. Un club es una agrupación de personas que una vez a la semana (o las veces que lo decidan sus participantes) se junta en una feria, donde ofrecen productos o servicios. Según lo que ofrezcan, el organizador les da una cantidad de dinero complementario para comprar durante la feria productos o servicios. Una vez que se acaba la feria, el dinero deja de tener valor. Por lo tanto, sólo durante la realización de la feria se realizan transacciones.

Para realizar una feria, la producción, logística y difusión queda a cargo de cada agrupación de personas. Los roles de la agrupación van rotando, por lo que todos participan de la construcción y sostenibilidad del club y las ferias. Cada club de trueque es independiente y autónomo. Sin embargo, existe una declaración de principios que une a cada club con otro.

La realización de las ferias generalmente se realiza en los mismos lugares. En algunos casos, los participantes de un club pueden participar en otros.

7. DISEÑO DEL SISTEMA DE MONEDA COMPLEMENTARIA

Para el desarrollo de esta memoria, la metodología que se creará tendrá que permitir que una organización que instala monedas complementarias pueda ser sustentable económicamente. Es por ello, que es necesario estandarizar la metodología de implementación, dejando sólo algunos aspectos variables.⁵¹

En este capítulo se detallan las características del diseño del sistema de moneda complementaria que corresponden a los aspectos que serán estandarizadas. Es por ello, que en la primera parte se definen algunos conceptos claves que permiten entender el diseño.

En las partes siguientes se detallan las características de la moneda, las personas que participan del sistema y finalmente, las prácticas del sistema.

7.1 Definiciones Previas

Para efectos del diseño del sistema se utilizarán las siguientes definiciones:

⁵⁰ Primavera, H., 2008.

⁵¹ Pablos, F., 2010.

Sistema económico local

Corresponde al modo en que se organiza la producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios dentro las personas pertenecientes a una región geográfica específica, utilizando dinero nacional.

Sistema de moneda complementaria

Es un sistema económico local, que en vez de usar dinero nacional usa un dinero alternativo llamado moneda complementaria, por lo que se dice que son sistemas económicos locales de moneda complementaria. Es decir, tienen una forma de organizar la producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios con una moneda complementaria. La diferencia que tienen con el sistema económico local es que al usar moneda complementaria no sólo hay un límite geográfico sino que también de quien tiene moneda complementaria (no todos tienen moneda complementaria), por lo tanto se trata de una comunidad en una región geográfica.

Moneda complementaria

Corresponde al instrumento que permite el intercambio de bienes o servicios en un sistema de moneda complementaria (Billetes, monedas, cheques; físicos o electrónicos). Una moneda complementaria se diferencia del dinero nacional ya que la moneda complementaria es creada por un actor del sistema de moneda complementaria (llamado emisor de la moneda), y no por un banco, en el caso del dinero nacional. Además, la moneda complementaria sólo es válida dentro de la localidad en que está inmerso el sistema de moneda complementaria y sólo es válida para los usuarios (los que pertenecen al sistema de moneda complementaria), en cambio, el dinero nacional es válido dentro del país en que está inmersa la localidad.

Modelo de moneda complementaria

Corresponde al conjunto de características que tiene una moneda complementaria. En general, se trata del conjunto de valores que tienen las características de: Emisión, Formato, Conversión, Interés y Temporalidad.

Proyecto de moneda complementaria

Corresponde al conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas que permiten crear en una localidad un sistema de moneda complementaria. En el ámbito de esta memoria, estas actividades corresponden a la metodología que aquí se presenta.

Usuario de un sistema de moneda complementaria

Corresponde a las personas u organizaciones que ofertan y demandan en el sistema de moneda complementaria. Los usuarios son los únicos que tienen moneda complementaria, por lo que son los únicos que pueden comprar y vender en este sistema.

Diseño de moneda complementaria

Corresponde a las características que diferencian un sistema de moneda complementaria de otro y en general se refieren a:

- Las características de la moneda complementaria.
- Las personas que pertenecen al sistema monetario.
- Las prácticas del sistema de moneda complementaria.

7.2 Características del diseño del sistema de moneda complementaria

Tal como se mencionó anteriormente, son tres: características de la moneda, las personas y las prácticas. A continuación se detalla cada una de ellas.

7.2.1 Las características de la moneda

Las características más importantes de las monedas complementarias según la investigación realizada por el memorista son las siguientes:

Tabla 3: Características de la moneda complementaria

Característica	Descripción	Valores
Emisor	Indica si la moneda sólo la crea una entidad del sistema (emisor fiduciario) o la pueden crear varias entidades (emisor crédito mutuo)	<ul style="list-style-type: none">• Fiduciario• Crédito Mutuo
Conversión	Corresponde a la relación de valor que tiene la moneda con su respaldo, es decir, a cuanto equivale la unidad de moneda complementaria en otra unidad de valor.	<ul style="list-style-type: none">• 1 moneda complementaria = cantidad en pesos (\$)• 1 moneda complementaria= cantidad en horas• 1 moneda complementaria= cantidad en producto/servicio
Formato	Formato que tiene la moneda.	<ul style="list-style-type: none">• Billete (físico o electrónico)• Cheque (físico o electrónico)• Vale (físico o electrónico)
Interés	Tipo de interés que tienen la moneda complementaria	<ul style="list-style-type: none">• Interés Positivo• Interés Negativo• Interés Neutro (Sin interés)
Temporalidad	Tiempo de validez que tiene el valor de la moneda complementaria.	<ul style="list-style-type: none">• Tiempo indefinido• Tiempo determinado

Fuente: Elaboración Propia.

Según el valor elegido por cada característica, se obtienen diferentes beneficios o inconvenientes. A continuación se muestran cuales son las ventajas y desventajas de cada valor:

Emisor

- **Crédito Mutuo:** Este modelo se recomienda para la mayoría de los casos ya que los usuarios se involucran en forma directa con la creación de dinero y su circulación. Esto favorece la sostenibilidad del sistema. En este modelo los usuarios hacen un compromiso de producción de bienes y servicios en un tiempo determinado, y según lo que se comprometan a producir, obtienen una cantidad de moneda complementaria equivalente a su producción. Esto facilita que los usuarios valoricen la moneda complementaria. Además, la valoración de la moneda es justa y sostenible dado que, para asignar a un usuario una cantidad de moneda complementaria equivalente a su producción, es necesario conocer todas las producciones que van a haber en el sistema, por lo tanto, se tiene información de la oferta y de la demanda. Entonces, para asignar el valor de la moneda complementaria se toman en cuenta todos los usuarios y la producción que se

intercambia. Las dificultades que presenta es que es necesario evaluar financieramente a cada usuario, pero por otro lado, cada usuario está mucho más integrado al sistema.

- **Fiduciario:** Este modelo es más simple de generar ya que los usuarios no necesitan comprometerse a producir una cantidad de bienes o servicios dentro de un tiempo determinado para obtener una cantidad de moneda complementaria. Sin embargo, dado que no existe ese compromiso, el valor de la moneda es variable, ya que no está sujeto a una producción. Por lo tanto en el sistema hay inflación y el administrador tiene que regular el valor de la moneda agregando o sacando monedas del sistema. En el caso de que sea un sistema en que la moneda no tenga conversión a dinero nacional, para los usuarios es más difícil percibir el valor de la moneda, por lo que administrar el valor de la moneda complementaria se hace aún más complejo. Otra dificultad que puede presentar es que necesita una organización que emita una gran cantidad de dinero y que además debe respaldarlo.

Conversión

- **Convertible en dinero nacional:** Facilita que la comunidad valore la moneda complementaria aunque genera incentivos a cambiarla por dinero nacional. Por un lado incentiva a que la comunidad use la moneda complementaria, dado que el valor de la moneda es más visible, pero por otro lado disminuye la circulación dado que hay usuarios que van a preferir cambiar la moneda complementaria por moneda nacional, sacando monedas complementarias del sistema. Si es posible lograr que la comunidad haga circular la moneda complementaria en vez de cambiarla por dinero nacional, entonces es recomendable. Se recomienda para los modelos con emisor fiduciarios ya que los usuarios no participan del proceso de creación de la moneda complementaria por lo que no son tan conscientes del valor de la moneda.
- **Convertible en horas:** Su beneficio principal es que se reconoce fácilmente el valor de la moneda, sin embargo, sirve más para servicios ya que cuando se trata de productos es difícil valorarlos en horas. Sirve para comunidades en que hay muchos servicios y pocos productos.
- **Convertible en Producto/servicio:** Genera incentivos a hacer circular la moneda complementaria, pero también la gente percibe con mayor dificultad el valor de la moneda, disminuyendo su uso, es decir, la circulación. Si es posible lograr que la comunidad perciba el valor de la moneda, entonces es recomendable. Se recomienda para los modelos con emisor de crédito mutuo ya que los usuarios participan del proceso de creación de la moneda complementaria por lo que están más conscientes del valor de la moneda.

Formato de la moneda

- **Físico:** Se recomienda para comunidades en que no están familiarizadas con internet. En este caso, la moneda será un billete, un vale o un cheque. Lo importante es que sea seguro y no falsificable. Hay que desarrollar un sistema de administración del sistema monetario adecuado ya que es necesario contabilizar todas las transacciones que se realizan.

- **Electrónico:** Cuando hay una comunidad familiarizada con internet, se recomienda que se haga un sistema electrónico ya que favorece la administración de las transacciones y además permite dar mayor seguridad al sistema.
- **Mixto:** Se transa con sistema físico y electrónico, por lo tanto el usuario usa la forma que más le acomoda. La dificultad radica en hacer un sistema de información que permita obtener datos a través de los dos formatos.

Interés

- **Interés:** Genera incentivos de acumulación y competencia. Cuando a una moneda se le aplica interés, disminuye su circulación. Por lo tanto, sólo tiene sentido para regular el valor de la moneda en sistemas fiduciarios en que la moneda se ha depreciado.
- **Oxidación:** Es el interés negativo, es decir, la moneda pierde valor con el tiempo, por lo que hay incentivos a gastarla lo antes posible. Genera circulación de la moneda. Se recomienda para comunidades en que dentro de ella no se acostumbra hacer muchas transacciones. Hay que informar a los usuarios sobre cómo funciona el interés negativo ya que no están familiarizados.
- **Sin interés:** Esto es lo apropiado para la mayoría de los casos. Al no existir interés, la gente entiende que se trata de un sistema diferente al tradicional, por lo que se potencian las prácticas de solidaridad, donde lo importante son los intercambios, no la competencia.

Temporalidad

- **Tiempo indefinido:** Sirve para sistemas en que se quiere crear valor continuamente en el tiempo a través de la asociatividad. Se recomienda para la mayoría de los sistemas monetarios complementarios ya que los beneficios que produce son poder sustentarse de mejor manera frente a las crisis del sistema económico tradicional
- **Tiempo determinado:** Sirve para comunidades en que se quiere crear valor para algún proyecto específico, por lo que el sistema financia la realización de ese proyecto. Cuando termina el proyecto la moneda deja de ser válida.

7.2.1.1 Características elegidas de la moneda

Emisor: El modelo elegido se basa en el crédito mutuo, donde cada microempresario, microfinanciera, ONG o cooperativa se compromete a ofrecer una cantidad de su producción en el sistema, y frente a esa cantidad se le entrega una cantidad de dinero proporcional. Las ventajas de este modelo es que no se necesita que una sola organización respalde todo el sistema, sino que cada usuario respalda una parte, produciendo que cada uno de ellos se sienta más comprometido, y a su vez, reconocen fácilmente el valor de la moneda dado que la relacionan con su producción. Es por ello que es importante que los usuarios se conozcan en la red y tengan confianza entre ellos, ya que cada uno sabe que la moneda está respaldada por la producción del otro y por la suya. Si no hubiera confianza, se desconfiaría de que la

moneda tenga un respaldo y se desvalorizaría la moneda ya que los usuarios no querrían recibir la moneda. En cambio, al haber confianza, cada usuario tiene un mayor compromiso con el respaldo que hace de la moneda, generando que el valor de la moneda sea estable y reconocido por todos.

Conversión: La moneda complementaria tendrá un valor en pesos chilenos, sin embargo, sólo servirá para que los usuarios le coloquen precio a sus productos y servicios, ya que la moneda no tendrá conversión a pesos chilenos, sino que sólo será intercambiable por productos y servicios.

Formato: El medio de intercambio será a través de cheques en los cuales cada usuario le colocará el monto que desee. Los cheques sólo se podrán utilizar para compras y ventas físicas. En cambio, también se podrán realizar compras por internet, en las cuales no se usarán cheques, sino que se aumentará o disminuirá el monto de la cuenta monetaria de cada usuario (Igual como se actualiza la cuenta bancaria del comprador y vendedor al haber realizado una compra por internet).

Interés: Este sistema no tendrá interés dado que es con crédito mutuo y la moneda tiene un valor estable. Además, se busca la cooperación, no la competencia. Con respecto al interés negativo, el sistema incorpora en su dinámica las intenciones de consumo, por lo que no es necesario generar circulación a través del interés, esto se hace de otras formas.

Temporalidad: El sistemas tendrá tiempo indefinido, dado que se busca desarrollar sistemas sustentables en el tiempo para microempresarios, microfinancieras, cooperativas y ONGs. Este sistema de moneda complementaria es una herramienta para que estas organizaciones sean sustentables.

Los valores elegidos por cada característica son los siguientes:

Tabla 4: Características elegidas de la moneda complementaria

Característica	Valores
Emisor	Crédito Mutuo
Conversión	1 moneda complementaria = cantidad en pesos (\$)
Formato	Mixto
Interés	Sin interés
Temporalidad	Tiempo indefinido

Fuente: Elaboración Propia.

7.2.1.2 Cómo crear moneda complementaria

Para crear la moneda complementaria es necesario que participen el administrador del sistema, la organización central y la red de negocios. (Ver más abajo: Actores de un sistema de moneda complementaria.)

El administrador, quién será el emisor de la moneda complementaria, debe contactarse con la organización central y su red de negocios. La organización central tiene ese nombre porque sus clientes son una gran cantidad de negocios, llamados red de negocios. La

organización central y la red de negocios son los usuarios del sistema de moneda complementaria.

El administrador sigue el siguiente procedimiento:

Tabla 5: Primera etapa de creación de moneda complementaria

PRIMERA ETAPA DE CREACIÓN DE MONEDA COMPLEMENTARIA
PASO 1
Obtener las intenciones de venta de los futuros usuarios: Cantidad (en un periodo de una semana), tipo de productos y/o servicios, y precio al que está dispuesto a vender en el nuevo mercado de moneda complementaria. Sólo pueden participar del sistema de moneda complementaria los usuarios que ofrezcan productos y/o servicios.
PASO 2
Una vez que todos los futuros usuarios dan esa información, es necesario obtener las intenciones de consumo de los futuros usuarios: Cantidad y tipo de productos y/o servicios que está dispuesto a consumir en este sistema según las intenciones de venta de todos los usuarios en una semana. Sólo pueden participar del sistema de moneda complementaria los usuarios que estén dispuestos a demandar estos productos y/o servicios.
PASO 3
Si hay productos o servicios que tienen demanda superior a la oferta se les da la posibilidad a los usuarios de cambiar sus intenciones de venta y consumo.
PASO 4
Una vez que los usuarios han determinado sus intenciones de venta y consumo, se formula el siguiente problema de programación lineal (PPL):
Sean:
z : Usuarios del sistema de moneda complementaria. ($z = 1 _ K$) i : Productos y/o servicios que ofrecen los usuarios del sistema. ($i = 1 _ N$) o_{zi} : Cantidad del producto/servicio i que oferta el usuario z . ($o_{zi} \in \mathbb{N}$) d_{zi} : Demanda del usuario z del producto/servicio i . ($d_{zi} \in \mathbb{N}$)
Variables de Decisión
x_{zi} : Cantidad de oferta del producto/servicio i que no puede vender el usuario z . y_{zi} : Cantidad de demanda del producto/servicio i que no puede demandar el usuario z . p_i : Precio del producto/servicio i en moneda complementaria (Se establece un precio igual para productos iguales).
Restricciones
<ul style="list-style-type: none"> Ingresos igual a Egresos de moneda complementaria (Que la cantidad de moneda complementaria que recibe cada usuario por su oferta, sea igual a la cantidad de moneda complementaria que gasta por su demanda). $\sum_{i=1}^N (o_{zi} - x_{zi}) \times p_i = \sum_{i=1}^N (d_{zi} - y_{zi}) \times p_i \quad \forall z$ <ul style="list-style-type: none"> Oferta igual a la demanda. $\sum_{z=1}^K (o_{zi} - x_{zi}) = \sum_{z=1}^K (d_{zi} - y_{zi}) \quad \forall i$

- Restricción de precio

$$p_i > 0 \quad \forall i$$

- Restricción de Oferta

$$o_{zi} \geq x_{zi} \quad \forall z, i$$

- Restricción de Demanda

$$d_{zi} \geq y_{zi} \quad \forall z, i$$

- Restricción de las cantidades

$$x_{zi} \geq 0 \quad \forall z, i$$

$$y_{zi} \geq 0 \quad \forall z, i$$

- Naturaleza de las variables

$$x_{zi}, y_{zi}, p_i \in \mathbb{N}$$

Función Objetivo

Maximizar las ofertas de los usuarios

$$\text{Máx} \sum_{z=1}^K \sum_{i=1}^N o_{zi}$$

Una vez que se resuelve este problema de programación lineal, se obtienen los siguientes resultados:

- Cantidad de productos/servicios que tiene que vender un usuario.
- Cantidad y tipo de productos/servicios que tiene que comprar un usuario.

