

La Investigación en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Villa María



**Universidad
Nacional
Villa María**

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

Theiler, Elizabeth
La Investigación en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Villa
María / Elizabeth Theiler ; Gabriel Suárez - 1a ed. - Villa María : Universidad
Nacional de Villa María, 2018.
Libro digital, PDF.

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-1697-64-9

1. Ciencias Sociales 2. Investigación I. Suárez, Gabriel II. Título
CDD 301.01

ISBN 978-987-1697-64-9

© Universidad Nacional de Villa María, 2018.

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta obra puede ser transmitida o reproducida en cualquier forma o por cualquier medio electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación o cualquier otra forma de archivo y recuperación de información, sin el previo permiso por escrito del Editor.

All right reserved. No part of this work may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording or by any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publisher.

Impreso en Argentina - Printed in Argentina.

Se terminó de imprimir en *Talleres Gráficos DEL S.R.L.*
E. Fernández 271/75, B1868AEE
delsrl@yahoo.com.ar
Agosto de 2018.

Caracterización de la cadena productiva de indumentaria textil en localidades de mediano tamaño. Identificación y diseño de estrategias comerciales.

Los casos de Bell Ville y Villa María.

Director: Mauricio Vinanti

Integrantes: Mussa, Patricia; Suárez, Gabriel; Cance, Ignacio; Menardi, Mauricio.

El recorrido metodológico

El presente trabajo de investigación adopta un carácter exploratorio descriptivo. Buscando caracterizar los eslabones de la cadena productiva del sector de confección de indumentaria textil en dos localidades de mediano tamaño (Villa María y Bell Ville), describimos las relaciones entre actores e identificamos limitaciones y posibilidades de mejora para emprendedores de pequeña escala.

Para realizar este trabajo, en primera instancia realizamos una recopilación y lectura de diversos materiales bibliográficos que abordan la temática en las principales ciudades del país (Buenos Aires, Rosario y Córdoba) y otros vinculados al desarrollo territorial, economía, innovación productiva y cadenas de valor. A partir de estas lecturas, organizamos reuniones grupales para poder dialogar e intercambiar saberes que nos permitiesen construir las bases para un marco teórico.

A continuación, realizamos un relevamiento de datos secundarios para conocer la información disponible en los territorios. Las Oficinas de Empleo fueron una importante fuente de consulta. Aunque cabe destacar que, por la informalidad del sector, dicha información no era exhaustiva. Por lo cual, nos nutrimos de datos secundarios de informes elaborados para las grandes áreas urbanas del país.

Con los datos recabados en el territorio, elaboramos una base de contactos de productores, emprendimientos y empresas vinculadas al sector. Y nos propusimos entrevistarlos. Las entrevistas que realizamos, por ser de carácter exploratorio, contaron con un número reducido de preguntas. El objetivo fue conocer algunos datos bien específicos sobre los métodos de producción, comercialización y vinculación; pero también quisimos dejar lugar a la obtención de información adicional y relevante que podían brindarnos los entrevistados. En total realizamos 24 entrevistas: 17 en Villa María y Villa Nueva y 7 en la ciudad de Bell Ville.

Elaboramos matrices para realizar el análisis de la información recabada en las entrevistas. La estructura de la misma tiene su origen en estudios similares, basados en análisis de la cadena de valor en territorios de mayor tamaño. Decidimos confeccionarla de esta manera, para poder realizar comparaciones e identificar comportamientos similares o disímiles. Incluimos algunas adaptaciones que reflejan las particularidades del territorio. Además de la matriz, trabajamos en la georreferenciación de los talleres y locales de los emprendimientos textiles, a los fines de identificar patrones de asentamientos. Para ello, utilizamos la herramienta de Google Maps, dada la accesibilidad, facilidad de uso y posibilidad de compartir la información con los diversos públicos interesados.

Por último, y siendo uno de los resultados más importante del presente estudio, trabajamos en la identificación y diseño de estrategias colectivas que puedan repercutir positivamente en los emprendimientos de baja escala.

Caracterización de la cadena de valor textil en las ciudades de Villa María y Bell Ville

Patrón de especialización

A nivel nacional en la industria textil de la indumentaria tiene gran predominio el sector dedicado a la elaboración de prendas de moda, que incluye la indumentaria pret a porter, de bebés y niños, y la ropa deportiva. Se caracteriza por el alto grado de industrialización y repetición de patrones en función de la demanda. En este sector, los fabricantes se diferencian a través de las marcas.

