

## XVI JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORXS EN ECONOMÍAS REGIONALES.

## INERCIAS Y RUPTURAS EN ESCENARIOS DE TRANSFORMACIÓN

**“Capacitación y asistencia técnica en Armado de Plan de Negocios, Costos y Herramientas de Gestión a emprendedores de la Comunidad de Ángel Gallardo”****Grether, M<sup>1,2\*</sup>; Papini, A<sup>2</sup>; Langella, L<sup>2</sup>; Tavernise, G<sup>2</sup>**<sup>1</sup> Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Católica de Santa Fe, Echagüe 7151 Santa Fe.<sup>2</sup> Facultad de Ciencias Agropecuarias, Universidad Católica de Santa Fe, Ludueña 612 Reconquista (Santa Fe)

El presente proyecto de extensión se realizó sobre un área objeto de distintos estudios realizados en tiempos recientes por diversas instituciones e investigadores, dado los cambios de actividad y modificación de las formas de vida en la localidad de Monte Vera y en particular en Ángel Gallardo. Los mismos podemos citar proyectos de extensión de la Universidad Nacional del Litoral, el Proyecto de Extensión de Interés Social (PEIS) “Nuevas ruralidades solidarias del periurbano norte de Santa Fe (2019-2021 FCJS - UNL)”, una escuela local y la Comuna de Monte Vera que acompañaron en 2017 lo que fue la creación de la “Feria de Productoras de Monte Vera”. La creación de esta feria tuvo por objeto promover la organización de las productoras, la promoción de alimentos sanos, frescos, naturales y artesanales. Promoviendo la Agroecología y valorizando procesos de autonomía y soberanía alimentaria. La facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNL, realizó oportunamente una investigación sobre el “Cordón frutihortícola santafesino”, considerando que la producción de hortalizas no ha conseguido posicionarse de manera relevante en la estructura productiva.

Según Roberto Benencia, puede definirse como cinturones verdes, “tipo de producción hortícola que se lleva a cabo en las llamadas “quintas” o huertas de tipo familiar que rodean a las grandes ciudades.” (1994). Esta definición abarca desde el punto de vista geográfico, que caracteriza a la ciudad de Santa Fe y su “cinturón verde de la ciudad”. La culminación de la zona urbana al norte de la ciudad y el inicio de los distritos Monte Vera, Recreo y otras pequeñas localidades aledañas conforman este espacio geográfico, donde es importante la labor del INTA que concentra temas específicos sobre horticultura y producción intensivas.

Otros estudios refieren a las realidades de mujeres productoras y la mano de obra de peones rurales y pequeños emprendimientos como los realizados por: Lic. Cardoso, Gabriela; Lic. Páez, Cecilia (INTA); Lic. Serafino, Ma. Alicia (UNL). Por otra parte, las estimaciones del Ministerio de la Producción de la Provincia de Santa Fe, indican que el sector Hortícola a nivel nacional genera recursos por un valor de 3.000.000.000 y exportaciones por 1.000.000.000 siendo una fuente de empleo para más de 500.000 operarios en forma directa e indirecta. Según el censo agropecuario del 2018 la Provincia de Santa Fe, cuenta con el 7.9% del total de las explotaciones agropecuarias del País y el 4.9 % del total de la población residentes en las explotaciones agropecuarias y el 6% de la superficie total que comprenden las explotaciones agropecuarias del país,

Los registros de áreas sembradas muestra en las últimas dos décadas una reducción particular en el departamento la Capital, donde se encuentra ubicada la localidad de Monte Vera. El mercado de productores resulta ser el destino principal de las ventas del sector hortícola con ventas a acopiadores, pero se identifican nuevas formas de

comercialización recientes como puestos de ventas en las inmediaciones del cinturón hortícolas, con menor intermediación, en algunos casos con puestos formales y en otros casos con puestos de carácter informal, además existen ferias que se trasladan algunos días a las ciudades para ubicarse en distintos lugares del casco urbano como alternativa de captación de consumidores de manera directa. Al respecto se encuentran experiencias importantes realizadas por productores asociados a la “Verdecita” y algunas experiencias llevadas a cabo por los voluntariados Universitarios, que consistían básicamente en subsidiar el transporte o fletes a los productores para que puedan realizar sus ventas directas disminuyendo sus costos de comercialización en forma importante y a su vez se realizaban apoyo con acciones de Marketing, experiencias de las cuales fueron partícipes integrantes de este proyecto de extensión.

Los emprendimientos agropecuarios de esta zona presentan gran diversidad en cuanto a tenencia y propiedad de la tierra. A veces es complejo la caracterización de quienes pueden ser considerados productores o empleados familiares o distintas formas de empleo o de asociación.