Existen tres posibles resultados con respecto a la oferta:

- Tiene que ofertar una cantidad igual a las intenciones de venta antes declaradas.
- Tiene que ofertar una cantidad menor a las intenciones de venta antes declaradas.
- No puede ofertar. (No participa del sistema de moneda complementaria)

Y a su vez, existen tres posibles resultados con respecto a la demanda:

- Tiene que demandar una cantidad y tipo de productos/servicios igual a los declarados en las intenciones de consumo.
- Tiene que demandar una cantidad y tipo de productos/servicios menor a los declarados en las intenciones de consumo.
- No puede demandar. (No participa del sistema de moneda complementaria)

Para continuar con el siguiente paso sólo se consideran a los futuros usuarios que pueden ofertar y demandar.

PASO 5

Una vez que se tiene la cantidad que podrá ofertar y demandar cada usuario, se le pregunta a cada uno si quiere participar en el nuevo sistema de moneda complementaria. En caso de que alguno de los futuros usuarios no quiera participar se vuelve a resolver el problema anterior, sin la oferta y demanda de ese usuario.

PASO 6

Cuando se han determinado los futuros usuarios del sistema, es necesario que se comprometan a

ofertar y demandar las cantidades determinadas en la solución del problema de programación lineal (PPL) del paso anterior. Para ello, todos los usuarios deben firmar una carta de compromiso.

PASO 7

Una vez firmada la carta, el emisor (administrador) creará moneda complementaria y le entregará a cada usuario la cantidad de moneda complementaria correspondiente, en forma de cheques o en forma electrónica (cuenta electrónica con un monto). En rigor, el administrador no les entrega moneda complementaria, sino que les establece un crédito de moneda complementaria, es decir, una cantidad de moneda complementaria que pueden gastar semanalmente en forma de cheques y electrónicamente, con una cuenta que registra el monto de moneda complementaria disponible. Cuando recién comienza un sistema de moneda complementaria, los usuarios sólo pueden ofrecer productos y/o servicios que ya ofrecen al mercado tradicional. (A este tipo de productos y/o servicios les llamaremos productos/servicios principales)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Segunda etapa de creación de moneda complementaria

SEGUNDA ETAPA DE CREACIÓN DE MONEDA COMPLEMENTARIA

PASO 8

Una vez que ya está funcionando el sistema de moneda complementaria (los usuarios respetan satisfactoriamente sus compromisos de compra y venta) el administrador del sistema puede integrar nuevos productos y servicios al sistema.

Existen dos tipos de servicios que se pueden agregar al sistema: productos/servicios principales y productos/servicios de apoyo.

PASO 9

Integrar productos/servicios principales.

Si se trata de un producto/servicio principal, lo que sucede es que hay un nuevo negocio que quiere participar en el sistema o un usuario quiere ofrecer otro producto y/o servicio al sistema. En estos casos el administrador debe calcular el nuevo problema de programación lineal (PPL) para establecer las cantidades de moneda complementaria que le corresponden a este usuario y a los demás, generando un nuevo compromiso por parte de los usuarios.

PASO 10

Integrar productos/servicios de apoyo.

Si se trata de productos/servicios de apoyo, es decir, alguna persona natural, que es cliente o empleado de algún negocio, llamados participantes (nuevo actor que se integra al sistema de moneda complementaria), quiere ofrecer sus productos y/o servicios, será necesario crear un nuevo crédito en moneda complementaria.

Para ello, lo primero que se hace es establecer un monto de crédito igual para todos los usuarios (la organización central, la red de negocios y los participantes) que será igual al promedio de la cantidad de moneda complementaria de los usuarios para productos/servicios principales. Este nuevo crédito de moneda complementaria será sólo para adquirir productos/servicios de apoyo. La organización central y la red de negocios tendrán dos tipos de créditos, en cambio los participantes sólo uno.

Antes de que les den el crédito o les den la nueva cantidad de moneda complementaria, es necesario que firmen una carta de compromiso. Esta carta de compromiso establece que sólo se utilizará esta cantidad de moneda complementaria para adquirir productos/servicios de apoyo y no se acumulará ni se endeudará en moneda complementaria por compras y ventas de productos/servicios de apoyo, es decir, cada usuario mantendrá en equilibrio la oferta y demanda

de productos/servicios de apoyo.
Será tarea del administrador ver que cada usuario cumple sus compromisos.

PASO 11

Para que los participantes también puedan adquirir productos/servicios principales, si un usuario que oferta productos/servicios principales desea vender una cantidad mayor a la que lo hace, se le permite ofertar una parte de sus oferta como un producto/servicio de apoyo.
Así, los participantes tienen acceso a productos/servicios principales, pero que están permitidos ser ofertados como productos/servicios de apoyo.

Fuente: Elaboración propia.

7.2.2 Las personas

Como ya se mencionó anteriormente, las personas seleccionadas son las pertenecientes a la economía solidaria, es decir, que tienen prácticas solidarias, participativas y humanistas. Sin embargo, no todos los pertenecientes a la economía solidaria pueden tener un sistema de moneda complementaria⁵². Para que puedan tener un sistema económico es necesario que conformen una agrupación con una cantidad considerable de personas de la economía solidaria.

Es por ello que el diseño de moneda complementaria se realizará para organizaciones que agrupen una gran cantidad de negocios como las microfinancieras, las organizaciones capacitadoras de microempresarios y las cooperativas o ONGs de los siguientes tipos: de Beneficencia, de Educación, Culturales, Medioambientales, Etarias, de Genero y de Salud.⁵³

7.2.2.1 Actores del Sistema de Moneda Complementaria

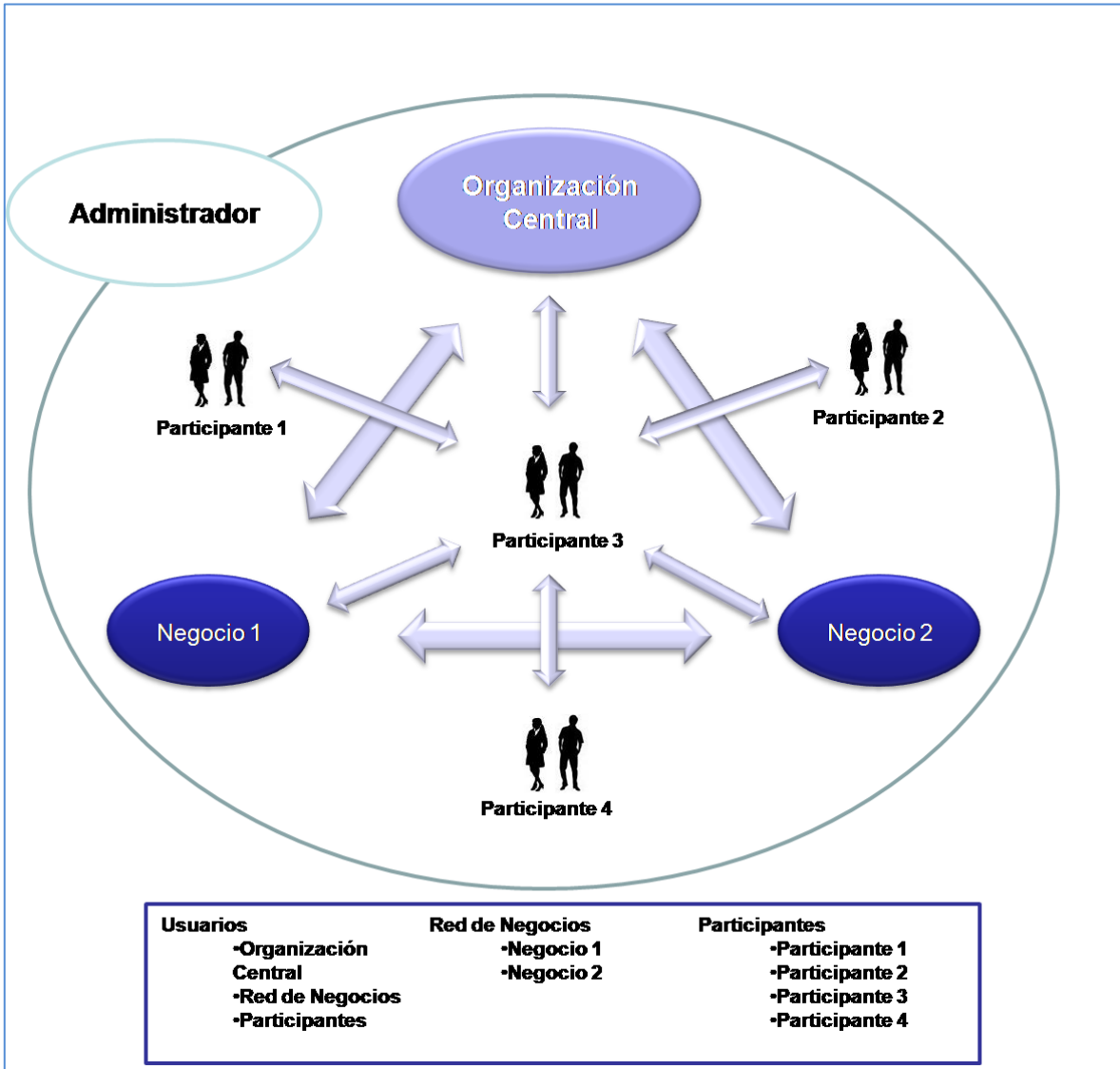
Los actores de un sistema de moneda complementaria son cuatro: El administrador, la organización central, la red de negocios y los participantes.

En la siguiente figura se presenta un diagrama con los actores de un Sistema de Moneda Complementaria:

⁵² Pablos, F., 2010.

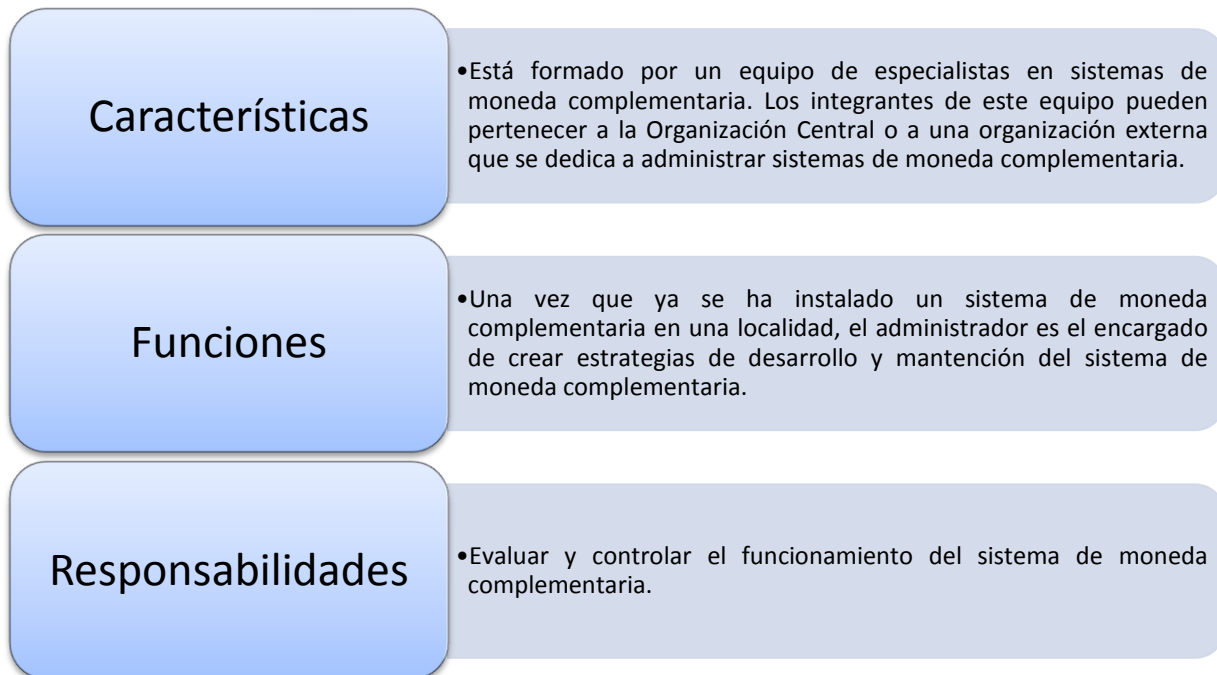
⁵³ Pablos, F., 2010.

Ilustración 1: Actores de un sistema de moneda complementaria



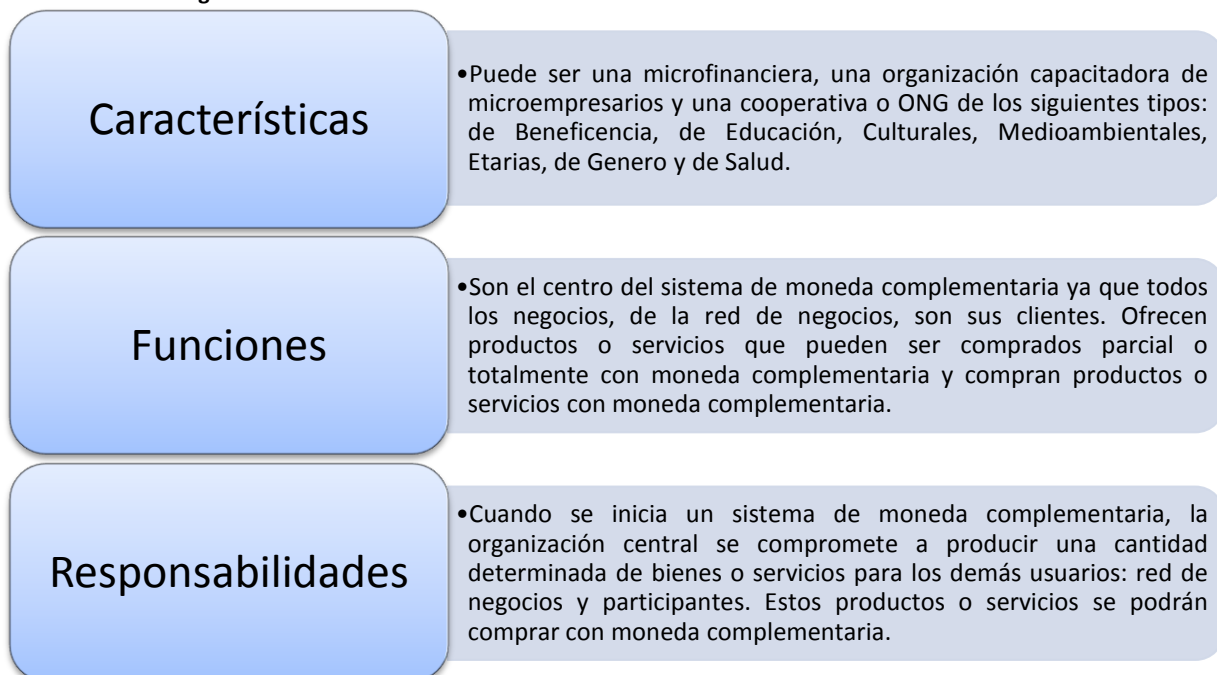
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 2: Administrador