La marca es el símbolo que identifica a la firma y a partir de la cual ésta define sus políticas de distribución, comunicación y producto. A partir de esta idea es posible diferenciar dos tipologías de empresas: las que centran su estrategia en la marca y las que no.

En general, las que no tienen marca producen ropa más commodity -de calidad media baja y con poco diseño- y de más bajo precio. Su 'caballito de batalla' son los puntos de distribución y venta, que pueden ser formales (locales o comercios independientes) o informales (La Salada y otras ferias).

Las que centran su estrategia en la marca buscan diferenciarse de sus competidoras a través del diseño, el marketing y el canal (locales exclusivos -propios o franquiciados- a la calle o en shoppings, tiendas multimarcas, etc.). En términos generales se pueden distinguir tres categorías de marcas: las de alta gama o premium; las de gama media; y las de gama baja.

Ahora bien, teniendo en cuenta su vínculo con los puntos de venta se pueden encontrar en el sector las siguientes tipologías de empresas:

- Fabricantes que tienen locales propios.
- Fabricantes que venden a mayoristas y a minoristas (cadena de hipermercados, grandes tiendas comerciales, etc.).
- Grandes comercializadores o hipermercados que tienen producción propia y compran a otros fabricantes de indumentaria¹.

Entre las principales marcas premium podemos mencionar a Akiabara, Caro Cuore, Cheeky, Etiqueta Negra, Kosiuko, La Martina, Mimo, Nike, Adidas, Puma, Rapsodia, Wanama, entre otras.

En el grupo de las marcas de gama media sobresalen Dulce Carola, Eyelit, Fila, Legacy, Materia, New Man, Reebok, Rever Pass, Ritmo, Sol y Oro, Topper, etc.

Finalmente, las de gama baja abastecen al consumidor de ingresos medio-bajo y sus principales puntos de venta son los locales tradicionales, encontrándose aquí las marcas propias de los grandes supermercados e hipermercados.

“La principal vulnerabilidad económica del sector es el hecho de que la demanda de su producción es muy elástica al ingreso y que como la misma se destina principalmente al mercado doméstico, la actividad productiva termina estando fuertemente correlacionada con el ciclo de la economía y siendo altamente vulnerable a los cambios en el poder adquisitivo de la población”²

Esta realidad en el ámbito local no se repite, puesto que el patrón de especialización productiva en Villa María pareciera que refiere fuertemente a la producción de uniformes. Esto se debe a que la mayoría de empresas dedicadas a este sector, y que se encuentran inscriptas en la Tasa de Comercio de la Municipalidad, pertenecen al rubro de la fabricación de ropa de trabajo.

¹ Esta caracterización está tomada de ‘El Sector Indumentaria en la Argentina’ Informe Final. Capítulo IV. Instituto Nacional de Educación Tecnológica. 2010.

² El Sector Indumentaria en la Argentina. Informe Final. Capítulo I. Instituto Nacional de Educación Tecnológica. 2010.

A este nivel, el atributo más importante para los fabricantes no se centra en la marca de sus productos, ya que muchas veces pasan inadvertidas (sólo se coloca en la etiqueta y en la griffa), sino que se basan en la posibilidad que dan a sus clientes de brindarle un uniforme como herramienta para comunicar la identidad de la firma o institución.

En este segmento se compite fuertemente con uniformes de industria nacional o extranjera que ofrecen productos con precios muy competitivos producidos con economías de escala pero que presentan un diseño estándar. Frente a ello, los actores productivos de la ciudad ofrecen al mercado local y regional un producto con un diseño exclusivo que les permitirá a sus compradores diferenciar a sus trabajadores o alumnos.

En comparación con las prendas de vestir de moda, la indumentaria de trabajo es un producto de demanda permanente a través de los años y presenta un comportamiento menos dependiente de factores externos como los cambios culturales o los vaivenes socioeconómicos, por lo que es posible identificarlo como un mercado con demanda inelástica lo que significa que ante modificaciones en cualquiera de las variables (precio, nivel adquisitivo, gustos) la misma no responde con variaciones negativas importantes.