Un aporte importante para poder identificar las conclusiones de nuestro estudio y experiencia de Extensión, resulta ser el trabajo realizado por Mariela G. Demarchi denominado “El circuito de producción hortícola”. Una aproximación al estudio del cinturón verde en los distritos de Monte Vera y Recreo, Departamento la Capital Provincia de Santa Fe”. El cual se propuso abordar el análisis de esta situación desde la conceptualización teórica del circuito productivo considerando los distintos eslabones de la cadena productiva, a los actores sociales intervinientes y a los mecanismo y problemáticas existentes en cada uno de ellos, el cual encontró una gran diversidad de agentes económicos que caracterizan el circuito y en especial la mano de obra inmigrante, principalmente de origen boliviana que en concordancia con lo sucedido a nivel nacional ha formado parte de una reestructuración de los cinturones verdes. Dicho estudio consideró el conjunto de operaciones, procesamientos, almacenamientos, distribución y comercialización y distribución de insumos y productos. En este caso particular sus resultados nos dicen que la cadena hortícola del cinturón santafesino presenta una gran diversificación tanto de actores sociales como de los mecanismos que hacen a la producción y comercialización haciéndose complejo poder establecer una caracterización única del servicio. No obstante Demarchi afirma que la información obtenida de fuentes primarias y secundarias y de ciertos análisis teóricos, el circuito productivo Santafesino es principalmente una actividad donde prevalecen explotaciones tradicionales a cargo de la familia del productor y con una mínima incorporación de peones, dependiendo esto de la mano de obra estacional en los periodos de siembra o cosecha, el uso de tecnología radica principalmente en riego, agroquímicos y tractores, aunque también es relevante el trabajo manual en gran cantidad de actividades productivas.

También es frecuente en esta zona encontrar la figura del mediero que es quien se encarga del trabajo diario en las quintas, esta situación generalmente se encuentra a cargo por un grupo familiar de origen boliviano que reemplazan a los hijos de los dueños de las tierras que no realizan sus trabajos en los predios que emigran a las Ciudades a realizar estudios o realizar actividades profesionales. Son pocos los predios que presentan producción en invernadero o bajo cubierta con un grado importante de capitalización. La acción del INTA y otras instituciones es importante porque la población valora la capacitación para mejorar el manejo de las explotaciones, pero la escasa tecnología inhibe la capacidad de competencia respecto a otras producciones desarrolladas bajo una forma intensiva capitalista ante lo cual la población local trata de realizar distintas acciones con instituciones para reforzar su toma de decisiones de la manera más conveniente. Es por ello que para las explotaciones con menor nivel de productividad la alternativa de nuevos canales de comercialización aparece como una medida para mejorar los ingresos prediales, se observan ventas a minoristas, intermediarios, mayoristas, supermercados y verduleros, siendo necesario una organización y trabajo coordinado entre los distintos actores, siendo el transporte un factor limitante en muchos casos como las carencias de cadenas de fríos o tipos de transporte acorde a la conservación organoléptica de la mercadería. Este estudio se observa también una escasa capacidad hacer productos elaborados, es decir fortalecer un segundo eslabón del circuito, otorgándole un mayor valor agregado a la actividad, siendo por ello mayoritariamente excluyente la actividad primaria agrícola sin elaboración posterior.

En este sentido específicamente en nuestro proyecto de extensión “Capacitación y asistencia técnica en Armado de Plan de Negocios, Costos y Herramientas de Gestión a emprendedores de la Comunidad de Ángel Gallardo”

RCS N 07522 de la Universidad Católica de Santa Fe, busco mejorar la capacidad de gestión de emprendimientos de base agropecuaria en esta zona, hecho que llevamos a cabo y mediante el mismo hemos dado cuenta nuevas situaciones que han surgido en el marco de las anteriores descripciones de los estudios anteriormente mencionados. Entre ellos la falta de elaboración posterior de agregación de valor imposibilita la incorporación de mayor mano de obra a nivel familiar y junto a la extensión de viviendas para residencia de una ciudad que solamente puede extenderse hacia al Norte. Nos encontramos que la población más joven y familiares de medieros y productores buscan nuevas alternativas de ingresos fuera del sector agrícola. Demandando capacitaciones para desarrollos comerciales artesanales y de emprendimientos gastronómicos no vinculados a la producción local, donde principalmente las mayores demandas se encontraron en la faz de comercialización.