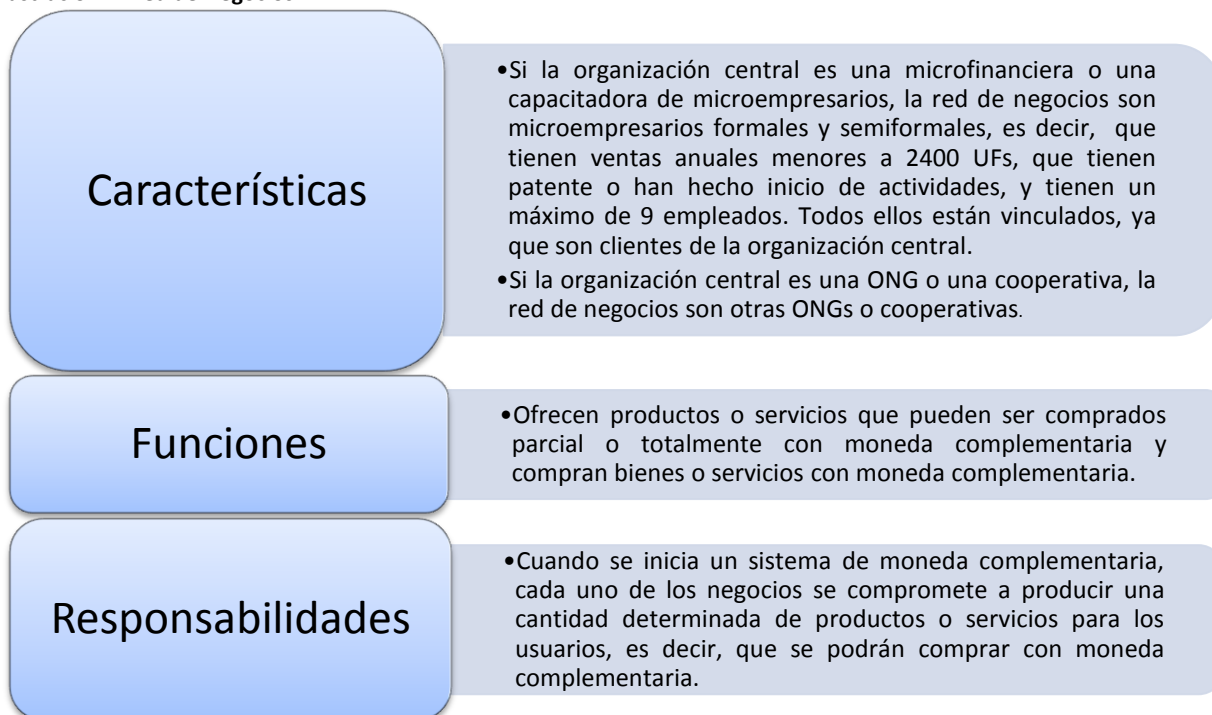
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 3: Organización Central



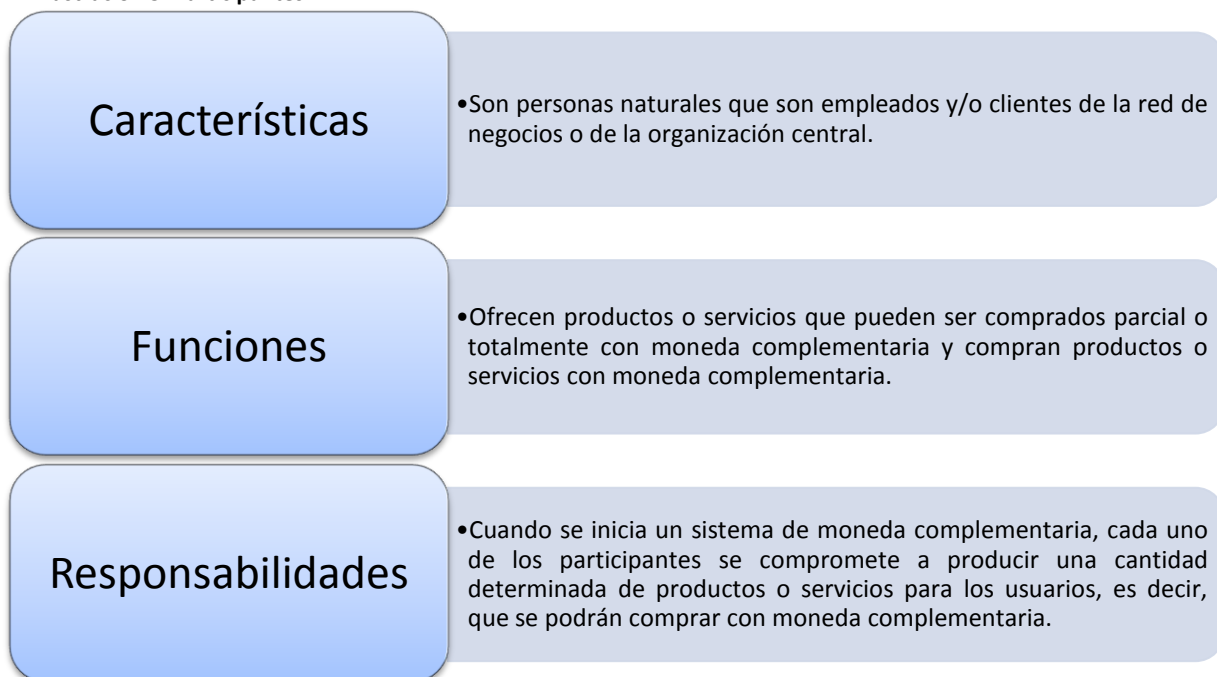
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 4: Red de Negocios



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 5: Participantes



Fuente: Elaboración Propia.

7.2.3 Las prácticas

Las prácticas son las acciones que mantienen funcionando el sistema de moneda complementaria. Para un mayor entendimiento del sentido que tiene cada práctica se agruparán en tres tipo: Prácticas de creación de riqueza, Prácticas de fortalecimiento de redes económicas y Prácticas de fortalecimiento de redes sociales.

Prácticas de creación de riqueza

- *Práctica 1: Cantidad de moneda complementaria por usuarios*

Cada usuario tendrá cheques para comprar productos o servicios. Los cheques no tienen un valor definido sino que al momento de realizar una compra se le designa un valor. Cada usuario parte con 100 cheques mensuales para gastar. En caso de que los gaste antes del mes, puede pedir 100 más todas las veces que sea necesario.

- *Práctica 2: Ofertas de productos y servicios*

Existen dos tipos de productos y servicios que se pueden ofrecer y demandar en el sistema: los productos/servicios principales y los productos/servicios de apoyo. El primero corresponde a los productos o servicios que ofrecen los negocios y la organización central en el mercado tradicional y que también ofrecen en el sistema de moneda complementaria. Los productos/servicios de apoyo son los productos o servicios que ofrecen todos los usuarios y que sólo se ofrecen en el sistema de moneda complementaria. El administrador tiene que tener información de todos los productos y servicios que se transan en el sistema, por lo que cada producto y servicio tendrá un código para identificarlos.

- *Práctica 3: Tope de endeudamiento*

Cada usuario tiene un tope de endeudamiento, que es corresponde al crédito entregado luego de firmar la carta de compromiso, y está determinado por la oferta que hace de productos/servicios principales y de productos/servicios de apoyo al sistema de moneda complementaria. Mientras mayor sea su oferta de productos/servicios principales, mayor será su tope de endeudamiento.

El administrador tiene que establecer un tope de endeudamiento para cada uno de los usuarios. Para determinar el tope de endeudamiento de los negocios y la organización central, el administrador les realiza una evaluación financiera en la que se establece la capacidad ociosa de cada uno de ellos (cuánto más pueden producir de lo que ya producen).

Luego, cada negocio y la organización central establecen cuánto de capacidad ociosa va a producir cada uno para el sistema de moneda complementaria, y si va a ofrecer parte de lo que ofrece en el mercado tradicional. El tope de endeudamiento por productos/servicios principales será igual a la oferta que cada uno de ellos se compromete a ofrecer al sistema. El tope de endeudamiento por productos/servicios de apoyo será igual al promedio de tope de endeudamiento de los negocios y la organización central por productos/servicios principales.

Por lo tanto, el tope de endeudamiento de los participantes será igual al tope de endeudamiento por productos/servicios de apoyo, que es igual para todos. Y el tope de endeudamiento de los negocios y la organización central será la suma entre el tope por productos/servicios principales y el tope de productos/servicios de apoyo.

- *Práctica 4: Cuentas monetarias de usuarios*

Cada usuario, es decir, un negocio, un participante o la organización central, tendrán una cuenta monetaria donde se ve la cantidad de moneda complementaria que tiene a una fecha determinada. El monto inicial es cero, y una vez que realizan una compra este valor se vuelve negativo, o positivo si es que realizan una venta. La suma entre los valores de las compras y ventas da el monto total de la cuenta.

La actualización de las cuentas se realizará una vez a la semana. Para hacer esto, el administrador fija un día a semana en que recolecta todos los cheques usados en el sistema. Cada cheque tiene información del monto de la compra, qué se compró, quién es el vendedor, quién es el comprador y una identificación del cheque para ver si es falso o no. Con esa información, el administrador descuenta el monto de la compra al comprador y aumenta en el mismo monto la cuenta del vendedor. Una vez que se actualizó la cuenta, el cheque deja de ser válido. Si un usuario no puede ir a entregar sus cheques, puede llamar por teléfono al administrador y darle los datos de cheque, luego el administrador se contacta con el comprador y verifica si se realizó o no la compra. Si es así, el administrador actualiza las cuentas del vendedor y comprador.

También se podrán realizar compras en línea, en ese caso, la actualización de las cuentas es automática cada vez que se realice una compra.

- *Práctica 5: Control de cuentas de usuario*

Sólo se pueden realizar compras cuando no se está bajo el tope de endeudamiento. Cuando se realiza una compra a través de internet, el sistema chequea que el comprador no esté bajo su tope de endeudamiento. Sólo en caso de que no está excedido en su deuda máxima, puede realizar la compra.

Sin embargo, para los casos en que las compras se hacen con cheques, el administrador actualizará las cuentas y sólo dejará válidos los cheques que hayan sido emitidos antes de superar el tope de endeudamiento. (Los cheques más antiguos son los que se ingresan primero al sistema)

En caso de que un usuario haya emitido cheques habiendo superado su tope de endeudamiento, no podrá emitir más cheques, sino que sólo podrá recibir cheques o realizar ventas por internet. Cuando vuelve a estar sobre su tope de endeudamiento podrá volver a emitir cheques. (Ejemplo: Un negocio tiene tope de endeudamiento de -30.000 y su cuenta dice que tiene un saldo de -35.000. En ese caso, sólo cuando haya recibido cheques por un monto de más de 5.000 y su cuenta esté actualizada, podrá volver a emitir cheques. En caso de que la venta la realice por internet, la cuenta se actualiza automáticamente.)

- *Práctica 6: Los cheques*

Cada cheque tiene que tener impreso lo siguiente:

- Código de usuario: Es la forma de identificación que se tiene de cada usuario y sirve para ver qué usuario emitió el cheque.
- Código de cheque: Forma de identificación que tiene cada cheque y sirve para evitar las falsificaciones de cheque.

Y también en cada cheque hay que llenar los siguientes datos para realizar una compra:

- Monto: Monto total de la compra.
- Código del producto/servicio: código de cada uno de los productos o servicios comprados.
- Cantidad del producto/servicio: cantidad de cada uno de los productos o servicios comprados.
- Código vendedor: código de usuario que tiene el vendedor.
- Fecha: Fecha en que se realiza la compra.

Prácticas de fortalecimiento de redes económicas

- *Práctica 1: Las compras y ventas*

Como se mencionó anteriormente, se pueden realizar compras a través de internet y a través de cheques físicos. Cuando uno comprador quiere realizar una compra por internet envía una solicitud de compra electrónica al vendedor. Si el vendedor la acepta, se actualizan las cuentas por el valor de la compra, y el comprador y vendedor podrán imprimir un comprobante de la compra y venta. Con ese comprobante el comprador podrá pedir su producto o servicio. Si el vendedor no la acepta, no se puede realizar la compra.

Cuando se realiza una compra con un cheque, el comprador llena el cheque con la información requerida (ver más adelante) y se lo entrega al vendedor. El vendedor puede actualizar su cuenta dirigiéndose el día de la actualización de cuentas, con la persona que actualiza las cuentas, o en caso de que no pueda ir, se puede contactar telefónicamente con los administradores. Si ese es el caso, el administrador le pedirá los datos del cheque, y llamará al comprador para que valide la compra. Si el comprador la valida, se actualiza la cuenta.

- *Práctica 2: Las ofertas y demandas*

Existen tres instancias para ofrecer y demandar productos o servicios: a través del sitio web, a través de los boletines semanales y en las ferias mensuales.

En el sitio web todos los usuarios pueden ofrecer y demandar productos y servicios. En los boletines también pueden hacerlo todos los usuarios. En cambio, en las ferias sólo los negocios y la organización central pueden hacerlo.

- *Práctica 3: El sitio web*

Cada usuario del sistema tiene una cuenta de usuario en el sitio. En el sitio los usuarios pueden revisar el saldo de su cuenta, pueden realizar compras y confirmar ventas de productos y servicios. Además, pueden colocar su oferta de productos y servicios principales y de apoyo.

- *Práctica 4: Los boletines*

El boletín es semanal. Es un informe con las ofertas y demandas de la semana. Además, se indica cuales usuarios no pueden realizar compras durante la semana, para que los demás usuarios no acepten sus cheques y para que compren los productos y servicios de ese usuario. El boletín se envía vía mail a los correos electrónicos de los usuarios y se dejan boletines impresos en algunos negocios y en la organización central para que cualquier usuario pueda retirarlo. Además, en cada feria también se pueden retirar boletines impresos.

- *Práctica 5: La feria comercial*

La feria es un evento que se realiza una o dos veces al mes dependiendo de la cantidad de negocios que tenga el sistema. En cada feria los negocios tienen un stand donde pueden mostrar sus productos y servicios a los usuarios del sistema y a público general. En cada feria sólo pueden exhibir 250 negocios, por lo que los administradores tendrán definir qué negocios participan en cada feria para que todos los negocios puedan participar de las ferias y que los productos y servicios que se muestren sean diversos o de un mismo tipo (feria temática).

Prácticas de fortalecimiento de redes sociales

Práctica 1: El contrato

Todos los negocios que quieren participar tienen que firmar un contrato legal en que se establezca la producción a la que se compromete a ofrecer al sistema. También que establezca que sucede en caso de que no respeta sus compromisos de producción o incurre en prácticas no deseables como la falsificación de cheques. Puede establecer también el monto de la cuota que se paga mensualmente para seguir participando del sistema, o que se paga una sola vez.

Lo mismo sucede con los participantes, se firma el mismo contrato con la salvedad de que ellos no tienen un compromiso de producción.

Existen otras prácticas de fortalecimiento de redes sociales pero fueron descritas en fortalecimiento de redes económicas dado que tienen una doble función. Estas prácticas son: “Ofertas y demandas”, “el sitio web”, “los boletines” y “la feria comercial”.

8. METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE MONEDA COMPLEMENTARIA

En este capítulo se presenta la metodología de monedas complementarias que es la finalidad de este trabajo de memoria, y está dividido en cinco partes.

En la primera parte se presenta al actor principal de la metodología. En la segunda, se detalla cómo implementar el sistema de moneda complementaria y luego se muestra un diagrama general con cada una de las etapas de la metodología.

En cuarto lugar se detallan una serie de indicadores que dan cuenta de la dinámica del sistema de moneda complementaria que sirven para monitorear y tener mejor información a la hora de tomar decisiones.

Una vez definidos los indicadores se proponen herramientas para poder medirlos y se sugieren algunas estrategias para mejorar los resultados de cada uno de ellos.

8.1 Actor de la Metodología

Asesores Monetarios

Los asesores monetarios serán los encargados de implementar el sistema de moneda complementaria, y pertenecen a la empresa que instala monedas complementarias⁵⁴.

Características

Está formado por un equipo de profesionales capacitados en sistemas de moneda complementaria, que se agrupan en las siguientes áreas:

Tabla 7: Asesores Monetarios

Área	Descripción
Directiva	Ingenieros civiles industriales con conocimiento en sistemas de moneda complementaria. Su función es dirigir a los asesores monetarios y hacer que se desarrollen todas las etapas de la metodología.
Contable	Contadores con conocimientos en contabilidad de organizaciones de la economía solidaria. También debe tener conocimientos de contabilidad cuando se trata de descuentos, bonificaciones, regalos, programas de fidelidad, que pueden ser utilizados a través de internet y físicamente. Su función es determinar los aspectos contables que hay que tener en cuenta para el funcionamiento del sistema de monetario
Legal y Tributaria	Abogados con conocimientos y experiencias en organizaciones de la economía solidaria, que tenga conocimientos de los aspectos legales y tributarios de descuentos, bonificaciones, regalos, programas de fidelidad, que pueden ser utilizados a través de internet y físicamente. Su función es determinar los aspectos legales y tributarios que hay que tener en cuenta para el funcionamiento del sistema de monetario

⁵⁴ Pablos, F., 2010.