A pesar de su demanda inelástica, en el rubro de la confección de prendas de trabajo se observa una marcada demanda estacional. Esto se correlaciona directamente con las épocas de cambio de uniformes de verano e invierno. Por tanto, los meses de mayores ventas son de octubre a enero, por la alta demanda de uniformes de verano (remeras, chombas, pantalones con géneros más frescos, camisas mangas cortas) y, de abril a julio por el creciente pedido de uniformes de invierno (camisas mangas largas, pantalones gruesos, buzos, chalecos, camperas).

En función al mercado que satisfacen, podemos clasificar a los uniformes en las siguientes categorías:

- I) *Escolares*: la ciudad se ha convertido en un gran polo educativo. Desde guarderías maternas hasta instituciones terciarias y universitarias, aseguran un mercado estable para proveer anualmente de uniformes especiales o guardapolvos para alumnos y docentes.
- II) *Seguridad e Higiene*: uniformes para los profesionales de la salud y operarios de industrias. Villa María presenta un creciente desarrollo en la salud con presencia de Hospitales, Clínicas Privadas y Consultorios de diferentes especialidades. En cuanto a las industrias, es sabido que la ciudad con su Parque Industrial y por ser una de las cuencas lecheras más importantes del país ocupa un gran número de trabajadores que forman un mercado muy activo. Al suplir también a la región, la gran actividad agropecuaria es también uno de sus mayores clientes.

- III) *Corporativos*: uniformes para personal administrativo y gerencial, como así también para el rubro de comercios y servicios (financiero, gastronómico, hotelero, etc.). Aquí el uniforme represente un símbolo de identidad corporativa y es utilizado también como una herramienta de marketing y comunicación. El mercado local en este segmento representa un mercado potencial en crecimiento por la visión que tiene la ciudad de transformarse en centro recreativo y de ocio para la región.
- IV) *Publicitario/ Promocionales*: prendas confeccionadas para un evento en particular que puede ser solicitado por cualquier institución o firma mencionada previamente para posicionar su nombre. Su demanda dependerá de las actividades promocionales que desarrollen las empresas y organizaciones.

Participación y caracterización del empleo textil en Villa María y Bell Ville y su relación con el empleo industrial

Cuando hablamos de empleo textil dentro del empleo industrial estamos realizando un corte conceptual, es decir, seleccionamos un sector de la cadena de producción. Descartamos los primeros eslabones que tienen que ver con la producción de algodón, lanas y fibras y las últimas que tienen que ver con la comercialización. En este apartado nos centraremos en las condiciones de trabajo de las costureras.

Por el trabajo de campo realizado podemos hacer algunas descripciones que vemos coinciden con los datos recogidos por otras investigaciones. Se repiten los casos de informalidad laboral, precariedad y explotación. Es muy difícil hacer estimaciones de la cantidad de persona dedicadas a este trabajo en las ciudades de Bell Ville y Villa María, por un lado, porque las altas tasas de informalidad laboral y tercerización produce que no podamos contar con datos confiables de sindicalización y aportes jubilatorios; y por otro, las estadísticas que elaboran entes especializados tanto estatales como privados suelen ser de grandes centros urbanos, quedando excluidas estas ciudades. Si bien desde hace unos años Villa María comenzó a formar parte de la Encuesta Permanente de Hogares realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec), no nos fue posible acceder a datos desagregados de actividad, como si a las tasas de empleo, desempleo, actividad, etc.

En Villa María se repite la norma que nos muestran otras investigaciones sobre el sector, existen múltiples modalidades de trabajo, donde se ponen en juego diversos recursos o capitales, que implican distintas posiciones en la cadena de

