

Series:
Comunicaciones Técnicas
ISSN 1667-4006

COMUNICACIÓN TÉCNICA N°85
AGENCIAS DE EXTENSIÓN RURAL
AER El Bolsón

*Relevamiento de problemáticas vinculadas a la
demanda de productos locales en el Manso-Villegas
por parte de los prestadores turísticos del paraje*

COBELO, Claudia

2018

■ **Ediciones**

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria
Centro Regional Patagonia Norte
Estación Experimental Agropecuaria Bariloche. "Dr. Grenville Morris"
biblioteca@bariloche.inta.gov.ar



RELEVAMIENTO DE PROBLEMÁTICAS VINCULADAS A LA DEMANDA DE PRODUCTOS LOCALES EN EL MANSO-VILLEGAS POR PARTE DE LOS PRESTADORES TURÍSTICOS DEL PARAJE

Elaboración del informe: Claudia Cobelo, julio de 2018. INTA AER El Bolsón

Introducción

La actividad turística en el paraje El Manso-Villegas es vista por sus pobladores como una oportunidad para comercializar su producción primaria y secundaria y generar fuentes de ingreso para sus familias. Una buena parte de los pobladores fue generando emprendimientos turísticos, como campings, cabañas, cabalgatas, comercialización de productos locales con y sin agregado de valor.

En el marco de diversas intervenciones del INTA AER El Bolsón en el paraje -programas Cambio Rural y Cambio Rural II, ProHuerta, y actividades relacionadas -como la formulación de proyectos para el CREAR-Bariloche, esta idea se ha venido reforzando. Asimismo, la Secretaría de Agricultura Familiar trabajó activamente en la promoción de instancias de agregado de valor de la producción local y en la generación de espacios de comercialización, donde se destaca la feria de Villegas.

Como consecuencia de estas iniciativas, con fuerte apoyo de la Escuela 92 de El Manso Inferior, se constituyeron entre 2014 y 2017 cuatro grupos de productores/as, cada uno con una orientación diferente: ganadería, fruta fina, horticultura y agregado de valor. Entretanto venían trabajando en El Manso Medio otros grupos de Cambio Rural, algunos de cuyos integrantes fueron articulándose con el Mercado Comunitario de Bariloche como espacio de comercialización.

Las productoras y los productores vinculados a grupos de Cambio Rural II de El Manso Inferior, en especial los dedicados a la producción hortícola, iniciaron una producción más intensiva entre los años 2015/2016. Durante el verano 2016/17 desarrollaron una feria en el paraje. Sin embargo, entendíamos que habría que buscar alternativas complementarias para comercializar la producción. Fue esta la razón por la que se decidió hacer un relevamiento de la demanda de productos locales y de cómo los diferentes prestadores turísticos o revendedores se relacionan con la producción local.

Se realizó una encuesta sencilla para poder captar aspectos sobresalientes de los circuitos comerciales del paraje. El trabajo de relevamiento fue realizado por la Ing. Agr. Johanna Lostra, residente en el paraje y ex asesora de Cambio Rural, durante el verano 2017/18, con recursos del POA 2016 del ProHuerta de la AER. La muestra relevada contó con 19 casos (hubo tres prestadores/comerciantes que no quisieron responder la encuesta). De todos modos están representados cerca del 90% de los prestadores turísticos estables del paraje. En el **Anexo 1** se incorpora el modelo de encuesta utilizado.

Productos ofertados y su procedencia

Los establecimientos relevados prestan variedad de servicios relacionados con el turismo. Se destacan los campings, los que ofrecen diversos tipos de alojamiento -cabañas, dormis- las despensas o proveedurías y restaurantes o paradores. En muchos casos se prestan varios servicios simultáneamente (camping y proveeduría, despensa y parador, cabaña y oferta de productos locales, de producción propia o no). Algunos prestadores (3 de los entrevistados) están directamente vinculados a la provisión de alimentos para los contingentes de rafting, actividad organizada desde Bariloche.

Entre los productos comercializados se encuentran en primer término los alimentos elaborados, principalmente panificados y dulces (casi 74%); le siguen en importancia las frutas (58%) y las hortalizas (42%). En un análisis por establecimiento, la cantidad más frecuente de productos del es de 2 rubros (39%, sobre un n=18), donde los productos

panificados y elaborados están presentes en la mayor parte de ellos. En el Cuadro 1 se detalla qué productos y servicios locales son comercializados por los establecimientos relevados (n=18).