Económica	Ingenieros civiles industriales o ingenieros comerciales con conocimiento en sistemas de moneda complementaria. Su función es estudiar si la economía de la red de negocios permite realizar un sistema de moneda complementaria, y apoyar a establecer las condiciones económicas para que sea sustentable.
Marketing	Diseñadores y publicistas con un mínimo de 2 años de experiencia. Su función es apoyar a determinar la estrategia comunicacional adecuada para la instalación y funcionamiento del sistema monetario.
Informática	Programadores con conocimientos en páginas web y sistemas de pago en línea. Su función es apoyar el desarrollo del sistema de pago en línea del sistema monetario.
Operaciones	Ingenieros civiles industriales con conocimiento en sistemas de moneda complementaria. Su función es apoyar a determinar las características que tendrán las ferias.
Capacitación	Ingenieros civiles industriales con conocimiento en sistemas de moneda complementaria. Su función es capacitar a la organización central en caso de que quiera realizar la implementación del sistema monetario por su cuenta.

Fuente: Elaboración Propia.

Funciones

Dirigir la implementación del sistema de moneda complementaria.

Responsabilidades

Realizar un diagnóstico para evaluar si es posible realizar un sistema de moneda complementaria en una comunidad. Asesorar al equipo de desarrollo (encargado de implementar el sistema de moneda complementaria) y a los administradores (encargado de evaluar y controlar el sistema de moneda complementaria una vez que ya ha sido instalado).

8.2 Etapas de la metodología

La metodología está compuesta de las siguientes etapas:

1. **Diagnóstico:** Es el paso previo a la creación de un sistema de moneda complementaria. En esta etapa se evalúa la factibilidad de que la comunidad perteneciente a la localidad pueda utilizar un sistema de moneda complementaria. Para ello se analizan diversos aspectos de la comunidad, la localidad y la organización respaldante.
2. **Implementación:** Corresponde al proceso de creación de un modelo de moneda complementaria y su instalación dentro de la comunidad. Esta etapa termina cuando la moneda empieza a circular dentro de la comunidad.
3. **Sostenibilidad:** En esta etapa se desarrollan estrategias para que la comunidad use de mejor manera la moneda complementaria para que la moneda sea sostenible en el tiempo.

Ilustración 6: Etapas de la metodología

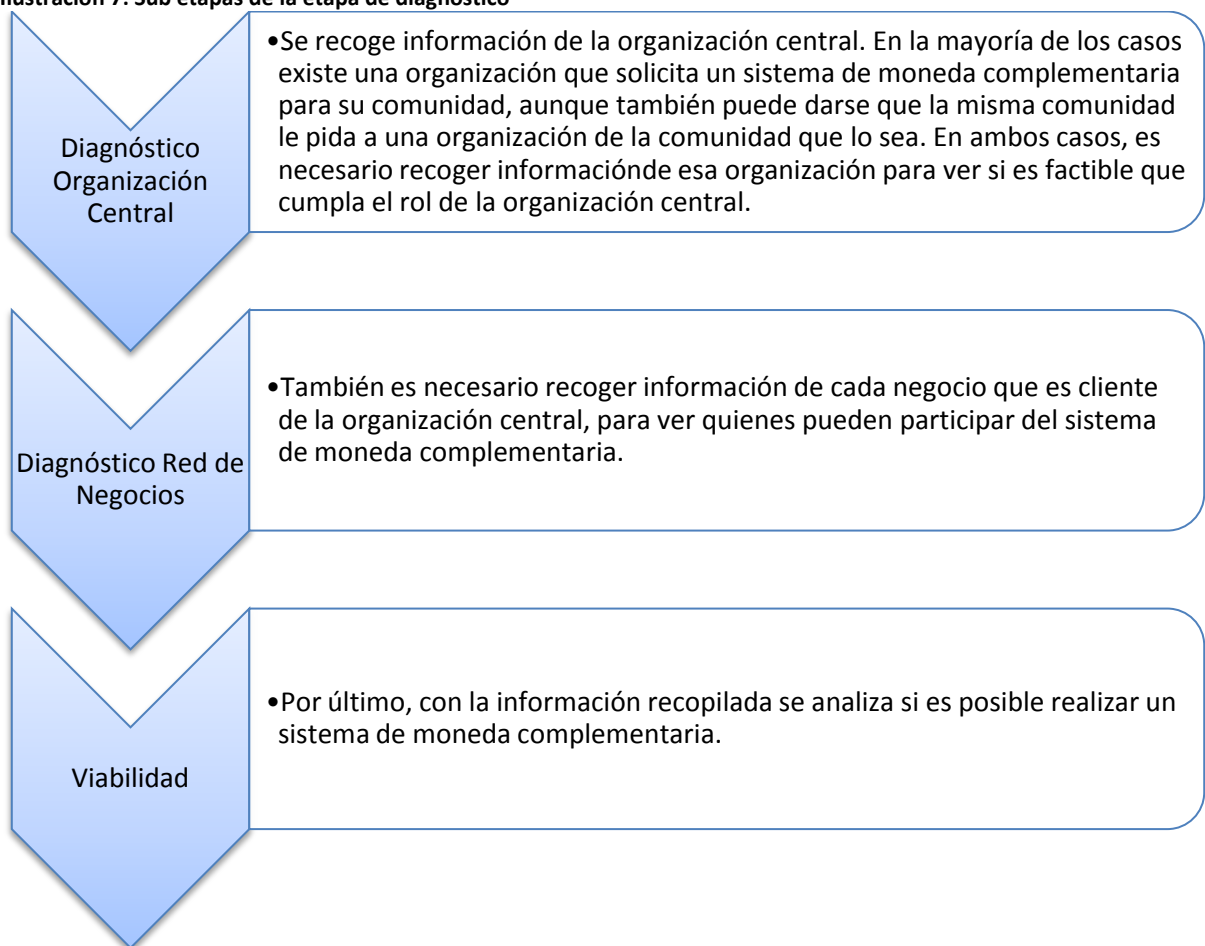


Fuente: Elaboración Propia.

8.2.1 Etapa de Diagnóstico

En esta etapa los asesores monetarios evalúan la viabilidad de crear un sistema de moneda complementaria. Para ello, los asesores monetarios evalúan tres ámbitos:

Ilustración 7: Sub etapas de la etapa de diagnóstico



Fuente: Elaboración Propia.

8.2.1.1 Diagnóstico Organización Central

Los asesores monetarios se reúnen con un representante de la organización central que tenga conocimiento de toda la organización (idealmente un gerente) y dependiendo del tipo de

organización que sea, se le consulta por información. El método para realizar este estudio es a través de una entrevista en la cual se llena un cuestionario con la siguiente información:

Microfinanciera y Capacitadora

Tabla 8: Variables Generales de diagnóstico de una microfinanciera y capacitadora

Variables Generales	
N° Clientes	Número de microempresarios que son clientes de la microfinanciera o capacitadora.
N° tipos de capacitaciones	Número de tipos de capacitaciones que realizan a sus clientes microempresarios.
N° de tipos de ferias	Número de ferias que realizan a sus clientes microempresarios.
N° Productos/ servicios	Número de productos/servicios que ofrecen a microempresarios.
Página web	Tiene página web o no.
Cuentas de usuario	Tiene cuentas de usuario de los clientes microempresarios.
N° programadores	Número de programadores que tiene la organización.
N° Boletines	Número de boletines que dan a sus clientes microempresarios.
Frecuencia Boletines	Promedio de veces por semana que se reparten los boletines.
N° Tiendas	Número de tiendas que tiene la organización.
N° Stands	Número de Stand que tiene la organización.
Frecuencia Stands	Promedio de veces a la semana que se colocan los stands.

Fuente: Elaboración Propia.

En caso que se realicen varios tipos de capacitaciones, se le pregunta por cada una de ellas.

Tabla 9: Variables de capacitación de una microfinanciera y capacitadora

Variables Capacitación	
Frecuencia Capacitación	Promedio de veces por semana que la organización realiza capacitaciones a clientes microempresarios.
N° en capacitación	Promedio de número de clientes microempresarios que asisten a las capacitaciones.
N° máximo en Capacitación	Promedio de número máximo de clientes microempresarios que pueden asistir a las capacitaciones, debido al tamaño del lugar donde se realiza la capacitación.
Lugar de capacitación	Tipo de lugar donde se realizan las capacitaciones.

Fuente: Elaboración Propia.

En caso de que realice ferias, se le pregunta por cada una de ellas.

Tabla 10: Variables de feria de una microfinanciera y capacitadora

Variables Feria	
Frecuencia Ferias	Promedio de veces al mes que la organización realiza este tipo de ferias a sus clientes microempresarios.
N° en Feria	Número promedio de clientes microempresarios que asisten a la feria.
Lugar de feria	Tipo de lugar donde se realiza la feria.

Fuente: Elaboración Propia.

Por cada producto/servicios que oferte al mercado tradicional:

Tabla 11: Variables de producción de una microfinanciera y capacitadora

Variables Producción	Característica
Producto	Descripción del producto o servicio
Tipo de Producto	Clasificación a la que corresponde el producto o servicio
Precio Producto	Precio en pesos del producto.

Fuente: Elaboración Propia.

ONG y Cooperativa

Tabla 12: Variables generales de una ONG y cooperativa

Variables Generales	
N° Clientes	Número de ONGs/cooperativas que son clientes de la ONG/cooperativa.
N° de tipos de ferias	Número de ferias que realizan a sus clientes ONGs/cooperativas.
N° Productos/ servicios	Número de productos/servicios que ofrecen a sus clientes ONGs/cooperativas.
Página web	Tiene página web o no.
Cuentas de usuario	Tiene cuentas de usuario de sus clientes ONGs/cooperativas.
N° programadores	Número de programadores que tiene la organización.
N° Boletines	Número de boletines que dan a sus clientes ONGs/cooperativas.
Frecuencia Boletines	Promedio de veces por semana que se reparten los boletines.
N° Tiendas	Número de tiendas que tiene la organización.
N° Stands	Número de Stand que tiene la organización.
Frecuencia Stands	Promedio de veces a la semana que se colocan los stands.

Fuente: Elaboración Propia.

En caso de que realice ferias, se le pregunta por cada una de ellas.

Tabla 13: Variables de feria de una ONG y cooperativa

Variables Feria	
Frecuencia Ferias	Promedio de veces al mes que la organización realiza este tipo de ferias a sus clientes ONGs/cooperativas.
N° en Feria	Número promedio de clientes ONGs/cooperativas que asisten a la feria.
Lugar de feria	Tipo de lugar donde se realiza la feria.

Fuente: Elaboración Propia.

Por cada producto/servicios que tenga:

Tabla 14: Variables de producción de una ONG y cooperativa

Variables Producción	Característica
Producto	Descripción del producto o servicio
Tipo de Producto	Clasificación a la que corresponde el producto o servicio
Precio Producto	Precio en pesos del producto.

Fuente: Elaboración Propia.

8.2.1.2 Diagnóstico Red de Negocios

Corresponde a los aspectos cuantitativos y cualitativos que hay que observar dentro de cada negocio de la red de negocios. Los aspectos cuantitativos son sobre su producción y los aspectos cualitativos corresponden al capital social de la red de negocios. El método para realizar este estudio es a través de una entrevista al gerente general del negocio. Se necesitan definir las variables principales que se deben considerar. Se recomienda hacer una entrevista semi

estructurada, con cuestionarios que dejen espacio para explayarse al consultado, ya que así se podrá profundizar más sobre algunos temas que sean de interés.

Por cada producto/servicios que tenga un negocio se obtiene la siguiente información:

Tabla 15: Variables de producción de la red de negocios

Variables Producción	Característica
Producto	Descripción del producto o servicio
Tipo de Producto	Clasificación a la que corresponde el producto o servicio
Precio Producto	Precio en pesos del producto.

Fuente: Elaboración Propia.

El caso del capital social es más complejo dado que no existe una sola forma de medirlo y no hay criterios establecidos para medirlo en este tipo de organizaciones⁵⁵. Sin embargo, podemos establecer las dimensiones en que se manifiesta (SUNKEL, G. 2003):

Tabla 16: Dimensiones del capital social

Dimensiones Capital Social	Característica
Participación en redes	Se refiere a las redes de relaciones entre individuos y grupos. Involucramiento con otras personas a través de asociaciones voluntarias y equitativas.
Reciprocidad	Combinación de altruismo de corto plazo e intereses personales en el largo plazo; la preocupación de la comunidad por los intereses del otro.
Confianza	Aceptación de riesgos, bajo el supuesto que las otras personas actuarán dentro de un rango de lo que se espera, ofertando apoyo mutuo, o a lo menos sin ánimo de causar daño.
Normas Sociales	Estas proveen un control social informal que obvia la necesidad de acciones legales e institucionalizadas. En general, no se encuentran escritas y operan de facto.
Proactividad	Aduce a un sentido de eficacia personal y colectivo. El capital social necesita que los usuarios, tengan un papel activo en su generación.

Fuente: MARÍN 2006

PARTICIPACIÓN EN REDES

Se realizarán las siguientes preguntas cerradas y abiertas a cada negocio:

Tabla 17: Preguntas cerradas de Participación en Redes

Preguntas Cerradas	Valores
¿Cuál es su antigüedad en la red?	Menos de tres meses Menos de seis meses Menos de un año Menos de dos años Más de dos años
¿Qué nivel de participación tiene en la red?	Alta/ Media/ Baja
¿Cuánto participan los otros integrantes en la red?	Mucho/ Normal/ Poco

Fuente: Elaboración Propia.

⁵⁵ Capital Social y Desarrollo Barrial en conjuntos de viviendas sociales SERVIU: Alcances para la formulación y análisis de la política habitacional. Carlos Marín E. 2006

Tabla 18: Preguntas abiertas de Participación en Redes

Preguntas Abiertas
¿Por qué se unió a la red?
¿Le gustaría tener mayor participación en la red?
¿Le gustaría que los otros integrantes participaran más en la red?
¿Participa en actividades fuera de la red, con integrantes de la red?
¿Le gustaría participar en otras actividades con gente de la red?
¿Qué tipo de relación tiene con los integrantes de la red (Amistosa, Laboral, Vecinal, Familiar, etc.)?
¿Qué tipo de relación le gustaría tener con los integrantes de la red?
¿Participa de otras redes?

Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida, el asesor monetario califica la participación del negocio con las siguientes variables.

Tabla 19: Variables de Participación en Redes

Variables	Descripción	Valores
Participación	Cuán involucrado se siente en la red	Bajo/ Medio/ Alto
Conocimiento	Cuánto conoce a los integrantes de la red	Bajo/ Medio/ Alto
Vinculación	Considera a la red como un espacio para vincularse afectivamente con los demás	Bajo/ Medio/ Alto

Fuente: Elaboración Propia.

El criterio para calificar las variables es subjetivo y obedece a las características particulares de cada comunidad. Aquí se presenta un criterio general de calificación:

Tabla 20: Criterios y valores de las variables de Participación en Redes

Variables	Criterios	Valores
Participación	La antigüedad es de menos de tres meses. Tiene una baja participación en la red. No le gustaría participar más de la red.	Bajo
	Le gustaría participar más de la red. Tiene relaciones no solamente laborales con los integrantes de la red.	Medio
	Tiene un nivel alto de participación en la red. Le gusta participar de la red. Participa en actividades fuera de la red. Participa en otras redes.	Alto
Conocimiento	La antigüedad es de menos de tres meses. Participa poco de la red. No tiene relaciones que no sean laborales con los integrantes de la red	Bajo
	Tiene relaciones no solamente laborales con los integrantes de la red. Participa en otras actividades con gente de la red.	Medio
	Tiene mucho tiempo en la red, y conoce a la mayoría de la gente de la red. Tiene alta participación en la red.	Alto
Vinculación	Tiene muy poco tiempo en la red, menos de 3 meses. Y no tiene relaciones que no sean laborales.	Bajo
	Tiene relaciones no laborales con gente de la red. Le gustaría participar más con la gente de la red y fuera de la red.	Medio
	Tiene relaciones no laborales con gente de la red. Participa mucho dentro y fuera de la red.	Alto

Fuente: Elaboración Propia.

