

## PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO DE LA FERIA FRANCA DE GOYA

### VÍCTOR HUGO ARRIOLA

Contador Público. Especialista en Docencia Universitaria. Profesor Asociado de Teoría de la Administración, Historia Económica y Contabilidad Gerencial. Facultad de Ciencias Empresariales. Sede Goya.  
E-mail: arriolavictor\_goy@ucp.edu.ar

### GLADIS NATALIA GIMENEZ

Licenciada en Comercio Internacional. Profesora Adjunta de Ética Profesional y Responsabilidad Social Corporativa Emprendedurismo, y Formulación y Gestión de Proyectos. Facultad de Ciencias Empresariales. Sede Goya.

#### Palabras clave:

- ferias francas
- desarrollo local
- agricultura

#### INTRODUCCIÓN

En el marco de las actividades de Extensión desarrolladas por la Sede Goya de la U.C.P., se desarrolló entre mayo y noviembre de 2017, un trabajo de intervención apuntado a impulsar el desarrollo de la Feria Franca de Goya (FFG)

La tarea fue llevada adelante por docentes, alumnos y graduados de las carreras Contador Público y Licenciatura en Nutrición de la Universidad de la Cuenca del Plata Sede Goya.

La FFG es una organización formada por familias agricultoras provenientes de diversas localidades del departamento de Goya, que tiene el objetivo de comercializar productos de su propia producción y/o elaboración. Esta entidad cuenta ya con dieciséis años de vida; sin embargo, su crecimiento como institución y el desarrollo económico de su actividad principal han sido relativamente limitados si la comparamos con instituciones semejantes de la región.

Si bien las causas de este escaso progreso a través del tiempo pueden ser variadas y complejas, el proyecto se propuso identificar, comprender y abordar las problemáticas que se evidencian como significativas por parte de los propios feriantes. A través de talleres participativos se pudieron reconocer puntos positivos y negativos

de la organización y su desempeño, y diseñar soluciones acordes a sus necesidades y posibilidades de realización.

#### OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias para el desarrollo económico e institucional de la Feria Franca de Goya.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Relevar la institución FFG y elaborar un estado de situación actual.
- Proponer y diseñar estrategias para:
  - Difundir la actividad que realiza la organización a la población en general
  - Mejorar la comunicación y la coordinación intra-organizacional.
  - Diversificar la oferta de productos
  - Exhibir sus productos de forma más atractiva
  - Generar identidad y diferenciación en los puestos

#### METODOLOGÍA

Para lograr establecer una línea de base o estado de situación claro, se procedió a realizar observación no participante, con planillas de observación, durante 3 días de actividad.

Para completar el análisis diagnóstico, se procedió a realizar entrevistas abiertas a los feriantes, a fin de conocer sus motivaciones y expectativas personales respecto a la institución.

En cuanto a la propuesta y diseño de estrategias, se trabajó con cuatro talleres participativos.

-Taller Diagnóstico: Permitió elaborar un estado de situación actual, a partir de análisis FODA realizado por feriantes.

-Taller de Construcción Colectiva de Estrategias: Permitió identificar puntos clave a mejorar y generar propuestas de estrategias para el desarrollo integral de la FFG.

-Taller Propuesta Diversificación: Permitió generar propuestas de diversificación

de oferta de productos, concientización y elaboración de recetas innovadoras.

-Taller Educación Nutricional: Generado a solicitud de los feriantes, permitió comprender la importancia de los hábitos alimentarios saludables y su contribución a la mejora en la calidad de vida de la población.

## RESULTADOS

Las técnicas utilizadas, permitieron conocer la dinámica general de funcionamiento de la FFG, y las motivaciones y expectativas de los feriantes. Asimismo se consensaron las problemáticas más preponderantes y se propusieron estrategias con un orden de implementación definido.

Como resultados más relevantes, los feriantes:

Tomaron conciencia de la importancia de mejorar la presentación de algunos productos: particularmente en cuanto a la exhibición y coordinación de los productos ofrecidos.

Comprendieron la relevancia de generar identidad en algunos puestos, como estrategia de diferenciación. Se trabajó con ejemplos para la implementación de este aspecto.

Reflexionaron sobre la necesidad de mejorar la comunicación con la población en general, para lograr una mayor difusión de las actividades de la institución. Se abordó especialmente la utilización de redes sociales como herramienta dinámica, gratuita y de utilización masiva. Los docentes involucrados brindaron asesoramiento al respecto.