A respecto nuestro proyecto de marketing y comercialización incluía el asesoramiento en ventas on line y manejo de redes, lo cual resultó sumamente atractivo para población joven que busca ingresos por fuera de la actividad agrícola, formando una estrategia de ingresos familiares que combinan algunos ingresos prediales con emprendimientos de ventas y en algunos casos de producción alimentos elaborados sin el uso intensivo de recursos locales, sino preferentemente el desarrollo de artesanías. En este sector específicamente en nuestra oferta de servicios de nuestro proyecto que incluía comercialización, marketing y costos, término bifurcándose en análisis de costos y márgenes brutos como demanda principal de quienes se desarrollan como productores agropecuarios, puesto que el tema de precios lo determina el mercado de productores locales, no teniendo posibilidades de manejar precios, ya que los mercados forman los precios de la región. Estos productores también manifiestan que en el caso de quienes arriendan tierras para producciones hortícolas van ampliando la cantidad de hectáreas arrendadas para producciones de carácter extensivo como la soja principalmente y van disminuyendo en términos relativos el trabajo de horticultura. Esto se da en el caso específico de productores que tiene al menos tractor y herramientas para la labranza que son utilizadas para hacer trabajos en otros predios que determinan otra fuente de ingreso, es decir que la estrategia está fundada en una parte como productor hortícola, otra como productor de soja y también recibe ingreso como contratista a una menor escala. Por otro parte dentro de la producción hortícola un grupo de productores ha manifestado la idea de la reinserción de la producción de tomate que antiguamente era importante en la zona, este deseo no está fundado básicamente en una expectativa de ganancia, sino por apego a un cultivo que fue tradicional en esta zona y que se ha perdido, por eso que a futuro estamos planteando un análisis de costos y factibilidad de comercialización del tomate.

La otra bifurcación que se presentó fue un trabajo con los emprendedores que se encontraban fuera de la actividad agrícola. Con ellos se trabajó en las áreas de comunicación, marketing y costos. Cabe destacar que se pudieron hacer aportes significativos fundamentalmente que permitieron fijar estructuras de nuevos costos para determinar nuevos precios, ya que en muchos casos se manifestó que tenían un buen producto y a buenos precios, pero por otra parte no podían cubrir los costos de reposición para dar continuidad al emprendimiento. Esto fundamentalmente se daba por la no incorporación de todos los costos de producción, logística, energía y distribución.

A fin de que la propuesta se adecue a las necesidades y particularidades de cada emprendimiento, en primera instancia realizamos un diagnóstico a fin de indagar qué bienes o servicios ofrecen, como los comercializan, si utilizan o no redes sociales y cuáles. Esta instancia permite no sólo recabar información, sino que es una instancia reflexiva del propio emprendedor a fin de que pueda identificar sus fortalezas y debilidades en términos de comercialización. En la mayoría de los casos no tenían bien definidos o segmentados a sus clientes, pudimos observar falencias en la comunicación del producto o servicio que ofrecen y respecto a las redes sociales casi todos utilizaban whatsapp, en el resto de los casos no utilizaban redes sociales.

A partir de allí diseñamos una estrategia personalizada para cada emprendedor, para poder definir adecuadamente su segmento de mercado, establecer una comunicación clara de que es lo que ofrecen y cuál es el valor agregado de ese bien o servicio, y finalmente seleccionar la/s red/es social/es más adecuada en función al bien o servicio y el segmento de mercado con el que interactúan.

Hemos trabajado con dos redes sociales:

- Whatsapp: Creación de la cuenta whatsapp business, catálogo on line, mensajes de respuesta automática.
- Instagram: Donde hemos desarrollado un logotipo. Confeccionamos la descripción para la biografía y creamos un link de acceso para enviar mensajes directos al whatsapp. Trabajamos sobre fotografías, videos, reels, descripción para acompañar los posteos, uso de hashtag. Finalmente reflexionamos sobre las nociones de comunidad y el potencial de esta red para dar visibilidad al emprendimiento.

Finalmente, y a modo de cierre, utilizamos el Modelo Canvas a fin de crear la propuesta de valor de cada emprendimiento, y que se pueda observar de manera simple e integral todo el negocio. En el mismo hemos establecido aspectos internos como actividades y recursos claves, y la estructura de costos; así como también aspectos externos vinculados a segmento de mercado, propuesta de valor, canales de comunicación y distribución, relaciones con los clientes y fuentes de ingresos.

Durante el desarrollo del proyecto y resultado de entrevistas en profundidad con un productor de la zona que es un informante calificado por los años de residencia y su vincula con productores y asociaciones de la zona se rescatan aspectos históricos que dan cuenta que en la zona en los años 1970-1975 las quintas como se denomina a las áreas de producciones de la zona, eran explotadas en baja escala por familias de origen Italiano en mayor medida y algunos descendientes de alemanes que producían en 5 a 10 surcos (línea de 60 metros) y vendían en un mercado de la ciudad denominado Mercado Norte era una producción diversificada y de baja escala.