RECIPROCIDAD

Se realizarán las siguientes preguntas cerradas y abiertas a cada negocio:

Tabla 21: Preguntas cerradas de Reciprocidad

Preguntas Cerradas	Valores
¿Cuánto ha ayudado a la red?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto le ha ayudado la red a usted?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto interés tiene la red en ayudarlo?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto interés tiene usted en ayudarlo a la red?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto ha ayudado a la organización central?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto le ha ayudado la organización central a usted?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto interés tiene la organización central en ayudarlo?	Mucho/ normal/ poco
¿Cuánto interés tiene usted en ayudarlo a la organización central?	Mucho/ normal/ poco

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 22: Preguntas abiertas de Reciprocidad

Preguntas Abiertas
¿Cree que la red busca ayudarlo?
¿Cree que la red le ha ayudado?
¿Cree que la red le puede ayudar?
¿Cree que usted le ayuda a la red?
¿Cree que la red le puede ayudar a más gente?
¿Cree que la organización central busca ayudarlo?
¿Cree que la organización central le ha ayudado?
¿Cree que la organización central le puede ayudar?
¿Cree que usted le ayuda a la organización central?
¿Cree que la organización central le puede ayudar a más gente?

Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida, el asesor monetario califica la reciprocidad negocio con las siguientes variables.

Tabla 23: Variables de Reciprocidad

Variables	Descripción	Valores
Reciprocidad Organización central	Cuánto es el nivel de ayuda de la organización central	Bajo/ Medio/ Alto
Reciprocidad red de negocios	Cuánto es el nivel de ayuda la red de negocios	Bajo/ Medio/ Alto

Fuente: Elaboración Propia.

El criterio para calificar las variables es subjetivo y obedece a las características particulares de cada comunidad. Aquí se presenta un criterio general de calificación:

Tabla 24: Criterios y valores de las variables de Reciprocidad

Variables	Criterios	Valores
Reciprocidad Organización central	La organización no ayuda a la red de negocios y no tiene interés de hacerlo	Bajo
	La organización no ayuda a la red de negocios aunque tiene interés de hacerlo	Medio
	La organización ayuda a la red de negocios y tiene interés de hacerlo	Alto
Reciprocidad red de negocios	En la red de negocios no se ayudan y no tiene interés de hacerlo	Bajo
	En la red de negocios no se ayudan aunque tiene interés de hacerlo	Medio
	En la red de negocios se ayudan y tiene interés de hacerlo	Alto

Fuente: Elaboración Propia.

CONFIANZA

Se realizarán las siguientes preguntas cerradas y abiertas a cada negocio:

Tabla 25: Preguntas Cerradas de Confianza

Preguntas Cerradas	Valores
¿Nivel de confianza entre las personas de la red?	Alto/ medio/ bajo
¿Cree que las personas de la red confían en usted?	Mucho/ normal/ poco
¿Cree que las personas de la organización central confían en usted?	Mucho/ normal/ poco
¿Confía en las demás personas de la red?	Mucho/ normal/ poco
¿Confía en la organización central?	Mucho/ normal/ poco

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 26: Preguntas Abiertas de Confianza

Preguntas Abiertas
¿A cuántas personas de la red no tendría problemas de prestar dinero si lo tuviera?
¿Cuántas personas de la red le prestarían dinero a usted si lo tuvieran y usted lo necesitara?
¿Cree que la gente confía en la red y en la organización central? ¿Por qué?
¿Cree que hay gente en la red que se aprovecha de la red y de la organización central? ¿Por qué?
¿Cree que conoce a las personas de la red? ¿Son como usted? ¿Tienen los mismos valores?
¿Cree que las personas de la red o la organización central se aprovecharían de usted si pudieran?
¿Cree que las personas de la red o la organización central la ayudarían si pudieran?

Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida, el asesor monetario califica la confianza del negocio con las siguientes variables.

Tabla 27: Variables de Confianza

Variables	Descripción	Valores
Confianza en la organización central	Nivel de confianza en la organización central.	Bajo/ Medio/ Alto
Confianza en la red de negocios	Nivel de confianza en la red de negocios.	Bajo/ Medio/ Alto

Fuente: Elaboración Propia.

El criterio para calificar las variables es subjetivo y obedece a las características particulares de cada comunidad. Aquí se presenta un criterio general de calificación:

Tabla 28: Criterios y valores de las variables de Confianza

Variables	Criterio	Valores
Confianza en la organización central	El negocio no tiene confianza en la organización central.	Bajo
	El negocio confía en la organización central.	Medio
	El negocio confía mucho la organización central y la organización central confía en el negocio.	Alto
Confianza en la red de negocios	El negocio no tiene confianza en la red de negocios.	Bajo
	El negocio confía en la red de negocios.	Medio
	El negocio confía mucho la red de negocios y la red confía en el negocio.	Alto

Fuente: Elaboración Propia.

NORMAS SOCIALES

Se realizarán las siguientes preguntas abiertas a cada negocio:

Tabla 29: Preguntas abiertas de Normas Sociales

Preguntas Abiertas
¿Cree que es necesario un contrato para que la gente de la red respete sus compromisos? ¿Por qué?
¿Cree que es necesario un contrato para que la organización central respete sus compromisos? ¿Por qué?

Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida, el asesor monetario califica las normas sociales del negocio con las siguientes variables.

Tabla 30: Variables de Normas Sociales

Variables	Descripción	Valores
Compromiso Organización central	Nivel de compromiso de la organización central.	Bajo/ Medio/ Alto
Compromiso red de negocios	Nivel de compromiso de la red de negocios.	Bajo/ Medio/ Alto

Fuente: Elaboración Propia.

El criterio para calificar las variables es subjetivo y obedece a las características particulares de cada comunidad. Aquí se presenta un criterio general de calificación:

Tabla 31: Criterio y valores de las variables de Normas Sociales

Variables	Criterio	Valores
Compromiso Organización central	Se necesita un contrato para que la organización central respete sus compromisos.	Bajo
	La organización central cumple sus compromisos. A veces se necesita un contrato para que la red de negocios crea en los compromisos de la organización central.	Medio
	No se necesita un contrato para que la organización central respete sus compromisos.	Alto
Compromiso red de negocios	Se necesita un contrato para que se respeten los compromisos de la red.	Bajo
	A veces la red cumple sus compromisos.	Medio
	No se necesita un contrato para que la red respete sus compromisos.	Alto

Fuente: Elaboración Propia.

PROACTIVIDAD

Se realizarán las siguientes preguntas abiertas a cada negocio:

Tabla 32: Preguntas abiertas Proactividad

Preguntas Abiertas
¿Cree que la organización central realiza una buena gestión de la red? ¿Por qué?
¿Cree que la organización central cumple los objetivos que se propone? ¿Por qué?
¿Cree que los usuarios de la red están aprovechando la red? ¿Por qué?
¿Cree que la red cumple los objetivos que se propone? ¿Por qué?
¿Cree que su negocio cumple los objetivos que se propone en la red? ¿Por qué?
¿Cree que su negocio aprovecha la red? ¿Por qué?

Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida, el asesor monetario califica las normas sociales del negocio con las siguientes variables.

Tabla 33: Variables de Proactividad

Variables	Descripción	Valores
Proactividad Organización central	Nivel de proactividad de la organización central.	Bajo/ Medio/ Alto
Proactividad red de negocios	Nivel de proactividad de la red de negocios.	Bajo/ Medio/ Alto
Proactividad Negocio	Nivel de proactividad del negocio.	Bajo/ Medio/ Alto

Fuente: Elaboración Propia.

El criterio para calificar las variables es subjetivo y obedece a las características particulares de cada comunidad. Aquí se presenta un criterio general de calificación:

Tabla 34: Criterios y valores de las variables de Proactividad

Variables	Criterio	Valores
Proactividad Organización central	La organización central no cumple sus objetivos.	Bajo
	La organización central cumple sus objetivos aunque tiene problemas.	Medio
	La organización central cumple sus objetivos y tiene una buena gestión.	Alto
Proactividad red de negocios	La red de negocios no cumple sus objetivos.	Bajo
	Los negocios cumplen sus objetivos pero desaprovechan la red.	Medio
	La red de negocios cumple sus objetivos y tiene una buena gestión. Los negocios aprovechan la red.	Alto
Proactividad Negocio	El negocio no cumple sus objetivos.	Bajo
	El negocio cumple sus objetivos aunque tiene problemas.	Medio
	El negocio cumple sus objetivos y tiene una buena gestión.	Alto

Fuente: Elaboración Propia.

8.2.1.3 Viabilidad

En esta etapa tenemos que responder si es posible o no realizar un sistema de moneda complementaria para la organización y su red de negocios con esta metodología. Es por ello que con la información obtenida en los diagnósticos, los asesores monetarios califican la viabilidad en las siguientes variables:

Tabla 35: Variables de Viabilidad microfinanciera y capacitadora

Microfinanciera y Capacitadora	Descripción	Valores
Participación en redes	Cantidad de negocios con el capital social de participación mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-50/ 50-500/ 500-2000/ 2000-más
Reciprocidad	Cantidad de negocios con el capital social de reciprocidad mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-50/ 50-500/ 500-2000/ 2000-más
Confianza	Cantidad de negocios con el capital social de confianza mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-50/ 50-500/ 500-2000/ 2000-más
Normas Sociales	Cantidad de negocios con el capital social de normas sociales mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-50/ 50-500/ 500-2000/ 2000-más
Proactividad	Cantidad de negocios con el capital social de proactividad mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-50/ 50-500/ 500-2000/ 2000-más

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 36: Variables de Viabilidad ONG y capacitadora

ONGs y cooperativas	Descripción	Valores
Participación en redes	Cantidad de negocios con el capital social de participación mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-20/ 20-80/ 80-más
Reciprocidad	Cantidad de negocios con el capital social de reciprocidad mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-20/ 20-80/ 80-más
Confianza	Cantidad de negocios con el capital social de confianza mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-20/ 20-80/ 80-más
Normas Sociales	Cantidad de negocios con el capital social de normas sociales mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-20/ 20-80/ 80-más
Proactividad	Cantidad de negocios con el capital social de proactividad mínimo para instalar un sistema de moneda complementaria	0-20/ 20-80/ 80-más

Fuente: Elaboración Propia.

La forma de medir estas variables para los cuatro tipos de organizaciones es la siguiente:

Tabla 37: Formas de medición de las variables de Viabilidad

Variables	Forma de medición
Participación	Min{# de negocios con participación media y alta, # de negocios con conocimiento medio y alto, # de negocios con vinculación medio y alto}
Reciprocidad	Min{# de negocios con reciprocidad organización central media y alta, # de negocios con reciprocidad red de negocios medio y alto}
Confianza	Min{# de negocios con confianza en la organización central media y alta, # de negocios con confianza en la red de negocios medio y alto}
Normas Sociales	Min{# de negocios con compromiso organización central media y alta, # de negocios con compromiso red de negocios medio y alto}
Proactividad	Min{# de negocios con productividad organización central media y alta, # de negocios con productividad red de negocios medio y alto, # de negocios con productividad negocio medio y alto}

Fuente: Elaboración Propia.

Y el criterio para decidir si es posible realizar un sistema de moneda complementaria es el siguiente:

Tabla 38: Criterio de Viabilidad microfinanciera y capacitadora

Viabilidad Micorfinancieras y Capacitadoras	
No es viable	Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} < 50$ o Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} > 2000$
Es viable	Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} > 50$ y $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} < 2000$

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 39: Criterio de Viabilidad ONG y cooperativa

Viabilidad ONGs y Cooperativas	
No es viable	Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} < 20$ o Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} > 80$
Es viable	Si $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} > 20$ y $\min\{\text{Participación, Reciprocidad, Confianza, Normas Sociales, Proactividad}\} < 80$

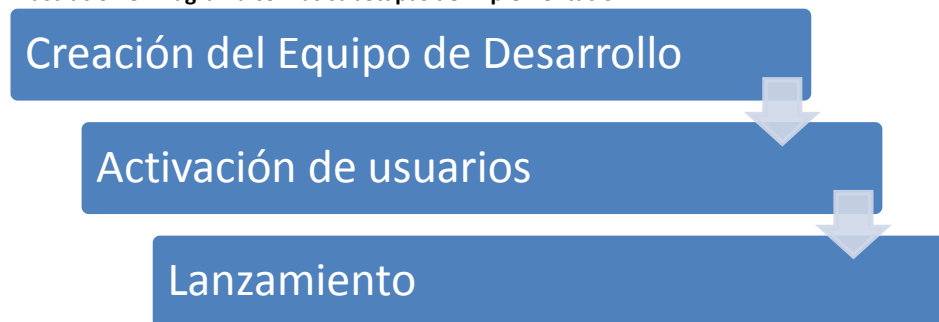
Fuente: Elaboración Propia.

En caso de que no sea viable implementar un sistema de moneda complementaria se le informa a la organización central y se le da un informe explicando las razones del por qué.

8.2.2 Etapa de Implementación

En esta etapa se implementa el sistema de moneda complementaria. Se distinguen tres sub etapas:

Ilustración 8: Diagrama con las subetapas de implementación



Fuente: Elaboración Propia.

8.2.2.1 Creación de Equipo de Desarrollo

El equipo de desarrollo está formado por las siguientes áreas:

- **Difusión:** Está encargada de difundir, promocionar y educar sobre las monedas complementarias y el sistema de moneda complementaria que se va a desarrollar.
- **Soporte:** Está encargada de desarrollar los canales que tendrá el sistema monetario (Página web, boletines, publicidad), y producir una feria de lanzamiento.
- **Capacitación:** Está encargada de capacitar a los usuarios del sistema en temas contables, legales y tributarios. Además, capacitarán sobre cómo usar la moneda.
- **Evaluación Financiera:** Está encargada de evaluar económicamente a la red de negocios para ver las condiciones a las cuales tendrán que comprometerse los negocios para participar del sistema de moneda complementaria.
- **Dirección:** Está encargada de dirigir a las otras áreas.

Los integrantes que componen estas áreas, pertenecen a la organización central y a los asesores monetarios. Las cantidades requeridas por cada área son las siguientes:

- Área de difusión: Se necesita un asesor monetario del área de marketing para que dirija esta área. Los otros integrantes son diseñadores y publicistas de la organización central. El mínimo requerido es un publicista y un diseñador para una red de negocios de hasta 500 negocios. Para redes de negocios mayores se necesitan dos diseñadores y dos publicistas. En caso de que la organización central no los tenga, tienen que ser remplazados por asesores monetarios del área de marketing.
- Área de Soporte: Se necesita un asesor monetario del área de informática y uno del área de operaciones para que dirijan esta área. Los otros integrantes son programadores y ejecutivos del área de operaciones de la organización central. El mínimo requerido es un programador y dos ejecutivos para una red de negocios de hasta 500 negocios. Para redes de negocios mayores se necesita un programador y cuatro ejecutivos. En caso de que la organización central no los tenga, tienen que ser remplazados por asesores monetarios.
- Área de capacitación: Se necesita un asesor monetario del área de capacitación para que dirija esta área. Los otros integrantes son ejecutivos del área comercial de la organización central. El mínimo requerido son dos ejecutivos para una red de negocios de hasta 500 negocios. Para redes de negocios mayores se necesitan cuatro ejecutivos. En caso de que la organización central no los tenga, tienen que ser remplazados por asesores monetarios del área de capacitación.
- Área de Evaluación Financiera: Se necesita un asesor monetario del área económica para que dirija esta área. Los otros integrantes son ejecutivos del área financiera de la organización central. El mínimo requerido son dos ejecutivos del área financiera para una red de negocios de hasta 500 negocios. Para redes de negocios mayores se necesitan cuatro ejecutivos. En caso de que la organización central no los tenga, tienen que ser remplazados por asesores monetarios del área de capacitación.
- Área de Evaluación Financiera: Se necesita un asesor monetario del área económica para que dirija esta área. Los otros integrantes son ejecutivos del área financiera de la organización central. El mínimo requerido son dos ejecutivos del área financiera para una red de negocios de hasta 500 negocios. Para redes de negocios mayores se necesitan cuatro ejecutivos. En caso de que la organización central no los tenga, tienen que ser remplazados por asesores monetarios del área de capacitación.
- Área de Dirección: Se necesita un asesor monetario del área directiva.

8.2.2.2 Activación

En esta etapa se prepara a los negocios para usar el sistema de moneda complementaria. Este proceso se realiza en tres sub etapas:

Sub Etapa 1: Invitación

Para que los negocios participen del sistema, el equipo de desarrollo (área de difusión) junto con la organización central debe invitarlos a participar. Esto se realiza de la siguiente forma:

1. La organización central se contacta con cada negocio y lo invita a participar de una o varias actividades en la que le hablarán de las monedas complementarias.
2. En esta actividad, que tiene una duración de tres horas y donde habrán reunidos 30 negocios como máximo, se les hablará de las monedas complementarias.
 - a. Que son las monedas complementarias
 - b. Beneficios de las monedas complementarias
 - c. Ejemplos de las monedas complementarias
 - d. Requisitos para tener una moneda complementaria
3. Una vez que ya están informados de cómo participar del sistema de moneda complementaria, los negocios que quieren participar se inscriben en una lista. Si hay pocos negocios inscritos se vuelve a reunir a la gente, y se realiza una actividad similar para cautivar a los negocios.