valor textil¹. Encontramos talleres domiciliarios que trabajan a fasón, es decir fábricas o comercios les llevan las telas cortadas o los moldes para que se corte en el taller siempre proveyendo la tela, se confecciona en los talleres y luego las prendas son entregadas al comercio o fábrica que paga por prenda. Esta situación genera una relación laboral compleja, por un lado, las entrevistadas que trabajan bajo esta modalidad mencionan que, si bien el pago es magro, les resulta más conveniente que trabajar por su cuenta, ya que los volúmenes son importantes y fijos, las empresas suelen mantener la relación. En el informe de investigación “Las cadenas de valor local, el trabajo y la estructuración del campo económico” de Etchegorry, Matta, Magnano y Orchansky (2013), se habla de la figura del recolector que funciona como nexo entre las costureras y los talleres y las empresas, quedándose con parte del valor de las prendas. Por el trabajo de campo realizado no hemos encontrado la figura de dicho intermediario con la autonomía que describen los investigadores desde su experiencia en la ciudad de Córdoba. Sin embargo, más allá de que la figura del recolector, desde lo que hemos podido investigar por el momento, suele ser el propio dueño del comercio. Esta modalidad de trabajo a fasón tiene las mismas consecuencias que las relatadas en el informe mencionado: es una estrategia de reducción de costos de las empresas que se desligan de sus responsabilidades legales sobre las trabajadoras.

Dicho informe, además, menciona una serie de factores que permiten comprender de manera más amplia la situación de precariedad laboral de estas trabajadoras. La dispersión geográfica de los talleres, debido a su modalidad domiciliaria, produce escasa interacción entre las costureras, lo cual fue revelado durante las entrevistas. Cuando les consultábamos por otras colegas por lo general conocían sólo a una o dos. Esta situación de aislamiento y desconocimiento inhabilita la posibilidad de construir una subjetividad colectiva que permita pensar estrategias de reivindicación (Etchegorry, Matta, Magnano, & Orchansky, 2013).

Sin embargo, la dispersión no es un factor que puede explicar unilateralmente la situación de precariedad; ya que existen otras cadenas de valor, como la informática, donde la dispersión y atomización no conllevan a situaciones de precariedad. Los autores explican que “las industrias que son trabajo intensivas, en las que no se requieren grandes inversiones de capital económico ni de capital cultural, en términos de tecnologías o habilidades específicas, son más proclives a generar posiciones en desventaja relativa”. Quizás en este punto podemos arriesgar una hipótesis: a menores capitales (económicos, culturales, sociales) que puedan ser reconvertidos en posiciones más favorables en las relaciones de poder, menores son las posibilidades de obtener mejores condiciones de trabajo. Esta situación refuerza las condiciones de reproducción de la pobreza, impidiendo

¹ La conceptualización bourdiana sobre capitales, posiciones y campo la tomamos de (Etchegorry, Matta, Magnano, & Orchansky, 2013).

do que el trabajo se convierta en una herramienta para construir bienestar, y no ya supervivencia, a las trabajadoras y sus familias.

Por último, otra dimensión importante que mencionan estos autores, es la tolerancia social respecto de las situaciones de explotación; es decir, “las normas culturales que toleran o castigan las situaciones de precariedad laboral” y la capacidad de control y acción de aquellas instituciones estatales y sindicales encargadas de proteger a los trabajadores.

Por otro lado, hemos entrevistado a diseñadores que combinan confección propia con el trabajo de las costureras, pero cuyo trabajo da un salto cualitativo. Al incorporar diseño e innovación y la creación de una marca, fortalecen su posición poniendo en juego capital simbólico. Así, si bien no son competitivos en términos de precios, ya que sus costos son mayores a las grandes empresas que, en varias ocasiones con trabajo precario, producen mayor volumen, se encuentran, respecto a las costureras, en otra posición dentro de la red de relaciones de poder. Debido a que logran combinar capitales simbólicos, mediante conocimientos de uso de tecnologías, de estética y uso de medios de comunicación (por ejemplo: las redes sociales como vehículo para construir una marca que refleje ‘modos de vida’ y se transforme en un bien valioso, minimizando la importancia del precio). Además, estos diseñadores suelen tener capital social -amigos, familiares, conocidos- que offician de red de contactos que brindan apoyo y ayuda para sus proyectos económicos.