Producto	sí	no
Frutas	11	7
Hortalizas	8	10
Hongos	2	16
Helechos	0	18
Artesanías	1	17
Alimentos elaborados	14	4
Carnes	7	11
Huevos	5	13
Chacinados	1	17
Panificados	11	7
Otros servicios	10	8

Cuadro 1: productos y servicios locales

Alimentos elaborados hace mención a producción elaborada en el paraje (dulces, jugos, cervezas) preferentemente de origen vegetal.

La totalidad de los establecimientos tiene al menos un producto fresco local, que son las frutas, principalmente frambuesa (algunos mencionan a la frutilla como fruta). La dispersión de procedencias de los productos hortícolas es mucho mayor; se registran compras de hortalizas en El Bolsón o Bariloche. La venta de panificados -pan, tortas fritas- generalmente refiere a producción propia; la venta de hortalizas locales suele ser de producción propia en la mayoría de los casos. Se registran también algunos casos que adquieren cerveza y dulces de procedencia local.

La logística de la distribución no es una preocupación para el 70% (13 casos), ya que comercializan su propia producción. Un 15% es abastecido por un proveedor. En la mayor parte de los casos, sea producción local, propia o no, se encargan ellos mismos de la provisión.

Puntos de vista acerca de la producción del paraje:

La adquisición de productos hortícolas del paraje por parte de estos establecimientos está restringida por los elevados precios de la producción local. Como por lo general los volúmenes producidos son pequeños, el vendedor pretende obtener la máxima ganancia posible cuando los comercializa. Esta situación se replica en la feria de Bariloche, donde, según los productores del paraje que comercializan allí, hay un conflicto de intereses entre quienes venden pocos kg - que esperan obtener elevados precios por unidad- y quienes tienen mayor producción y además de precios adecuados necesitan vender toda la producción que llevan a la feria.

De todas las dificultades enumeradas cuando se refieren a la producción del paraje, la que más consenso presenta es “elevados precios” (95%). Le siguen “dificultad en la distribución” (casi 80%) y “provisión irregular” (casi 74%). La poca variedad de productos es señalada en el 31% de los casos, y la calidad, sólo en el 16%.

La problemática de la vinculación interna del paraje es relacionada con el mal estado del camino y a la ausencia de transporte público.

Es llamativa la importancia de los panificados; en muchos casos se venden pocos productos, elaborados por integrantes del mismo establecimiento -camping, cabañas. La compra de otros elaborados se restringe a los casos de conocidos porque no hay establecimientos habilitados en la zona que puedan proveer a terceros de modo tal que la confianza es el principal atributo en estos casos.

La comercialización de carnes y chacinados se realiza utilizando circuitos locales en gran medida, aunque esto aparece sólo parcialmente reflejado en las entrevistas, quizá porque en algunos casos la venta de carne corresponde a producción del propio establecimiento.

Problemas que afectan la producción y comercialización:

Las problemáticas que afectan la comercialización están, de acuerdo con los entrevistados, relacionadas con la precariedad de las prestaciones de servicios en el paraje. Se resumen en el Cuadro 2 los factores que afectan el movimiento de los pobladores y la producción, así como la circulación de visitantes.

Problema identificado	Número de entrevistados que lo mencionan
Transporte público	7
Servicio de electricidad	12
Caminos	9
otros	6

Cuadro 2: Problemáticas del paraje que afectan las actividades

Estas problemáticas se entrelazan. Una gran cantidad de pobladores, que llevan a cabo producciones agrícolas o de granja, no disponen de vehículo particular. Para poder comercializar su producción necesitarían de un transporte público. La necesidad de transporte público también afecta el acceso de turistas a sectores más alejados de la Ruta Nacional 40, es decir, a los pobladores de El Manso Medio e Inferior. Y el transporte público también es visto como necesario para los que tienen un local o un emprendimiento turístico y quieren acceder con menor dificultad a otros sectores del paraje, para aprovisionarse.