Cuando hay una cantidad de negocios inscrita mínima requerida por cada tamaño de red de negocios se continúa con la siguiente sub etapa. (ver figura)

Tabla 40: Cantidad requerida microfinanciera y capacitadora

Microfinanciera y Capacitadora	Cantidad mínima requerida
50-500 negocios	50% de la cantidad de negocios y que sea superior a 50 negocios.
500-2000 negocios	50% de la cantidad de negocios y que sea superior a 500 negocios.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 41: Cantidad requerida ONG y cooperativa

ONGs y Cooperativas	Cantidad mínima requerida
20-80 negocios	50% de la cantidad de negocios y que sea superior a 20 negocios.

Fuente: Elaboración Propia.

Sub etapa 2: Evaluación Financiera

Una vez que hay una cantidad de negocios inscritos suficiente, el equipo de desarrollo debe evaluar la oferta y la demanda de cada uno de ellos. La forma de hacerlo es la siguiente:

Levantamiento de Información

La organización central junto al equipo de desarrollo se juntan con los negocios en grupos de 30 negocios, y tienen una reunión de tres horas, donde se hace un levantamiento de información. De cada negocio se obtiene la siguiente información:

Tabla 42: Aspectos del levantamiento de información

Información	Descripción
Estado de Resultado	Cada negocio debe llevar su estado de resultados de un año hasta la fecha. En caso de que su negocio no tenga antigüedad mayor a un año, debe llevar el estado de resultado de su antigüedad.
Producción Mensual	Cantidad de producto/servicio que produce semanalmente por cada producto/servicio.
Capacidad ociosa	Cantidad que está dispuesto a producir extra semanalmente de lo que ya produce, para venderlo a la red de negocios inscritos.
Descuento	Cantidad del precio de su producto que se podrá pagar en moneda complementaria.
Intenciones de Consumo	Cantidad de producto/servicio que consumiría semanalmente por cada producto/servicio de la red de negocios inscritos. (Considerando que el descuento, cantidad que se paga en moneda complementaria, será del 10% para todo los productos)

Fuente: Elaboración Propia.

El equipo de desarrollo debe ayudar al negocio a establecer la capacidad ociosa y el descuento, para ello tiene en consideración lo siguiente:

- **Descuento:** El descuento que realice tiene que generar una cantidad de dinero en pesos que le permita cubrir los gastos de producción y el pago de IVA por cada producto.
- **Capacidad ociosa:** La cantidad que está dispuesto a producir extra semanalmente de lo que ya produce, para venderlo a la red de negocios inscritos, está limitada por sus utilidades. No puede gastar en producir una cantidad de productos extras que sea superior a sus utilidades.

Evaluación de la Información

Una vez que la información anterior está definida, el equipo de desarrollo establece un tope de endeudamiento para cada negocio inscrito y el precio recomendado de venta de sus productos en el sistema.

Tope de endeudamiento

El tope de endeudamiento se refiere a la cantidad de moneda complementaria en que puede endeudarse un negocio. Para calcularlo se toman en cuenta dos aspectos:

1. **Ventas potenciales:** Es el mínimo entre la producción que está dispuesto a ofrecer el negocio al sistema y la demanda que tiene el sistema de ese producto/servicio (puede ser productos/servicios que son capacidad ociosa, o parte de lo que ofrece en el mercado tradicional). Según esa cantidad y el precio del producto en moneda complementaria, el tope de endeudamiento correspondiente a ventas potenciales es el producto entre la cantidad del producto/servicio y el precio en moneda complementaria. (cantidad x precio)
2. **Ventas de productos/servicios de apoyo:** Cada negocio también puede ofrecer servicios que no correspondan al core de su negocio, pero que apoyen en la cadena de valor a otros negocios. El tope de endeudamiento correspondiente a este aspecto es igual al promedio de endeudamiento por ventas potenciales.

Precio de venta recomendado

Se recomienda un precio de venta que permita mayor circulación y que tiene las siguientes consideraciones para fijarlo:

- Si las intenciones de consumo de su producto/servicio son muy bajas:
 1. Se le recomienda al negocio que ofrezca su producto/servicio al mismo precio, pero pagando más con moneda complementaria, es decir que disminuya la cantidad de dinero nacional del precio.
 2. Si no quiere bajar la cantidad de dinero nacional del precio, se le recomienda que disminuya el precio, disminuyendo la cantidad de moneda complementaria del precio.
- Si las intenciones de consumo de su producto/servicio son muy altas y el total de sus intenciones de consumo son bajas:
 1. Se le recomienda que suba el precio de su producto/servicio, en dinero nacional o moneda complementaria, ya que si no acumulará moneda complementaria y no tendrá en qué gastarla.
- Si se trata de productos/servicios de apoyo, no se les recomienda un precio de venta.

Sub Etapa 3: Compromiso

Todos estos negocios firman un contrato en el que se establecen los términos en que un negocio pertenece al sistema. Este contrato debe establecer las responsabilidades del negocio y del administrador del sistema. En general, el contrato contiene lo siguiente:

- Capacidad ociosa que va entregar el negocio al sistema de moneda complementaria.
- Pago en dinero nacional que paga el negocio al administrador mensualmente por pertenecer al sistema.
- Condiciones en que un negocio deja de pertenecer al sistema de moneda complementaria. (Puede ser porque no ofrece capacidad ociosa al sistema, o está sobre endeudado por un tiempo considerable, o porque no paga la mensualidad al administrador, porque falsifica cheques, etc.)

Sub Etapa 4: Desarrollo de Canales y Capacitación

Desarrollo de Canales

El equipo de desarrollo (área de soporte) debe generar los medios por los cuales el sistema funcionará, estos son:

- Pagina web: La página web será el medio donde se podrán publicar las ofertas y además se podrán realizar las compras. La página web debe estar funcionando en todo momento y debe contener lo siguiente:
 - ✓ Cuentas de usuario: Cada usuario debe tener una cuenta a la que ingresa con una clave secreta. En su cuenta debe poder revisar el saldo de moneda complementaria que tiene.
 - ✓ Pago en línea: Cada usuario debe poder realizar pagos en línea con moneda complementaria.
 - ✓ Listado de ofertas: Se debe poder ver las ofertas que hay en el sistema
 - ✓ Poder agregar ofertas: Cada usuario debe tener la posibilidad de agregar ofertas al sistema, y quitar ofertas.
- Boletines: Contendrán las ofertas semanales del sistema. Se enviarán a los correos electrónicos de los usuarios y habrán algunos boletines impresos que estarán disponibles en algunos negocios y en la organización central.
 - ✓ Productos/Servicios principales: Debe contener el listado de productos que se ofrecen en el sistema semanalmente junto con su precio, en dinero nacional y moneda complementaria. Además, se debe decir donde se pueden conseguir.
 - ✓ Productos/Servicios de apoyo: Debe contener un listado con todos los servicios de apoyo que se necesitan y se ofrecen en la semana. Además, debe decir el precio y la forma de contactarse.
- Cheques: Son los medios físicos por los cuales se podrán realizar compras en el sistema.
 - ✓ Seguridad: Cada cheque debe tener alguna forma de evitar que se falsifiquen. Una forma es que cada cheque tenga un código de identificación. Si un cheque tiene el mismo código que otro, uno de ellos es falso. Si un cheque tiene un código no registrado significa que es falso. Además, los administradores deben tener el registro de todos los cheque (códigos) que tiene cada usuario.
 - ✓ Cantidad por usuario: Cada usuario tiene una cantidad mínima de 100 cheques mensuales. Si se le acaban, puede solicitar 100 cheques más todas las veces que sea necesario.
- Ferias: Se necesita un lugar para realizar los encuentros de los usuarios en donde ofrezcan sus productos/servicios.
 - ✓ Lugar: Debe ser un lugar habilitado para la cantidad de gente que se va a reunir: usuarios y público general.
 - ✓ Stand: Cada negocio designado para la feria debe contar con un stand en el que pueda ofrecer sus productos y servicios.

- ✓ Difusión: Se debe difundir la realización de la feria para los usuarios y el público en general.

Capacitaciones

Una vez que los negocios han firmado el contrato, es necesario capacitarlos para utilizar el sistema. Para ello, el equipo de desarrollo se contacta con cada negocio y lo invita a las capacitaciones.

En esta actividad, que tiene una duración de tres horas y donde habrán reunidos 30 negocios como máximo, se les capacitará en lo siguiente:

- ¿Cómo comprar y vender en este sistema (físicamente y a través de internet)?
- ¿Cómo ofrecer sus productos/servicios en este sistema?
- ¿Cómo ofrecer sus servicios de apoyo en este sistema?
- ¿Cómo participar de las ferias?
- ¿Cómo actualizar las cuentas?
- ¿Cómo llevar la contabilidad de la capacidad ociosa?⁵⁶

Esta actividad se podría repetir con algunos negocios dependiendo de si el equipo de desarrollo encuentra que es necesario.

8.2.2.3 Lanzamiento

Cuando está capacitada la red de negocios, el equipo de desarrollo realiza la primera feria de lanzamiento. Las etapas para realizarla son las siguientes:

- Creación de cuentas de usuario: Se necesita un sistema electrónico que registre por cada usuario el monto de moneda complementaria que tiene.
- Entrega de cheques a los usuarios: A cada negocio se le hace entrega de 100 cheques.
- Difusión del evento: Se informa a cada negocio de la realización de la feria.
- Realización del evento: Se realiza la feria.

8.2.3 Etapa de Sostenibilidad

Una vez que ya ha empezado a circular la moneda complementaria, el administrador debe generar actividades para mantener circulando la moneda.

⁵⁶ Anexo 2: Aspectos legales y tributarios.

- *Administrador*

Lo primero que sucede es que el equipo de desarrollo pasa a cumplir el rol de administrador. Si la administración es interna, los asesores monetarios se retiran del equipo. Si la administración es externa, los profesionales de la organización central se retiran del equipo. Dependiendo del tamaño del sistema, podrían integrar gente de su organización o retirar.

- *Página web*

Los administradores deben actualizar la información de la página web y controlar el contenido. La página debe ser un medio informativo de la realización de ferias y de las ofertas del sistema. Los administradores deben evaluar el uso que tienen los usuarios de la página y crear estrategias en caso de que sea necesario modificar esos resultados. En general, será conveniente que las transacciones sean a través de internet, pero puede suceder que hacerlo físicamente genere externalidades positivas.

- *Boletines*

Los administradores deben desarrollar un boletín semanal. Se debe enviar un boletín electrónico al correo electrónico de cada usuario. Además, se podrán adquirir boletines (impresos) en algunos negocios y en la organización central. El boletín debe contener:

1. Oferta de Productos y servicios de la semana
2. Oferta de servicios de apoyo
3. Demanda de servicios de apoyo
4. Precio de cada uno: dinero nacional y moneda complementaria
5. Forma de pago: dinero nacional y moneda complementaria
6. Forma de compra: Si es con reservación o sin reservación. Se debe indicar la forma de reservar (ejemplo: llamar por teléfono)

- *Ferias Mensuales*

Los administradores tienen que organizar esta actividad. Las ferias son los espacios en que se reúnen los usuarios del sistema de moneda complementaria. En ellas, los negocios que participan de cada feria tienen la posibilidad de vender su capacidad ociosa a los usuarios del sistema, y vender sus productos/servicios a público general. Para realizar cada feria, se tiene en cuenta lo siguiente:

1. Frecuencia: Si el sistema tiene menos de 500 negocios se realizará una feria al mes con un máximo de 250 negocios por cada feria. Si el sistema tiene más de 500 negocios se

realizarán dos ferias al mes con un máximo de 250 negocios, una feria cada dos semanas. Si la demanda de ferias es mayor, se puede aumentar el número de ferias al mes.

2. Negocios por feria: Se buscará que en cada feria los productos/servicios sean diversos, es por ello que los administradores designan que negocios participarán en cada feria, de manera que también se produzca rotación y todos los negocios del sistema participen de las ferias.
3. Capacitación: Para los sistemas en que se incluyen los empleados de la red de negocios como usuarios del sistema, en cada feria se realizarán capacitaciones para ellos, se les creará una cuenta de usuario y se les entregarán cheques. Ellos sólo pueden ofrecer y demandar servicios de apoyo.

- *Actualización de cuentas*

La actualización de cuentas se realiza semanalmente y se hace de tres formas:

1. Electrónicamente: Cada vez que un negocio o participante quiere efectuar una compra, envía una solicitud de compra al vendedor a través del sitio web. Una vez que el vendedor acepta la solicitud de compra, las cuentas del comprador y vendedor se actualizan automáticamente.
2. Físicamente: Una vez a la semana, las personas que no realicen sus compras y ventas por internet, tendrán que ir a un lugar designado dentro de un horario determinado, para entregar los cheques. En ese lugar habrá una persona de la administración que recibirá los cheques y actualizará las cuentas de los usuarios. Si la cantidad de negocios es superior a 500, habrán tres lugares para realizar las actualizaciones. Si es inferior a 500, habrá un lugar solamente. También, los usuarios que hayan acabado sus cheques podrán ir a buscar nuevos cheques.
3. Telefónicamente: Cuando el usuario no puede utilizar las formas anteriores, se puede contactar telefónicamente a un teléfono de la administración para actualizar su cuenta. Para ello debe dar los datos del cheque que son verificados por el sistema. Si los datos del cheque son coherentes, se llama al emisor del cheque para verificar la compra.

- *Renovación de la red de negocios*

Los administradores integrarán negocios de la red de negocios que todavía no se integran, y sacarán a los negocios que no cumplan sus compromisos. Para ello, se realizarán capacitaciones a negocios que serán iguales a los de la etapa de Activación, Sub etapa 4: Desarrollo de canales y capacitación.

- *Integración de los Participantes*

En la realización de las ferias, los empleados de la red de negocios que pertenecen al sistema podrán ser parte del sistema de moneda complementaria. Para ello tienen que hacer lo siguiente:

1. Inscribirse en las capacitaciones que se realizarán en las ferias.
 2. Una vez que ha hecho la capacitación, tiene que firmar un contrato en el que se compromete a respetar las condiciones del sistema.
 3. Se establece un tope de endeudamiento que es igual a la mitad del valor promedio de ventas potenciales de los negocios. (este valor es fijo y se estableció en la evaluación financiera de los negocios).
 4. Se le entregan los 100 cheques, correspondientes al mes de inscripción.
 5. Se le crea la cuenta de usuario.
- *Actualización de tope de endeudamiento*
-

Los administradores tienen que evaluar la oferta y demanda de productos/servicios principales y secundarios que tienen los negocios. Con la información de las transacciones y de los montos de las cuentas monetarias, tienen que ver que cada negocio no se endeude y no acumule moneda complementaria. Si un negocio acumula moneda complementaria, significa que deja de adquirir productos y servicio del sistema. Por otro lado, si se endeuda, el monto de transacción se disminuye por lo que se adquieren menos productos y servicios del sistema. El administrador tiene que regular que lo que cada negocio adquiera del sistema sea similar a lo que el sistema adquiera del negocio. Mientras más similar sean, el sistema funcionará mejor.

Es por ello que los administradores tienen que evaluar semana a semana el estado de cada negocio y tomar decisiones:

Negocio con Acumulación

Si un negocio (o la organización central) tiene una acumulación sostenida durante un periodo de tiempo, es decir, tiene inmovilizada una cantidad de moneda complementaria que no ha utilizado por:

- 2 semanas: Se le recomienda que adquiera productos y servicios principales. Si no quiere hacerlo, se le recomienda que adquiera productos y servicios de apoyo.
- 4 semanas: Se le recomienda nuevamente que adquiera productos y servicios del sistema. Además, se le recomienda que genere demandas de servicios de apoyo, y se les recomienda a los usuarios del sistema que satisfagan las demandas de servicios de apoyo de este negocio.
- 6 semanas: Se le recomienda nuevamente que adquiera productos y servicios del sistema. También se les informa a los usuarios del sistema que no se podrán realizar compras de productos y servicios a este negocio. Una vez que el negocio ocupó la cantidad de moneda complementaria que tiene inmovilizada, se disminuye su tope de endeudamiento en una cantidad igual a la cantidad inmovilizada. Para ello se establece un nuevo contrato

en que el negocio se compromete a ofrecer una cantidad menor de productos y servicios principales al sistema.