Retomando la aclaración con la cual se dio inicio al apartado, expondremos algunos datos que hemos podido obtener. De acuerdo con un informe financiado por el Ministerio de Trabajo de la Nación, el CEA (Programa de apoyo a la consolidación y mejora de la calidad del empleo en la Argentina) y la OIT (Oficina internacional del Trabajo) (Matta, 2011), al año 2006 en los aglomerados Gran Córdoba y Gran Rosario el 16% del total de empleo industrial era empleo textil. Respecto al Gran Córdoba, al año 2009 el 38,58% de la población se encontraba ocupada, un total de 540.000 personas; el 11.7%, 63.000 personas, trabajaban en el sector industrial; en tanto que el sector textil representaba el 5.3% de trabajo industrial, y el 0.6% del trabajo total del Gran Córdoba, lo cual da un resultado aproximada de 3.000 personas dedicadas a la producción textil. La Revista IF que divulga un artículo realizado por IERAL de Fundación Mediterránea, informa que para el año 2011 en la provincia de Córdoba el empleo textil dentro del empleo industrial representó el 8%. Además, indica en disonancia con los datos precedentes que “el empleo total de estas ramas industriales es superior a 14.000 puestos de trabajo.”.

Relación con el eslabón de aprovisionamiento

Las compras de insumos y materias primas no se realizan en el propio lugar de origen de los emprendimientos (ni en Bell Ville ni en Villa Maria), fundamental-

mente la compra se realiza en Buenos Aires o Córdoba. Como estrategia inicial colectiva la compra en conjunto no forma parte de las prácticas de estos emprendedores.

A pesar que los emprendimientos entrevistados son de baja-mediana escala y que por lo tanto las estrategias de fortalecimiento colectivas serian un camino de subsistencia posible, se plantea una fuerte resistencia en avanzar sobre el tema.

La compra conjunta, no solo permitiría adquirir insumos y materias primas a mejores precios que de manera individual, sino también generar mayores contactos comerciales que diversifican las posibilidades de compra.

Las estrategias asociativas suelen comenzar con compras conjuntas para luego avanzar, con el correr del tiempo y la confianza ganada, en otros aspectos como puede ser la producción conjunta, estableciendo responsabilidades sobre cada etapa y por lo tanto un mayor grado de especialización sobre el proceso.

La venta asociativa es el punto en el otro extremo de la compra de insumos de manera conjunta. Aquí se prioriza y potencia la red comercial y las posibilidades de mayores y mejores mercados brindando sostenibilidad a la actividad productiva.