El mal estado de los caminos afecta la comunicación entre pobladores, entre productores y potenciales comercializadores o posibles bocas de expendio, pero también opera como un impedimento para el arribo de turistas en vehículos particulares.

En cuanto a la electricidad, el problema con mayor número de menciones, se refiere tanto a descensos de tensión inesperados y bruscos como a cortes del servicio, que puede durar lo suficiente como para malograr los alimentos almacenados, o la propia prestación de servicios, como en campings o cabañas. Este servicio opera también como un impedimento para la comercialización de carne, por los mismos motivos.

El elevado costo del gas y las dificultades para acceder al gas envasado para cocinas y emprendimientos elaboradores es una problemática que afecta a 3 de los establecimientos. La precariedad del acceso a señal de celular es mencionado en un solo caso, aunque este servicio está poco desarrollado en el paraje y sus habitantes están habituados a esa limitante. La cuestión del acceso a internet no ha sido tenida en cuenta por los entrevistados, quizá sesgados por la misma encuesta, que estaba orientada a la producción y comercialización de productos alimenticios. Sin embargo en tres entrevistas se hace referencia a la insuficiente intervención del Estado en la provisión de servicios y en la difusión del paraje como destino turístico.

Por último, y acerca de la vinculación entre problemáticas comerciales y sociales, se hace referencia a la precariedad laboral y de ingresos de la población, situación que dificulta una circulación de bienes y servicios más activa, más allá de la actividad turística.

Lineamientos de trabajo en función de las problemáticas detectadas:

Se refuerzan algunas hipótesis de trabajo que se venían desarrollando en el ámbito de diversos proyectos de intervención, acerca de la conveniencia de mejorar la oferta de productos primarios en continuidad y cantidad. Acerca de los elaborados, la mejora en los procesos y en instancias de autocertificación con parámetros de inocuidad mensurables es un aspecto a trabajar.

Otras problemáticas, como la de los caminos, el transporte público y la difusión del paraje como destino turístico, se podrían mencionar en instancias de trabajo interinstitucionales.

Nombre del establecimiento _____

Nº de encuesta: _____

Fecha: -----

Presentación del trabajo

El objetivo de este relevamiento es conocer y dimensionar los circuitos de comercialización de productos y servicios locales en el paraje El Manso.

Identificación del/de la encuestado/a

Nombre y función en el establecimiento:

Número de visitantes por temporada y tiempo promedio de permanencia:

Duración de la temporada en meses por año:

Productos

1.- ¿Qué productos ofrece en su establecimiento?

	¿Cuáles?	¿De dónde provienen?	¿Qué cantidad vendió?
FRUTAS			
HORTALIZAS			
HONGOS			
HELECHOS			
ARTESANÍAS			
ALIMENTOS ELABORADOS			
CARNES			
HUEVOS			
CHACINADOS			
PANIFICADOS			
SERVICIOS			
OTROS			

Distribución de productos locales

2.- ¿Cómo lleva a cabo la logística de distribución?

- vende la producción propia y no necesita ocuparse del tema
- el proveedor le lleva los productos al establecimiento
- Ud. mismo/a o alguien del establecimiento se ocupa de realizar la provisión
- Otra opción (¿cuál?)

3. ¿Cree que se podría mejorar la distribución de la producción en el paraje? Si es así, ¿de qué manera?

4.- ¿A través de qué medio o medios podría recibir información sobre la oferta local?

- E-mail whatsapp radio mensaje de texto Otro medio

Debilidades de la producción local

5.- ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos dificultan la compra de productos locales?

- la calidad no es satisfactoria (¿de cuáles productos?)
- la dificultad en la distribución
- la regularidad en la provisión
- los precios son elevados
- hay poca variedad de productos

Comentarios sobre la producción y comercialización

6. ¿Se podría aumentar la compra de productos locales en su establecimiento? sí no

7. ¿Qué aspecto sería necesario corregir para que eso ocurra? (identificar el principal problema que ve en la situación actual)

Eventos especiales (fiestas, prestadores turísticos externos al paraje)

8. Cuando se organizan eventos especiales en el paraje ¿se modifica la demanda de productos locales?

- sí
- no
- No lo sé

9. ¿Quiere hacer alguna sugerencia o algún comentario adicional?