En 1978-1980 comienzan unos ingresos importantes de mano de población boliviana que ponen la mano de obra y se juntan con los saberes de los productores de origen europeo dueños de las tierras para la producción de tomate a mayor escala al tener disponibilidad de mano de obra (de población boliviana). La producción se extendió desde el norte de la ciudad de Santa Fe, Monte Vera, Ángel Gallardo, Recreo y hasta la ciudad de Paiva. Se exportaba tomate a las provincias de Buenos Aires, Córdoba, en producción bajo casillas y tienen una gran producción hasta mediados de los años noventa, con destino al mercado local.

A partir de 1998 comienza a entrar producción del cordón de La Plata realizada en invernaderos y con una variedad de tomates diferentes con semillas muchas más caras dicen los productores y esa producción del cordón de La Plata desplaza al tomate local.

Los pocos productores que hoy hacen tomate en la zona son predios chicos que trabajan preferentemente con mano de obra familiar como medio para competir con el tomate producido en La Plata. La mano de obra familiar ahorra costos y eso permite competir pero en una escala mucho mejor el gran porcentaje de los que se comercia en el mercado de productores actualmente viene preferentemente de La Plata,

La producción de tomate local se realiza para complementar otras producciones ya que algunos compradores del mercado les solicitan que lleven tomate además de las otras producciones habituales como rúcula, lechuga, acelga.

En verano producen un poco más de tomates por una cuestión climática que hace disminuir la producción de verduras de hojas.

Los alquileres de una hectárea al mes de junio de 2024 para una hectárea varían de 15.000 a 50.000 pesos mensuales dependiendo entre otras condiciones de la proximidad a la ruta que pasa por el lugar.

Entre los costos que dificultan la comercialización encuentran una explicación en los fletes.

La alternativa para los pequeños productores actualmente es vender en ferias y mercados populares de la ciudad que se realizan generalmente una vez a la semana, allí podemos defender mejor el precio explican. Una expresión de los productores es que ahora vivimos de las plazas (donde se arman ferias).

Como se explicó anteriormente la urbanización avanza y en conjunto con los integrantes del equipo estamos pensando la posibilidad de instaurar ferias en barrios nuevos de buen poder adquisitivo que se están formando en cercanías a las zonas de producción cercanas al río y casas de fin de semana, lo cual es más cerca que la ciudad de Santa Fe y disminuye los costos de fletes. Esa iniciativa se está estudiando para presentar al nuevo consejo deliberante de la zona, El 70% de los productores chicos actualmente vende en las plazas o mercado populares de la ciudad de Santa Fe en forma directa y los productores de mayor tamaño dirigen sus ventas principalmente al mercado de productores.

## BIBLIOGRAFÍA

Médici, F. (2020). Financial instability in peripheral economies: an approach from the balance of-payments constraint. *Journal of Post Keynesian Economics*.

García, A. y Rofman, A. (2023). Circuitos productivos regionales, agentes y formas de implantación. Notas para un renovado marco analítico (Argentina, a principios de Siglo XXI). *Mundo Agrario*, 57 (24), 1-28

Ocampo, J. A. (2009). Latin America and the global financial crisis. *Cambridge Journal of Economics*, 33(4), 703-724.

O'Donnell, G. (1977). Estado y Alianzas en la Argentina, 1956-1976. *Revista Desarrollo Económico*, vol. 16, nro. 64, pp. 523-554.

Perrotini, I. (2002). Le ley de Thirlwall y el crecimiento de la economía global: Análisis crítico del debate. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*. Jul-Dic 2002 pp.117-141.

Porta, F. (2018). La economía política del desarrollo argentino. *FIDE Coyuntura y Desarrollo*, nro. 385, pp.134-141.

Sztulwark, S. (2005). *El estructuralismo latinoamericano. Fundamentos y transformaciones del pensamiento económico de la periferia*. Buenos Aires: Prometeo & UNGS.

Vernengo, M.(2015). Una lectura crítica de la crítica al Modelo de Thirlwall. *Investigación Económica*, Volumen LXXIV, N.º 292 *Revista de la UNAM*.

Vernengo, M. (2018). ¿La trampa del ingreso medio o el retorno de la hegemonía estadounidense? *FIDE Coyuntura y Desarrollo*, nro. 385, pp.171-177.

Zack, G. y Fares, F. (2017). La limitación al crecimiento de los países latinoamericanos a partir de sus elasticidades de comercio exterior: ¿mito o realidad? En F. Médici (Eds) *Discusiones sobre el tipo de cambio* (Capítulo 4, pp. 85-110). Universidad Nacional de Moreno.