Ingresos

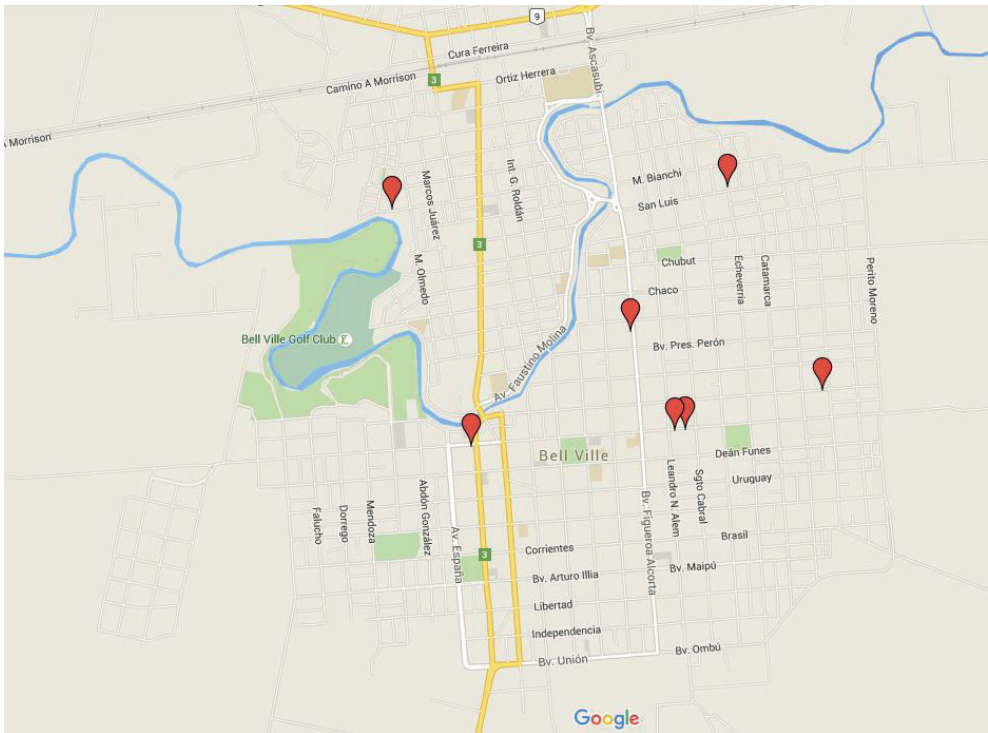
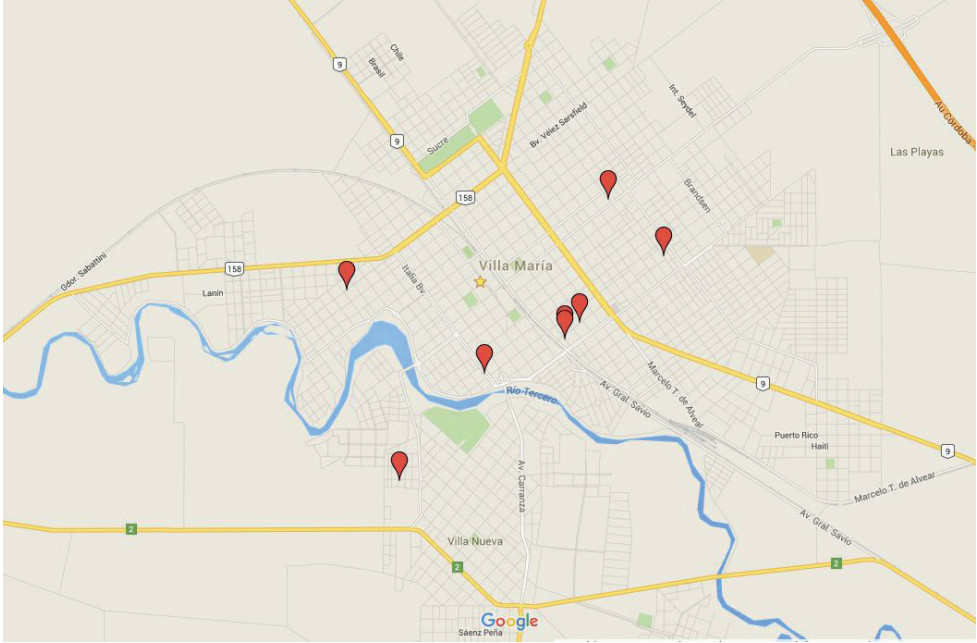
De las entrevistas concretadas se concluye que la actividad textil o el emprendimiento textil no es la principal fuente de ingreso en estas familias, solo la mitad manifiesta que el emprendimiento textil resulta su principal estrategia de ingresos. Esta realidad esta notablemente condicionada por los ciclos del mercado y con ello de consumo.

Se pudo observar que no son menores los costos que se omiten para hacer de esta actividad la estrategia principal de ingresos. La inexistencia de un pago de alquiler, es decir, la actividad productiva en la propia casa es un elemento de reducción de costos al igual que los costos fijos no se computan ya que son los propios de la casa.

Quienes manifiestan brindar empleabilidad lo hacen de manera informal lo cual también ayuda a la disminución de costos de estructuras permitiendo la subsistencia de estos emprendimientos.

Georreferenciación de las productoras entrevistadas

Georreferenciamos las ubicaciones de los talleres y locales comerciales, a los fines de identificar patrones de aglomeración.



No existe ninguna particularidad que lleve a una aglomeración geográfica de los talleres y locales comerciales. Sólo en el caso de Villa María existe una proximidad entre 3 talleres (dos son del mismo dueño) y la aglomeración no obedece a ninguna particularidad del territorio. Esta dispersión territorial dificulta el desarrollo de actividades cooperativas entre los emprendimientos.

Diseño de estrategias colectivas para el fortalecimiento del sector

Desde la experiencia de esta investigación y el análisis de otras experiencias, explícitamente las vinculadas con investigación acción en el campo de la economía social y economía popular, hemos podido identificar algunos núcleos problemáticos que se reiteran en este campo de la economía: una serie de eslabones críticos de la cadena relacionados con la calidad-diseño y la comercialización, que impacta directamente en la capacidad de los emprendimientos para generar ingresos.

Experiencias realizadas a través de clínicas de diseño y la incorporación de pequeños equipamientos tecnológicos, líneas colectivas de desarrollo de la función Innovación y Diseño (I+D), llevan a profundizar la investigación acción en pos de incorporar nuevas tecnologías detectadas como importantes. Desde estas experiencias ha sido posible reconocer necesidades y potencialidades del sector. Por ello actualmente nos avocamos a investigar los procesos que procuran consolidar y generar dispositivos de acción colectiva, a través del uso de tecnologías sociales, que empoderen a los actores de la economía social en su faz productiva y, a su vez, aumente las capacidades de articulación, cooperación y transferencia de saberes entre pares.