Negocio con Deuda

Si un negocio (o la organización central) tiene una deuda sostenida durante un periodo de tiempo, es decir, tiene un monto negativo en su cuenta por:

- 2 semanas: Se le recomienda que no adquiera productos y servicios principales. Si quiere hacerlo, se le recomienda que no adquiera productos y servicios de apoyo.
- 4 semanas: Se le recomienda nuevamente que no adquiera productos y servicios del sistema. Además, se le recomienda que satisfaga demandas de servicios de apoyo del sistema, y se les recomienda a los usuarios del sistema que demanden servicios de apoyo a este negocio.
- 6 semanas: Se le recomienda nuevamente que no adquiera productos y servicios del sistema y que satisfaga demandas de servicios de apoyo. También se les informa a los usuarios del sistema que no se podrán realizar ventas de productos y servicios a este negocio. Una vez que el negocio recuperó la cantidad de moneda complementaria que adeudaba, se disminuye su tope de endeudamiento en una cantidad igual a la cantidad adeudada. Para ello se establece un nuevo contrato en que el negocio se compromete a ofrecer una cantidad menor de productos y servicios principales al sistema.

Participante con Acumulación

Si un participante tiene una acumulación sostenida durante un periodo de tiempo, es decir, tiene inmovilizada una cantidad de moneda complementaria que no ha utilizado por:

- 2 semanas: Se le recomienda que adquiera productos y servicios principales. Si no quiere hacerlo, se le recomienda que adquiera productos y servicios de apoyo.
- 4 semanas: Se le recomienda nuevamente que adquiera productos y servicios del sistema. Además, se le recomienda que genere demandas de servicios de apoyo, y se les recomienda a los usuarios del sistema que satisfagan las demandas de servicios de apoyo de este participante.
- 6 semanas: Se le recomienda nuevamente que adquiera productos y servicios del sistema y demande servicios de apoyo. También se les informa a los usuarios del sistema que no se podrán realizar compras de productos y servicios de apoyo a este participante. Una vez que el participante ocupó la cantidad de moneda complementaria que tiene inmovilizada, puede volver a efectuar ventas de productos y servicios de apoyo.

Participante con Deuda

Si un participante tiene una deuda sostenida durante un periodo de tiempo, es decir, tiene un monto negativo en su cuenta por:

- 2 semanas: Se le recomienda que no adquiera productos y servicios principales. Si quiere hacerlo, se le recomienda que no adquiera productos y servicios de apoyo.

- 4 semanas: Se le recomienda nuevamente que no adquiera productos y servicios del sistema. Además, se le recomienda que satisfaga demandas de servicios de apoyo del sistema, y se les recomienda a los usuarios del sistema que demanden servicios de apoyo a este participante.
- 6 semanas: Se le recomienda nuevamente que no adquiera productos y servicios del sistema y que satisfaga demandas de servicios de apoyo. También se les informa a los usuarios del sistema que no se podrán realizar ventas de productos y servicios a este participante. Una vez que el participante recuperó la cantidad de moneda complementaria que adeudaba, podrá volver a realizar compras.

8.3 Indicadores

Los indicadores sirven para monitorear y evaluar la sostenibilidad del sistema de moneda complementaria. Algunos indicadores pueden ser medidos a través de datos cuantitativos y otros a través de la información cualitativa, adquirida a través de encuestas, entrevistas o análisis de percepciones. Se distinguirán dos tipos de indicadores, aquellos de tipo estratégico, que dan cuenta del grado de relación, confianza o percepción que tienen los usuarios sobre el sistema de moneda complementaria y los indicadores operacionales que dan cuenta del funcionamiento del sistema.

A continuación se detallan algunos indicadores que pueden ser de utilidad para establecer los parámetros antes mencionados.

8.3.1 Indicadores Estratégicos

Valoración del sistema

$\frac{\text{Percepción positiva de los usuarios sobre el sistema}}{\text{Número de usuarios entrevistados}}$	Este indicador muestra el porcentaje de usuarios que tienen una percepción positiva del sistema, dentro de un grupo de usuarios seleccionados.
$\frac{\text{Percepción positiva de los usuarios sobre la administración}}{\text{Número de usuarios entrevistados}}$	Este indicador muestra el porcentaje de usuarios que tienen una percepción positiva del administrador, dentro de un grupo de usuarios seleccionados.

También, se pueden crear indicadores sobre el crecimiento de los productos y servicios, de la cantidad de usuarios del sistema y de la cantidad de transacciones

8.3.2 Indicadores Operacionales

Actualizaciones del tope de endeudamiento durante un periodo de tiempo:

$\frac{\text{\# de Actualizaciones de tope de endeudamiento}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de actualizaciones de tope de endeudamiento del total de negocios.
$\frac{\text{\# de negocios con venta detenida}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios con ventas detenidas del total de negocios. (por tener mucha acumulación)

$\frac{\text{\# de negocios con compra detenida}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios con compras detenidas del total de negocios. (por tener mucha deuda)
$\frac{\text{\# de participantes con venta detenida}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes con ventas detenidas del total de participantes. (por tener mucha acumulación)
$\frac{\text{\# de participantes con compra detenida}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes con compras detenidas del total de participantes. (por tener mucha deuda)

Cantidad de transacciones durante un periodo de tiempo:

$\frac{\text{\# de negocios que realizan transacciones con negocios}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que realizan transacciones con negocios del total de negocios.
$\frac{\text{\# de negocios que realizan transacciones con participantes}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que realizan transacciones con participantes del total de negocios.
$\frac{\text{\# de participantes que realizan transacciones con negocios}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que realizan transacciones con negocios del total de participantes.
$\frac{\text{\# de participantes que realizan transacciones con participantes}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que realizan transacciones con participantes del total de participantes.
$\frac{\text{\# de negocios que realizan transacciones con negocios por internet}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que realizan transacciones por internet con negocios del total de negocios.
$\frac{\text{\# de negocios que realizan transacciones con participantes por internet}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que realizan transacciones por internet con participantes del total de negocios.
$\frac{\text{\# de participantes que realizan transacciones con negocios por internet}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que realizan transacciones por internet con negocios del total de participantes.
$\frac{\text{\# de participantes que realizan transacciones con participantes por internet}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que realizan transacciones por internet con participantes del total de participantes.

Cantidad de endeudados y con acumulación durante un periodo de tiempo:

$\frac{\text{\# de negocios endeudados}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios endeudados del total de negocios.
$\frac{\text{\# de negocios con acumulación}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios con acumulación del total de negocios.
$\frac{\text{\# de participantes endeudados}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes endeudados del total de participantes.
$\frac{\text{\# de participantes con acumulación}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes con acumulación del total de participantes.

Cantidad de ofertantes y demandantes en un periodo de tiempo:

$\frac{\text{\# de negocios que ofertan productos y servicios de apoyo}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que ofertan productos y servicios de apoyo del total de negocios.
$\frac{\text{\# de negocios que demandan productos y servicios de apoyo}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que demandan productos y servicios de apoyo del total de negocios.
$\frac{\text{\# de participantes que ofertan productos y servicios de apoyo}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que ofertan productos y servicios de apoyo del total de participantes.
$\frac{\text{\# de participantes que demandan productos y servicios de apoyo}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que demandan productos y servicios de apoyo del total de participantes.
$\frac{\text{\# de negocios que demandan productos y servicios principales}}{\text{\# de negocios}}$	Este indicador muestra el porcentaje de negocios que demandan productos y servicios de apoyo del total de negocios.
$\frac{\text{\# de participantes que demandan productos y servicios principales}}{\text{\# de participantes}}$	Este indicador muestra el porcentaje de participantes que demandan productos y servicios de apoyo del total de participantes.

Estos son sólo algunos ejemplos de indicadores que se pueden utilizar. En general los indicadores tendrían que abarcar los siguientes ámbitos de funcionamiento: página web, boletines, ferias, actualización de cuentas, renovación de negocios, integración de participantes y actualización de tope de endeudamiento.

8.4 Herramientas de medición de indicadores

8.4.1 Estudio y análisis de percepciones

Sirve para conocer las percepciones que tienen los usuarios con respecto a la imagen que proyecta el sistema y los administradores, con el fin de diagnosticar las relaciones con sistema y poder tomar acciones para afianzar el posicionamiento deseado. Estos estudios se recomienda que sean efectuados por asesores monetarios externos del sistema, pues sus respuestas serán más cercanas a la realidad. Se necesitan definir las variables y los usuarios a los cuales se aplicará el estudio. Las variables principales que se deben considerar son las del capital social. Se recomienda hacer una entrevista semi estructurada, con cuestionarios que dejen espacio para expresarse al consultado, ya que así se podrá profundizar más sobre algunos temas que sean de interés.

8.4.2 Medición de indicadores operacionales

Los indicadores operacionales, se medirán de acuerdo a información material disponible de los administradores (página web y cheques).

8.5 Herramientas, Acciones y Políticas para mejorar los indicadores

En la etapa de sostenibilidad se indican las acciones que afectan los indicadores. La política es tener un sistema autogestionado por lo que se buscará que la acción de los administradores sea la mencionada en la etapa de sostenibilidad. Por lo tanto, la herramienta principal que tendrán los administradores para mejorar los indicadores serán las campañas comunicacionales. Cuando quieran mejorar algún indicador, usarán sus canales (las ferias, los

boletines, la página web y a los correos electrónicos de los usuarios) para transmitir las prácticas que mejoren el indicador.

8.6 Evaluación de la metodología

Para evaluar la metodología se recomienda crear un equipo de evaluación. Este equipo podría estar compuesto por un asesor monetario externo, un asesor monetario que desarrolla la implementación y alguien de la organización central. Este equipo tendría que realizar un monitoreo del cumplimiento de los objetivos de cada etapa de la metodología. Para ello, entrevistarían a la organización central, a un grupo seleccionado de negocios y un grupo de participantes. Se recomienda hacer una entrevista semi estructurada, con cuestionarios que dejen espacio para explayarse al consultado, ya que así se podrá profundizar más sobre algunos temas que sean de interés.

Una vez identificado los objetivos no satisfechos, se modifica la metodología incluyendo las acciones que permitan cumplir esos objetivos.

9. CONCLUSIONES

Existen muchas experiencias de monedas complementarias en el mundo, y aún cuando algunos sistemas de moneda complementaria presentan características similares, las personas que las utilizan los sistemas son las que finalmente determinan el funcionamiento de cada uno de ellos.

Tomando esto en cuenta, y no encontrando un sistema de moneda complementaria que se adecuara a la realidad chilena, particularmente de las organizaciones de la economía solidaria, se tomó la decisión de crear un sistema de moneda complementaria que se adecuara a las características de este tipo de organizaciones.

Por otro lado, la experiencia muestra que los sistemas de monedas complementarias generan beneficios para sus participantes, sin embargo, falta una sistematización de los estudios realizados a estas experiencias. Si bien hay un acuerdo de cuáles son los beneficios, aún falta mostrar cómo es que las monedas complementarias generan esos beneficios. Todavía falta mucho por aprender sobre los sistemas de moneda complementaria y sus beneficios.

Otro aspecto importante es que existe mucha obviedad sobre lo que es el dinero y cómo funciona un mercado económico. Esto dificulta el desarrollo de estudios de sistemas de moneda complementaria dentro de las Universidades y fuera de ellas. Es necesario que los promotores de monedas complementarias eduquen sobre cuáles son los paradigmas que existen respecto al dinero y los sistemas económicos. Resulta muy extraño para la mayoría de las personas que un mercado no funcione con la lógica capitalista.

La mayoría de las monedas complementarias han nacido sin una metodología de implementación. Sin embargo, los años de experiencia han permitido desarrollar metodologías de implementación de sistemas de moneda complementaria para algunas monedas tales como los Time Dollars, Local Exchanging Trading Systems, Clubes de Trueque. También existen organizaciones como STRO, que cuentan con metodologías para implementar varios tipos de

sistemas de moneda complementaria. Por lo tanto, existe hoy en el mundo conocimiento sobre cómo implementar sistemas de moneda complementaria, pero sigue siendo necesario desarrollar metodologías de implementación que nos permitan sistematizar el conocimiento sobre cómo implementar sistemas de moneda complementaria. Es muy importante que se realice un trabajo posterior de validación de la metodología diseñada en esta memoria.

Las organizaciones de la Economía Solidaria más que corresponder a un grupo determinado de organizaciones, corresponde más bien a un marco ideológico organizacional. Hoy en día no existen diferencias legales ni institucionales en Chile que diferencien a las organizaciones de la Economía Solidaria de la Economía tradicional, por lo que sólo es observable en el comportamiento de la organización si ese que presenta este marco ideológico organizacional.

Las características particulares de las organizaciones de la Economía Solidaria hacen de estas organizaciones un candidato adecuado para participar del sistema de moneda complementaria desarrollado en esta memoria.

La experiencia de realizar esta memoria me enseña que no existe el fracaso, sólo es un cambio de camino. Tenemos tanto que aprender y sobre aspectos tan centrales como son el dinero y los mercados económicos.

Uno de los aspectos que más agradezco de esta experiencia es el contacto que tuve con diferentes organizaciones y personas a través de las entrevistas realizadas. Esta experiencia me permitió observar que la economía solidaria si bien es una declaración ideológica, influye en el comportamiento solidario de las personas que tienen esa ideología.

Estamos en un mundo globalizado, donde todo lo que hacemos en Chile influye al mundo, y todo lo que se hace fuera de Chile influye a Chile. Es por ello, que para realizar esta memoria tuve que contactarme con gente fuera de Chile e investigar documentos en idioma diferente al español. Es por ello, que la Internet fue la herramienta tecnológica más valiosa utilizada en el desarrollo de esta memoria.

Así como los alquimistas buscaban convertir el plomo en oro, creo que hoy en día los nuevos alquimistas son los promotores de monedas complementarias. Si bien, para mí el proceso de convertir el plomo en oro es una metáfora del proceso psicológico de desarrollar conciencia, creo que los promotores de monedas complementarias están desarrollando una nueva conciencia sobre lo que es el dinero y para qué sirve. Está en nuestras manos hacer el trabajo de transformación de nuestra concepción de lo que es el dinero, muchas veces llamado dinero sucio o dinero maldito, en un dinero limpio, solidario, consciente y libre.

10. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- Blanc, J., 1998. Traducción de al español de “Les monnaies parallèles : évaluation et enjeux théoriques du phénomène” Revue d’économie financière, n°49, pp. 81-102.
- Celorio, G. y López de Muniain, A., 2007. Diccionario de Educación para el desarrollo. Ed. Hegoa, Bilbao. Pp. 107-113.
- DeMeulenaere, S., 2000. Dinero Social: Conceptos básicos.
- Fabregat, C., 1965. Función y Funcionalismo en las Ciencias Sociales.
- Hirota, Y., 2008. Monedas complementarias como una herramienta para promover desarrollos sustentables.
- Jodorowsky, A., 2008. Todas las Piedras.
- Jodorowsky, A., 2006. Cabaret Místico.
- Lietaer, B. 2001. The Future of Money : Creating new wealth, work and a wiser world, Century, London.
- Lietaer B., 1998. Entrevista hecha por la periodista Sarah van Gelder, del periódico Yes, EUA.
- López, M., 2007. Una revolución del concepto y evolución del capital social.
- Marambio, S., 2009. Diseño de una moneda complementaria para la comunidad del colegio Rudolf Steiner.
- Marín, C., 2006. Capital Social y Desarrollo Barrial en conjuntos de viviendas sociales SERVIU: Alcances para la formulación y análisis de la política habitacional.
- Primavera, H., 2008. Moneda Social y Democracia: Manual para comprender y hacer. http://redlases.files.wordpress.com/2008/09/cartilha_ms_e_democracia.pdf
- Razeto, L., 1998. Artículo publicado en el texto La fuerza del arcoíris, Chile, 1988.
- Razeto, L., 2000. El trueque y los dineros alternativos. Ponencia presentada en Seminario sobre Trueque y Monedas Alternativas, IEP, Santiago de Chile.
- Razeto, L. “Una presentación (muy) personal de mis escritos”. <http://www.luisrazeto.net/content/una-presentación-muy-personal-de-mis-escritos>
- Razeto, L. ¿Qué es la Economía de Solidaridad? <http://www.economiasolidaria.net/esolidaria/index.php>

- Romero, A., 2000. Contribución conceptual al estudio de las monedas locales, Revista Venezolana de Economía Social.
- Sepúlveda, I., 2005. Diseño de una metodología para la implementación de procesos workflow.