Percibieron la importancia de diversificación de la oferta de productos. Se brindó una propuesta concreta a través de productos que estimulan la alimentación saludable, mediante recetas que utilizan como insumos, productos que se comercializan habitualmente en la FFG. Además se brindó un taller exclusivo de educación nutricional solicitado por los feriantes, en el cual se abordó la trascendencia del consumo de frutas y hortalizas, su composición y valor nutricional. Las egresadas de la Licenciatura en Nutrición recalcaron la relevancia de las fibras, identificando alimentos en los que pueden encontrarse, su función e importancia nutricional.

Otros temas que surgieron como relevantes, fueron a) la necesidad de actualizar la Ordenanza que regula el funcionamiento de la institución, b) la necesidad de gestionar la personería jurídica, y c) las dificultades de la FFG para adecuar su estructura a las normas de control bromatológico en el caso de faena, transporte y exhibición

de vacunos y porcinos. Respecto a la inquietud a), al momento de realizarse la intervención se encontraba en proceso la asunción de nuevas autoridades municipales, por lo que se consideró prudente conocer su política sobre la cuestión antes de avanzar en una propuesta concreta. Respecto a la inquietud b), el Cr. Víctor Hugo Arriola brindó una charla sobre las características generales de las Cooperativas y Asociaciones Civiles, y la responsabilidad que implica la obtención de personería jurídica. Se ofreció apoyo institucional, cuando la feria considere oportuno avanzar en su implementación. En cuanto a la inquietud c), debido a la importante inversión que implicaría la adecuación, se consideró imposible avanzar en el corto plazo.

## CONCLUSIÓN

Se percibe que la intervención ha sido exitosa pues se ha percibido concientización por parte de los feriantes acerca de la necesidad de profesionalizar su gestión comercial y administrativa. Las propuestas de cambios y mejoras que surgieron fruto de los talleres y propuestas del equipo de extensión, deberían contribuir al desarrollo sostenible de la institución FFG, generando como impactos directos un mayor conocimiento y concurrencia por parte del público, y un incremento en los ingresos monetarios por parte de los feriantes. Como impactos a mediano/largo plazo, se espera un fortalecimiento de la agricultura familiar regional, una mayor conciencia del público sobre la importancia de una alimentación saludable, así como la trascendencia que encierra el desarrollo rural y la soberanía alimentaria.

Para la UCP, el trabajo implicó establecer vínculos altamente beneficiosos en cuanto a su impacto social, y la posibilidad de articular actividades con las distantes carreras que se dictan en la Sede Goya, a través de trabajo conjunto entre alumnos, egresados y docentes de la institución.

## BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Álvarez H. F. (2011). Administración. Un enfoque interdisciplinario y competitivo en la nueva modernidad. (3° ed.) Editorial: Eudecor.
- Calañas-Continente, A. J., & Bellido, D. (2006). Bases científicas de una alimentación saludable. Rev. Med Univ. Navarra, 50 (4), 7-14.
- Colman, D. (2009). Las ferias francas. Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar. Ed. INTA.
- Craviotti, C., & Soleno Wilches, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. Mundo agrario, 16 (33), 00-00.
- FAO (1988). Los nutrientes en los vegetales. Enfoques: perspectivas de la agricul-

- tura mundial. Recuperado de <http://www.fao.org/ag/esp/revista/spot3.htm>
- Ferrero, S., & Hernández, J. (2011). Puesto de comercialización para la agricultura familiar en ferias. (Doctoral dissertation, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo-Universidad de Buenos Aires).
  - Izquierdo Hernández, A., Armenteros Borrell, M., Lancés Cotilla, L., & Martín González, I. (2004). Alimentación saludable. *Revista Cubana de Enfermería*, 20 (1), 1-1.
  - Jacoby, E., & Keller, I. (2006). La promoción del consumo de frutas y verduras en América Latina: buena oportunidad de acción intersectorial por una alimentación saludable. *Revista chilena de nutrición*, 33, 226-231.
  - Koontz W. (2016). Administración: una perspectiva global empresarial y de innovación. (15ª Edición). Editorial: McGraw – Hill.
  - Nardi, M. A., & Pereira, S. (2002). Dinámicas territoriales y desarrollo rural en la Argentina: el Programa Social Agropecuario y las Ferias Francas en la provincia de Misiones. IV Coloquio sobre Transformaciones Territoriales, "Sociedad, Territorio y Sustentabilidad: Perspectivas desde el Desarrollo Regional y Local", Asociación de Universidades Grupo Montevideo-Universidad de la República, 21.
  - Nardi, M. A., & Pereira, S. G. (2016). Proximidad territorial y desarrollo local-rural: las ferias francas de la Provincia de Misiones-Noreste Argentino. *Interacciones (Campo Grande)*, 8 (13).
  - Román, J. (2012). Puesto para exhibición y venta de hortalizas. *Tableros*, 2.