

Vuelve la “moda” de las Agencias de Desarrollo Local en Santa Cruz

¿Son una herramienta mal utilizada? ¿Son ejes de alternativas para cargos extra políticos? ¿O encierran en sí mismo el oculto mundo de espejitos de colores que disimulan acciones sociales de trascendencia? Aquí análisis e historia, pensando y abriendo el debate de qué hacer con ellas.

En Santa Cruz mientras política y renta petrolera no colisionaban, en pleno ocaso del “menemismo” se fundaron al menos tres Agencias de Desarrollo (Pico Truncado, Caleta Olivia, Puerto San Julián)

Estas surgían como entidades para apoyar el desarrollo económico local en un escenario económico nacional que facilitaba la penetración económica de nuevas actividades y viejas con nuevas tecnologías de producción a la vez que se promovía la descentralización transfiriendo a los Municipios viejas y nuevas responsabilidades producto de la privatización de las empresas estatales.

Hasta entrado el año 2.006 se fundaron la Agencia de Puerto San Julián de carácter estatal – privado (2004), la de Pico Truncado de carácter estatal (1999), la de Caleta Olivia (2003) de carácter estatal – universitario, la de Perito Moreno (2005) de carácter estatal – privado, la de Gobernador Gregores de carácter estatal – privado (2006). Todas ellas en medio de más de centras de Agencias Nacionales articuladas de la mano de la SePyMe comenzaron en una historia basada en los antecedentes de Santa Fe, Neuquén, Chubut, etc. Hoy en pleno 2012 se avizoran el surgimiento y relanzamiento de nuevas agencias en el marco de una política que pretende poner en valor esta ya vieja herramienta con renovados antecedentes que miran fundamentalmente a Puerto San Julián como la “Meca” de las Agencias. Si bien los actuales responsables se limitan a transmitir sus experiencias y son enfáticos a señalar que cada cultura local tiene que realizar su propio aprendizaje, también es cierto que el efecto imitación ya tiene aduladores y detractores a la hora de registrar como los líderes de una Comunidad prescindiendo de su conflictividad interna, lograron aprender a trabajar manteniendo sus diferencias por sobre el bien común de su Comunidad.

Las claves que hay que saber para el éxito en tiempo. Observador Central al indagar acerca de la constitución de las Agencias identifico una serie de constantes con las que han tenido que lidiar estas en su derrotero histórico: la relación público – privada en el financiamiento, la constitución y características de los actores participantes, la forma de administrar los recursos económicos disponibles y comprometidos por el estado provincial que en ningún caso se ejecuto, la capacidad técnica puesta en juego en los programas o proyectos de desarrollo productivo, la injerencia política de los Intendentes en las Agencias, el grado de aceptación social de la Agencia como herramienta del desarrollo y en especial los beneficiarios (comerciantes, emprendedores, empresarios PyMes y trasnacionales), la capacidad de los gerentes de las Agencias, los contextos políticos eleccionarios y pos eleccionarios, etc. Cada una de estas variables ha incidido definitivamente en los resultados alcanzados en pos del desarrollo local y de sus entornos de influencia.

Los riesgos a invertir en el desarrollo local. Varias Agencias han surgido de la necesidad

de intervenir en la sustentabilidad económica pensando en las futuras generaciones (Cerro Vanguardia, Minera Santa Cruz, Triton) o de entes estatales que han buscado liderar en los procesos de desarrollo local para escapar de las limitaciones del propio Estado Municipal (Universidad Nacional de la Patagonia Austral – Unidad Académica Caleta Olivia, Estado Municipal de Pico Truncado). A la hora de los balances todas ellas pueden mostrar resultados tangibles de distinta calidad material y cultural, destacando las Agencias de Desarrollo de Puerto San Julián y Pico Truncado. Las resultantes experiencias se caracterizan por estar cruzadas por los obstáculos propios de organizaciones que no logran instituir cultura del desarrollo local con autonomía de sus poderes políticos y económicos que la gobiernan y financian. Son culturas organizacionales donde los estatutos limitan la participación de los representados a la asistencia y donde los proyectos que se aprueban son los de los Presidentes de las Agencias Y/o los que vulneran el estatuto y reglamento de funcionamiento de las Agencias; inclusive hay casos donde se usan las Agencias para licuar recursos económicos que no pueden pasar por rentas generales de los Municipios. En general en todos los casos donde hay participación plural de representación de las fuerzas vivas estas no siempre logran entender el concepto y su propósito no partidario que trascienda los sectores sociales y políticos locales.

Pico Truncado surfeando los contextos. La Agencia de Pico Truncado es la más decana de la Provincia de Santa Cruz (1999) y se montó en un contexto de crisis estructural de sustentabilidad de la localidad y de contexto de elecciones políticas, lo que limitó el lanzamiento de su Plan de Desarrollo Estratégico programado y no ejecutado. No obstante, ya desde la intendencia de Sergio Acevedo se habían planteado los grandes lineamientos del desarrollo local en materia de energía (energía eólica, hidrógeno, industria minera del cemento: cemento y cal, lajas, cerámicos), se han incorporado los alimentos (zona de chacras), fortalecimiento y desarrollo de PyMes. Pico Truncado tiene hoy una población estimada de 25.000 habitantes y se ha transformado en punto neurálgico del interconectado, ha discutido en los últimos tiempos sobre certificaciones, turismo tecnológico, capacitaciones específicas y trabajo junto con el INTI y reflexiona sobre la calidad de servicios. Con el transcurrir de los primeros diez años del SXXI la Agencia a surfeado las coyunturas políticas y financieras pero ha mantenido cierta trayectoria de asesoramiento técnico a las PyMes y complementariamente sigue incidiendo en los lineamientos de desarrollo estructural que las próximas generaciones verán específicamente en materia de energía.