11. ANEXOS

Anexo A: Entrevistas

Entrevistas en Audio

- Heloisa Primavera
- Jorge Rossi: ICECOOP
- Alejandra Pizarro: gerente general de la Comunidad de Organizaciones solidarias
- Eduardo Letelier: gerente general de CETSUR
- Luis Razeto: referente de la economía solidaria.
- Mario Radrigán: referente de la economía solidaria.
- Maria Angélica Muñoz: Fecrecoop
- Pascuala Morel: Gerente de crédito en Banigualdad
- Solsiré Giaverini: Directora de la Construyendo mis sueños (CMS).
- Carolina Oddo: Alumna del magíster en políticas públicas de la Universidad de Chile con experiencia en organizaciones micro financieras.

Transcripción de la entrevista a Erik Brenes

Erik Brenes es un graduado en educación financiera. Años atrás tuvo una pareja alemana y con quien se fue vivir a Alemania. En su estadía en Europa decidió viajar un poco, en Holanda conoció la fundación STROHALM, donde quien ahora es su supervisor, le entregó documentos de moneda complementaria. En principio le pareció sin sentido, pero a medida que fue leyendo le comenzó a parecer muy interesante. Al regresar a Costa Rica empezó a leer más e investigar en internet. El que ahora es su supervisor lo contrató para que hiciera una consultoría en cooperativas, la cual bajo su criterio considera como una organización limitada de lo que es una organización social, pero con mucho potencial para realizar desarrollos.

Se le pidió que investigara las cooperativas, para ello debió investigar en profundidad el marco legal de las cooperativas, la idea era reconocer por lo menos 12 cooperativas interesadas. Trabajó con gente de Japón. El trabajo le fue frustrante en principio ya que comenzó a darse cuenta de que las monedas complementarias no solucionan nada si no existe detrás una estrategia de sostenibilidad. En la actualidad ha cumplido 4 años trabajando en STRO.

¿Qué son los modelos o metodologías que ofrecen?

El futuro de las monedas complementarias está en las empresas privadas, esto lo comenta haciendo referencia al libro “el futuro del dinero”(de Bernard Lietaer) , poniendo como ejemplo el caso de millas acumuladas en aerolíneas. En STRO son todo menos eso, no trabajan para ninguna sociedad anónima, sin embargo buscan organizaciones que tengan algún tipo de producción y forma legal de tipo cooperativa. La apoyan desde todo punto de vista, no solo financieramente, pero principalmente potencian un “Desarrollo económico sostenible a través de monedas complementarias y tecnologías apropiadas”. “La tecnología apropiada” es un punto muy importante, ya que se ajusta según las circunstancias: puede ser abono orgánico para unos agricultores o mecanismos para promover la recolección 6000 litros de aceite para ser convertidos en combustible. Usan la moneda complementaria como un modo de apoyar el estímulo de proyectos sostenibles.

Proyecto sostenible: Sostenibilidad social, sostenibilidad económica y sostenibilidad ambiental.

Algunos ejemplos de proyectos no sostenibles en alguna de las 3 dimensiones recién planteadas: Nazi que usa niños para limpiar cañones. (no sostenible social); Dejar intocable un bosque donde habitaban personas (no sostenible ambiental).

Al diseñar proyectos en torno a cooperativas, se trabaja directamente con los encargados para darle sentido al proyecto. Problema: el aceite contamina el agua, se revisa el entorno y las posibilidades sociales, entonces se propone conseguir que 49 escuelas recojan aceite. Llevan más de un año funcionando. Con ello dan sostenibilidad social. El aceite ya no contamina el agua. Ellos son una cooperativa (Coopevictoria) que produce café y usaba diesel. Ahora el diesel les sale más barato. En torno a esta cooperativa se mueven más de 100.000 personas.

Al realizar un estudio de factibilidad se revisan 3 dimensiones: las relaciones sociales, relaciones económicas y medioambientales.

Ejemplo: Una cooperativa en Ecuador vota mucha basura orgánica en su línea de producción. Entonces se evalúa si ellos pueden producir biocombustible. Stro tiene gente especialista en “tecnologías apropiadas”, que en este caso sería una persona que ve la factibilidad de producir biocombustible a partir de los desechos producidos por la cooperativa en cuestión.

STRO tiene una red de contactos muy potente para el desarrollo de sus proyectos, entonces si por ejemplo, tienen un proyecto eólico se contactan con un especialista.

¿Cómo surgieron las metodologías (clasificación, implementación, mantención). ¿Cuánto tomó desarrollarlas?

Tienen metodologías para sus monedas, por ejemplo, monedas respaldadas por inventario, las cuales son las más comunes. Entonces con una cooperativa producción de café. La moneda complementaria se respalda con el inventario café. (CBC)

El otro caso es un LBC, el cual se basa en una moneda respaldada por un préstamo. En una cooperativa de ahorro y crédito, por ejemplo, la gente deposita dinero, entonces a cambio se

lleva moneda usable en la red local. También dan préstamos en moneda complementaria o moneda nacional, según sea la situación.

PBC, una moneda respaldada por un impuesto. El alcalde decide que va a aceptar un impuesto en moneda complementario. Luego el trabajo de las personas lo pagan en moneda complementaria.

Los términos fiduciario y crédito mutuo no son tan usados por STRO. Se puede ver que existe el caso efectivamente respaldado, el cual puede ser un inventario como el café y el caso fiduciario, el cual tiene un respaldo en el crédito otorgado.

En el estudio de factibilidad se determina una red negocios que son claves para la circulación (10 o 12 negocios), un conjunto de negocios que no pertenecen a la cooperativa. Los nuevos negocios pueden entrar a la red debido al promotor. Todos los socios de la red ponen sus precios como mercado.

El restaurante puede recibir solo hasta cierto nivel de pago en moneda complementaria, ya que tiene muchos gastos en dinero nacional también.

En el estudio se evalúan los posibles cuellos de botella. A un supermercado le pasó que al incluir la MC iba a bajar su inventario, pero no iba a poder reponer pagando en MC sus productos a proveedores. El supermercado no puede ir producto por producto definiendo si pagan o no en MC, debe ser en total.

Las cooperativas suelen respaldar la moneda, no deberían emitir más del 60% de su patrimonio en moneda complementaria, para considerar los casos de emergencia.

En Tahilandia comenzó el trabajo de documentación y creación de metodologías, hace ya más de 15 años.

Cuando se realiza una asesoría, el estudio contempla por lo menos 5 alternativas para cada una de las siguientes dimensiones: Estrategias de Emisión, estrategia de circulación y estrategia de retorno.

Hace 10 años en Honduras ya habían empezado las monedas. En la actualidad la metodología está bastante desarrollada.

El poder social que tiene la empresa que respalda la moneda, es lo más importante. Cuando van a ofrecer integrarse a un local nuevo, hay casos donde la cooperativa debe firmar un contrato legal que indica que ella respaldará. Esto significa que el local cuando quiera podrá ir y retirar el equivalente en \$ de su MC.

¿Cómo hacen para instalar las nuevas prácticas en las comunidades?

Existe toda una estrategia comunicacional hasta 6 meses antes de que se lance la moneda

¿Cómo identifican las necesidades, como deciden qué modelo utilizar, como ven la factibilidad?

Antes del proyecto se guían por la invitación que hace el cliente solicitando apoyo para la realización de un proyecto de moneda complementaria. Hay un 30 % que entiende lo que es MC cuando lo piden. Luego el 70% de ese 30% no tiene la posibilidad de respaldar una moneda complementaria, debido a los problemas administrativos o contables que enfrenta.

El índice de desarrollo humano de las Naciones unidas permite a STRO decidir donde se harán los proyectos. En 9 cooperativas que hay en Ecuador hay 2 que tienen índices muy bajos entonces ellos van ahí porque existe una necesidad real.

Un indicador importante a la hora de ver la factibilidad de instalar una moneda, es el potencial de sustitución, el cual se refiere a ver qué tan probable es sustituir la moneda nacional por moneda complementaria. En la amazona de Ecuador una ciudad tenía el potencial de sustitución muy bajo, ya que todo lo compraban de afuera, entonces independiente del éxito económico del sector no se puede instalar una MC. En otro caso había una cooperativa de ahorro y crédito que producía casi todo lo que circulaba en el sector, en ese caso instalar una moneda complementaria es muy factible, ya que podrán pagarse más bienes y servicios.

El principal desafío de la metodología en la actualidad es ser efectivo en reeducar a las personas usuarias de MC.

El entrevistado recomendó Visitar “puntotransacciones.com” en el Salvador. Tienen promotoras trabajando afiliando negocios diariamente. Los gobiernos les pidan que instalen monedas de crédito mutuo en comunidades.

¿Cuál es su oferta?, ¿asesoran, instalan monedas, mantienen monedas (los clientes quedan siendo usuarios del sistema), ¿consultoría?

STRO lo único que hace es asesorar a la organización. No ejecuta los proyectos, tiene 2 tipos de técnicos uno en MC y otro en tecnologías apropiadas. En el análisis de factibilidad el técnico devuelve un análisis con 5 o 6 estrategias para cada una de las siguientes dimensiones del ciclo de la moneda: emisión, circulación y retorno.

Una vez aceptado un proyecto, en muchas ocasiones se realiza un contrato de cooperación entre STRO y la organización. Algunas veces los proyectos son solicitados por los clientes

Para sustentar sus proyectos STRO presenta propuestas de financiamiento a banco interamericano de desarrollo BID y la Unión europea.

Cuando STRO llega a un país donde no tienen experiencia, lo primero que hacen es ver la viabilidad legal. No les gusta trabajar con autoridades locales, ya que suelen ser más un estorbo que un apoyo.

¿Quiénes son sus clientes? ¿Según qué criterio los clasifican? ¿Miran comunidad, organización, que miran?

Los clientes de STRO son las organizaciones de la economía solidaria: cooperativas de producción, de ahorro y crédito, asociaciones de agricultores. Por otro lado quienes financian y ven en STRO una solución son los grandes donantes como BID, unión europea (banco mundial es antítesis).

En el caso de Chile, por ejemplo, una caja de compensación podría dar créditos en moneda complementaria, parte del crédito se daría en MC. Se usaría en la red de la caja de compensación. Para el modelo de negocios de STRO los colegios, junta de vecinos y universidades se consideran usuarios del sistema.

¿Cómo llegan a sus clientes por primera vez? ¿Cómo mantienen el contacto con ellos una vez entregado un servicio?

Casi siempre los clientes por iniciativa propia invitan a STRO a darles una asesoría. En otros casos STRO investiga cooperativas que pueden respaldar una moneda y que posean un entorno atractivo.

¿Cómo generan ingreso? ¿Quién paga? ¿Ganan sólo por proyecto o reciben flujos mensuales de un mismo cliente?

STRO tiene 2 estructuras de costo: su burocracia y sus proyectos. Directores regionales y jefes de proyecto. STRO tiene de 5 a 7 donantes privados, en promedio cada uno le dona como 10.000 euros al año. De ahí salen los salarios. En una investigación grande tienen convenio que es el ministerio de relaciones exteriores en Holanda y una oficina de desarrollo en el gobierno de Bélgica.

¿Cuánto cobran?, ¿cómo definen cuánto cobrar?

Un proyecto de millón de Euros para la unión Europea. Si acepta el proyecto paga la asesoría. El invirtió un mes en el proyecto, pero pierde si no les gusta.

¿Cuáles son los recursos que facilitan la entrega del servicio? (ingenieros, servidores, etc)

STRO tiene como principal recurso son las personas, recurso humano. Todos los técnicos en MC y técnicos en tecnologías apropiadas. STRO sufre de tener pocos fondos. Tienen un servidor que es propio, las BD son propias, páginas de internet.

¿Qué contactos pueden ser interesantes para nuestra investigación en Chile?

Estuvo en Chile viendo organizaciones de tipo solidario. En Temuco hay un teórico muy bueno. Eduardo Letelier, director ejecutivo de Cetsur eletelier@cetsur.org. Tiene idea de montar una moneda complementaria en todo Chile de norte y sur. Hizo un informe de visita. Los índices de desarrollo de las naciones unidas en Chile. Chile tiene un buen índice de desarrollo, no quiere sacrificar fondos. Dentro de Chile hay fondos del gobierno. "Chile no es Santiago". Las campañas de comunicación de STRO educan a la gente en producir local y consumir local.

Con respecto al IVA

Todo acto por el cual se realice lo que en términos del Artículo 2° N°1 del DL 825 se entiende por venta, es decir, “toda convención independiente de la designación que le den las partes, que sirva para transferir a título oneroso el dominio de bienes corporales muebles, bienes corporales inmuebles de propiedad de una empresa constructora construidos totalmente por ella o que en parte hayan sido construidos por un tercero para ella, de una cuota de dominio sobre dichos bienes o de derechos reales constituidos sobre ellos, como, asimismo, todo acto o contrato que conduzca al mismo fin o que la presente ley equipare a venta”, está afecto al Impuesto de Valor Agregado por regla general.

En el caso en específico, se realizan una serie de ventas entre los particulares, con una moneda distinta de la oficial, lo que acarrea la afectación al impuesto.

Rodrigo Rojas Palma, profesor de Derecho Tributario señala que el hecho de que se trate de una moneda distinta o de dinero virtual no afecta los requisitos de validez del acto por lo que este a contrario sensu, es no es nulo.

Sin embargo, señala éste, existen una serie de situaciones particulares que cambian la base imponible y generan la utilización de distintos sistemas tributarios.

En el caso lo más conveniente para los empresarios, sería un sistema de descuento el que opera como un acto jurídico oneroso, que implica una convención con valores disimiles a los del mercado, pero que se encuentran justificados en razón de la promoción. Se grava TODA la operación con IVA. Se emite guía de despacho y boleta por el monto residual.

Esto implica que lo que ocurre en la práctica, es un sistema de compromiso de descuento futuro, que genera que el impuesto se pague sobre toda la base imponible que se encuentra rebajada en razón del descuento.

Con respecto a la Renta

Nuestra ley de la renta actual está contenida en el DL 824 de 1974. EL **Art. 2 N°1** *entiende por "renta" los ingresos que constituyan utilidades o beneficios que rinda una cosa o actividad y todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciban o devenguen, cualquiera que sea su naturaleza, origen o denominación. Para todos los efectos tributarios constituye parte del patrimonio de las empresas acogidas a las normas del artículo 14 bis, las rentas percibidas o devengadas mientras no se retiren o distribuyan.*

Impuesto de primera categoría: Es aquel que grava rentas cuyas fuentes son las inversiones o negocios que precisan de un capital o de actividades empresariales. El impuesto de primera categoría grava actividades en las que predominan capitales y actividades empresariales sobre el trabajo, grava las rentas del capital invertido en distintos sectores económicos, gravando normalmente rentas devengadas o percibidas.

Esquema de la determinación de la Base Imponible del sistema general de Primera Categoría:

- A) INGRESOS BRUTOS
 - COSTOS DIRECTOS
 RENTA BRUTA
- B) RENTA BRUTA
 +/- AJUSTES
 RENTA LIQUIDA IMPONIBLE
- C) RENTA BRUTA
 - GASTOS NECESARIOS
 RENTA NETA

El sistema recién mencionado, es el método con el cual deberían los empresarios gravar su renta por regla general, pero existe un sistema al cual podrían ingresar que es mucho más beneficioso, redactado a continuación.

Por lo tanto, el sistema recomendado para sistemas de moneda complementaria es:
SISTEMA SIMPLIFICADO OPCIONAL O ALTERNATIVO AL SISTEMA GENERAL DE LA 1ª CATEGORÍA: Art. 14 bis

Las rentas retiradas son la base de la tributación que afecta a los dueños de las empresas, de manera que el Art. 14 bis constituye un beneficio que la ley permite a las empresas de cualquier clase, a sus propietarios, socios, accionistas y comuneros para tributar sólo en base a retiros o distribuciones de dinero o en especie. No es necesario distinguir el origen o fuente de dichos retiros o distribuciones, como tampoco si corresponde a rentas gravadas o exentas, de modo que quienes se acojan a este artículo no van a pagar los impuestos anuales de primera categoría ni global o adicional por las rentas percibidas o devengadas mientras éstas no se encuentren retiradas o distribuidas.

Requisitos para ingresar a este sistema:

1°.- Ser de aquellos contribuyentes obligados a declarar renta efectiva según contabilidad completa por rentas del Art. 20.

2°.- Que el contribuyente cumpla con tener un promedio de ingresos por ventas, servicios u otras actividades de su giro, que no excedan de 3.000 UTM en los tres últimos ejercicios comerciales consecutivos anteriores al que ingresen al régimen optativo.

¿En qué consiste la simplificación?

En este sistema no es necesario:

- Efectuar inventarios.
- Efectuar depreciaciones.
- Efectuar Corrección Monetaria.
- Llevar Balance General
- Que la empresa tenga un F.U.T. (Fondo de Utilidades Tributables).