Desde las ciencias sociales hemos construido conocimientos que han permitido guiar y tensionar nuestro método de investigación, la investigación acción, y la formación de profesionales de la universidad pública. El trabajo con los y las productores textiles y con las instituciones que buscan habilitar nuevas y colectivas condiciones que impacten positivamente sobre las estrategias de comercialización y en los ingresos de los emprendedores, sentaron las bases para pensar la articulación con el sector de la economía social en Villa María y Bell Ville.

Por ello proponemos, en primer lugar, profundizar en la construcción de conocimiento sobre el funcionamiento de tecnologías sociales para la inclusión social, es decir, conocer aquellos dispositivos que permiten crear organización social para fortalecer la capacidad de resolución sistemática de problemas, sociales y económicos.

En este marco, identificamos que una posible continuidad de la presente investigación debería abogar por la realización de un proyecto de transferencia tecnológica de la Universidad Nacional de Villa María a pequeños productores textiles.

Dicho proyecto debería enfocarse en resolver los problemas referidos a Innovación y Diseño, que son dos áreas donde mayores dificultades se han encontrado dentro de la cadena textil de estos emprendedores. Diversas experiencias han demostrado que el uso colectivo de las tecnologías apropiadas para cada cadena de valor, potencia procesos de inclusión social y construcción de matrices productivas justas y participativas. Partimos de una mirada crítica de los procesos de transferencia tecnológica, que implica comprender la posibilidad de dicho proceso de crear capacidades estables para resolver aquellas problemáticas que aminoren la calidad de vida de las familias involucradas, intentando superar aquellas medidas que funcionan como meros paliativos. Los conocimientos críticos generados desde las experiencias permitirán conocer las fortalezas y debilidades, lo cual contribuye a fortalecer la sustentabilidad de los procesos de desarrollo social y productivo. Esta propuesta busca analizar el desarrollo de tecnologías facilitadoras de la organización social con fines productivos y solidarios, enmarcándose en la metodología de la investigación acción.

La experiencia que proponemos enfatiza la importancia del territorio como espacio de desarrollo y vinculación de capacidades. Las características técnicas y tecnológicas pueden constituir escenarios facilitadores u obstaculizadores del desarrollo, por lo cual es central observar las prácticas sociales en torno al uso de las tecnologías.

Entendiendo con Polanyi² que la economía está inscrita en reglas sociales, culturales y políticas, y sin negar la prevalencia de las relaciones mercantiles, las estrategias colectivas proveen de posibilidades de desarrollo de relaciones de reciprocidad y de acumulación de diversos capitales a los participantes de estas experiencias.

Asimismo, y en virtud del convenio firmado por el IAPCS y la Municipalidad de Villa María para la creación de un Centro de Relaciones Sociales e Institucionales, proponemos la posibilidad de diseñar un Centro de Innovación Textil que podría tener las siguientes características:

² Polanyi, Karl (2012) La economía como proceso instituido. En Polanyi, Karl Textos escogidos. CLASCSO – UNGS.