San Julián “la meca” de las Agencias. Los tangibles resultados en Puerto San Julián muestran una Agencia de Desarrollo que luego de transitar 3 años de conflictos internos, de cruzar el mismo derrotero descrito más arriba, logró construir una organización de aprendizaje el 2006. Su estabilización institucional alcanzada a partir de junio de 2008 le permitió ejecutar el Plan de Desarrollo Estratégico Participativo San Julián 2020. Esta Agencia promovió lineamientos que logró consensuar con la sociedad, con el poder político como promotor y observador e la empresa Cerro Vanguardia como “pata” financiera. Acto seguido se acordó una forma de aporte anual de la fuente privada (Cerro Vanguardia) sobre la base de programas aprobados por la Comunidad en el marco de las políticas de Responsabilidad Social Empresaria donde el aporte está en directa relación con las utilidades netas anuales de la Compañía. Aquí todos los actores han quedado

“enmarcados” en un modelo de sustentabilidad que prescinde de las campañas de los sectores políticos. Acto fundamental es que logro autonomía de gestión tutelar de su Intendente y este se limito a utilizar el Plan Estratégico como plataforma de la campaña electoral y descansar de ser el interventor en la economía del futuro y más bien a ser el receptor del futuro que construyen los técnicos y los integrantes que han liderado el proceso (Cámara de Comercio, Universidad, Ruralistas, Secretaria de Desarrollo y Producción Municipal).

Los avatares del financiamiento. Para todas las Agencias el financiamiento siempre ha resultado ser el factor extenuante. LA experiencia demuestra que una cosa es la transparencia de la gestión en la administración de los recursos, otra cosa es la disposición e fondos alternativos al Estado y para el mantenimiento de las estructuras de funcionamiento de las Agencias y , otra cosa son los recursos económicos genuinos y potables para financiamiento del desarrollo económico de proyectos productivos y no solo de servicios que no producen efecto de acumulación de capital económico local para invertir. En el otro extremo se encuentran los problemas de financiamiento que no conforman en ninguno de los modelos de coordinación institucional fondos de inversión e calidad para los procesos de acumulación de capital del desarrollo local en términos de equilibrio entre recursos no renovables extraídos, ganancias netas y ganancias locales acumuladas. OBSERVADOR CENTRAL pudo comprobar que en varios de los modelos mixtos existentes entre corporaciones mineras y Estado Municipal tienen una importante fisura que limita históricamente las posibilidades de desarrollo e las Comunidades cuando existen financiaciones producto de acciones individuales de gerentes de empresas por sobre las propias autoridades locales y los programas y lineamientos aprobados y/o en acuerdos políticos individuales entre gerentes y poderes políticos. De la misma manera se pudo reconstruir como el rompimiento de la relación Universidad – Municipalidad de Caleta Olivia evidenció la debilidad de una articulación basada en la desconfianza y en los personalismos de los actores que protagonizaron el proceso histórico. En Perito Moreno y Gobernador Gregores donde todavía se vive la infancia en el aprendizaje de las Agencias es una realidad que están cruzando los obstáculos propios de organizaciones que no logran instituir cultura del desarrollo local con autonomía de sus poderes políticos y económicos que la gobiernan y financian.

El emprendedor poco comprometido. Al margen de los problemas de organización, financiamiento y capacidad de proyectar colectivamente uno de los más importantes aprendizajes que deben cruzar las Agencias es que deben actuar entre dinámicas de capitales trasnacionales y economías donde el subsidio y la renta proveniente de la producción extractiva, suele pasar por un Estado que se limita a invertir en proyectos de comerciantes, emprendedores y PyMes de servicios que no siempre comprenden que ellos son el futuro de la sustentabilidad y deben acumular capital y desarrollar mano de obra. LA inexistencia de una cultura emprendedora fuerte en una Provincia donde los grandes empresarios no “rentísticos” y con domicilio en Santa Cruz son escasos y los verdaderos beneficiarios de las Agencias no logran apropiarse y comprometerse con esta herramienta del desarrollo para la acumulación de riqueza genuina y transparente coloca en varios casos a las Agencias en ámbitos de predicación de “arar el desierto”. Por ello, las Agencias existentes y las que vendrán deberán posicionarse por encima de

las limitaciones culturales y de las intervenciones políticas y por sobre todo fuera de la tutela de gerentes o representantes de las empresas privadas, solo así se podrán generar condiciones complementarias a la infraestructura del desarrollo que objetivamente se puedan llegar a concluir en Santa Cruz luego de que el tren de la historia finalice el protagonismo de los pingüinos en “la Casa Rosada”.