| OBJETIVOS | METAS | ACTIVIDADES |
|--|--|--|
| <p>Fortalecer la situación de los emprendimientos textiles de la ciudad de Villa María, que permita disminuir las restricciones detectadas a través del desarrollo de dispositivos colectivos.</p> | <p>Construir un espacio para el uso colectivo de tecnologías y saberes en asociación con el Municipio de Villa María</p> | <p>En primer instancia estudiar las estrategias productivas y comerciales de cooperativas, talleres y emprendimientos de confección de indumentaria de la ciudad de Villa María</p> |
| | | <p>Construcción conjunta con el Municipio de un espacio físico (preferentemente en un MuniCerca) para la producción e innovación textil</p> |
| | | <p>Generar un proceso de capacitación que abarque distintos ciclos de complementariedad y permita socializar saberes (producción - gestión - comercialización)</p> |
| | | <p>Realizar un estudio sistemático y participativo de las estrategias productivas y comerciales</p> |
| | <p>Generar cuatro experiencias comerciales con organizaciones que forman parte de esta experiencia</p> | <p>Estudiar el consumo de productos de la economía social de los estudiantes de la UNVM y sus unidades domésticas con énfasis en el consumo de indumentaria</p> |
| | | <p>Diseñar e implementar 4 estrategias de comercialización para fortalecer el quehacer comercial de las unidades productivas que involucren a los actores comprometidos (Municipio - Universidades - Caritas - Cooperativas)</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | Realizar un informe con reflexiones y aprendizajes de las experiencias llevadas adelante | Identificar posibles alternativas colectivas, factibles sostenibles que permitan superar limitaciones vinculadas al diseño y la comercialización |
| Estrechar lazos entre las experiencias de la ciudad Villa María y la ciudad de Córdoba a través de la mesa textil, las universidades (UNVM - UNC) y la Caritas | Cooperar y promover instancias de encuentro entre emprendedores de la ciudad de Villa María y Córdoba | Realizar visitas a los dispositivos colectivos vigentes en Córdoba (emprendedores de Va. Ma) y de Villa María (emprendedores Córdoba) |
| | | Consolidar con equipamiento productivo y de innovación a las organizaciones sociales participantes |
| | | Generar un proceso de profundización en la formación en los productores relacionados con la mesa textil Córdoba y replicar las primeras experiencias en Villa María |
| | Generar un espacio provincial de encuentro entre pequeños productores textiles | Realizar un Foro Textil con la participación de productores de la ciudad de Córdoba, la Ciudad de Villa María y pequeñas y medianas ciudades circundantes a Villa María |

Entendemos que se presentan como impostergables y necesarias estas estrategias de tipo colectivo en virtud del contexto económico que objetivamente camina hacia la apertura de la economía, el límite a las políticas de consumo y la eliminación de subsidios a los servicios públicos (lo cual encarece la industria local); combo que avizora tiempos complejos para este sector altamente vulnerables a los ciclos económicos.

A este escenario le debemos sumar el carácter procíclico de esta industria. En etapas de crecimiento económico y aumento del poder adquisitivo, se incrementa el consumo de indumentaria por encima del promedio de mercancías, a la inversa ocurre en periodo de contracción, dado que la vestimenta suele ser unos de los primeros productos que se deja de consumir frente a la reducción de ingresos.

Estos elementos descriptos presuponen un nuevo proceso de concentración económica en el sector, determinando menor atomización de las unidades productivas y mayor poder de negociación de los grandes actores del sector que cuentan con posición dominante, especialmente en estos contextos macroeconómicos actuales.

Bibliografía

- Adúriz I. (2009) La Industria Textil en Argentina. Su evolución y sus condiciones de trabajo. Foro Ciudadano de Participación por la Justicia y los DDHH-Instituto para la Participación y el Desarrollo. Buenos Aires: FOCO-INPADE.
- Bourdieu, P. (2002) La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. México: Taurus.
- Cadena de Valor Textil e Indumentaria: Plan Estratégico Industrial 2020 (2012) n/a. Capítulo IV. Ministerio de Industria, Presidencia de la Nación.
- Castel, R. (2002) El proceso de individualización: fragilización de los soportes de identidad frente a las transformaciones del capital y del trabajo. Conferencia inaugural del Seminario Permanente sobre las manifestaciones actuales de la cuestión social.
- D'Ovidio, M. (2007) Quien es quien en la cadena de valor del sector de indumentaria textil. Documento Fundación El Otro, con el apoyo del Ministerio de RREE de Holanda y Novib. Oxfram: Holanda.
- Davis, J y Golberg (1957) Concept in Agribusiness. División of Reserch. Harvard University Press.
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2009) Marketing management. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Lieutier, A. (2010) Esclavos: los trabajadores costureros de la ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: Retórica Ediciones.
- Matta, A. y Magnano, C. (coord) (2011) Trama productiva urbana y trabajo decente. Análisis y estrategias para la cadena productiva textil de indumentaria en Áreas Metropolitanas. Buenos Aires: OIT.
- Polanyi, K. (2012) La economía como proceso instituido. En Polanyi, K. *Textos escogidos*. CLASCSO- UNGS
- Tokman, V. (2001) De la informalidad a la modernidad. Santiago de Chile: OIT.