

¿CONSTRUYENDO TERRITORIO?

EL ROL DE LAS AGRONOMIAS Y ACOPIOS EN BALCARCE

Eje temático propuesto: 12

Cadenas agroindustriales y relaciones intersectoriales.

Apellido y nombres: Bruno, Mariana Paola; Viteri, María Laura; Sili, Marcelo

Pertenencia institucional: CONICET – INTA – GESPyT (UNMDP); EEA – INTA
Balcarce – CONICET - UNS

Dirección de correo electrónico:

bruno.mariana@inta.gob.ar; viteri.maria@inta.gob.ar; sili.marcelo@gmail.com

¿CONSTRUYENDO TERRITORIO?

EL ROL DE LAS AGRONOMIAS Y ACOPIOS EN BALCARCE

RESUMEN

En la Argentina, la expansión de la producción agropecuaria vino acompañada del incremento y consolidación del mercado de agroinsumos (semillas, agroquímicos y fertilizantes). En general, los estudios vinculados con las transformaciones del agro (siembra directa, expansión de la frontera agrícola, pool de siembra) no focalizan en las proveedoras de bienes y servicios como las agronomías y acopios. A partir de las prácticas sociales y espaciales de los responsables de las agronomías y los acopios en una ciudad agropecuaria (Balcarce, sudeste bonaerense), nos proponemos reflexionar sobre el rol que cumplen estos actores en la construcción social del territorio. Partiendo de una base de datos *ad hoc*, se implementaron entrevistas semi-estructuradas a los actores clave de este entramado, entre junio de 2018 y junio de 2019. Los orígenes de las empresas y sus representantes, así como las articulaciones con clientes, proveedores e instituciones locales, nos permiten comprender cómo estas empresas construyen/de-construyen territorio. Si bien las empresas de bienes y servicios para el agro siempre reflejaron conductas globales por ofrecer insumos importados, en los últimos años la presión de la lógica capitalista global reconfigura el paisaje comercial y de interacción con los actores locales.

Palabras clave:

Agroinsumos, empresas transnacionales, comercialización, relaciones de poder.

Introducción

Desde mediados de los '90, el escenario de la agricultura argentina se vio modificado por el incremento de los precios internacionales de los cereales y oleaginosas indiferenciados (*commodities*), mayor utilización de paquetes tecnológicos sofisticados, inserción de diversos tipos de productores, así como en la expansión y consolidación de una red de distribuidores y proveedores de agroinsumos. La zona de producción por excelencia de estos *commodities* en la Argentina es la región pampeana, asiento de una multiplicidad y heterogeneidad de actores vinculados tanto a la producción primaria

como a los bienes y servicios para el agro. En este sentido, las localidades intermedias pampeanas, llamadas por algunos autores “ciudades del campo” reflejan los cambios en el sector agropecuario, adquiriendo renovadas funcionalidades (Santos, 1991; Silveira, 1997; Mikkelsen, 2013). Estas ciudades son habitadas por productores, trabajadores rurales, prestadores de servicios locales y extra/locales desde hace años.

En este trabajo nos proponemos reflexionar sobre el rol que cumplen las empresas prestadoras de servicios (acopios y agronomías) en el partido de Balcarce (sudeste bonaerense) y sus lógicas de inserción entre 2001 y 2019. Si bien el sudeste no es zona núcleo de la región pampeana, es un fiel reflejo de las llamadas “ciudades del campo” (Santos, 1991; Silveira, 1997). Su dinámica expansiva en cultivos tales como papa para consumo e industria, trigo, soja, girasol y maíz, fue acompañada por empresas de venta de maquinarias, reparación mecánica, contratistas, laboratorios de análisis de suelo y agua, embolsadoras, acopios, agronomías, galpones de empaque, etc.

Desde sus orígenes (1876), Balcarce es una ciudad con alto vínculo agropecuario, observándose en los últimos años mayor apertura a la inserción de empresas tanto nacionales como internacionales. En este trabajo focalizaremos en las **agronomías** y en los **acopios o cerealeras**. Definimos a las **agronomías** como comercios a cargo de profesionales del agro (ingenieros agrónomos o especialistas en comercio agrario) que venden semillas y agroquímicos (fertilizantes, insecticidas, herbicidas) y asesoran a sus clientes en modos de aplicación y otras técnicas. Los **acopios o cerealeras** reciben granos de terceros (vía compra o concesión) y se encargan de distribuir y vender en el mercado local o internacional. Actúan como intermediarios en la venta de cereales. Es de destacar que algunos acopios venden agroquímicos como parte del servicio prestado a sus clientes.

A través de entrevistas en profundidad a informantes clave y dueños y/o representantes comerciales de empresas radicadas en el Partido de Balcarce, intentamos explorar la compleja trama que involucra a las agronomías y acopios radicados en este espacio con impronta agro-alimentaria. Este artículo se organiza de la siguiente manera: 1) Se presentan los antecedentes empíricos sobre las transformaciones en el agro y el accionar de las empresas globales en las “ciudades del campo” y las nociones teóricas en torno al espacio geográfico y el territorio construido socialmente; 2) Se caracteriza a las agronomías y acopios instalados en Balcarce; 3) Se analiza la heterogeneidad de vínculos comerciales y profesionales dentro y fuera de las empresas analizadas; 4) Se

sintetiza sobre el rol que cumplen las agronomías y acopios en la construcción del territorio; 5) Reflexiones finales.

1. Antecedentes y aspectos teóricos-metodológicos:

Milton Santos (1999, 2000) ha llamado al nuevo orden mundial, instaurado desde fines de los sesenta, como “técnico-científico-informacional”. Desde la hegemonía neoliberal y globalizante, la tecnología es inseparable de la ciencia y la información, logrando la unicidad del tiempo. En este Sistema Económico Mundial, los actores hegemónicos - como las grandes Empresas Globales (EG) tienden a descomponer las etapas productivas de las cadenas de valor en diferentes partes del planeta, con el solo fin de obtener plusvalía y mayores ventajas competitivas a nivel planetario. El resultado es una jerarquización espacial de lugares: de la producción, de las decisiones y espacios marginados.

Las EG movilizan recursos y se instalan en uno u otro territorio de acuerdo a las ventajas ofrecidas. Por lo tanto, los territorios se convierten en la porción del espacio global, donde se expresa la globalización. Las decisiones de deslocalización de estas empresas globales generan ciertas incertidumbres entre los actores locales por las externalidades negativas y costos sociales que acarrearán. Así, el funcionamiento de los territorios está condicionado por su relación a nivel planetario (Santos citado por Freitas Caetano, 2016).

El avance de la ciencia y la técnica en los espacios rurales tiene sus inicios en los '60 con la mecanización de las labores (Sili, 2005). En los '70, se suman las innovaciones biológicas (semillas híbridas y genéticamente modificadas), técnicas agronómicas (siembra directa) y químicas (fitosanitarios, herbicidas, fertilizantes). El crecimiento acelerado del uso de estas innovaciones, que hoy son parte “naturalizada” del modelo productivo preponderante, tiene una alta presencia de grandes Empresas Globales (EG). Estas EG concentran cada vez más el mercado global de agroinsumos mediante fusiones entre las grandes corporaciones y adquisiciones de nuevas unidades. Estas acciones se refuerzan con la imposición de regímenes de protección de la propiedad intelectual de semillas y principios activos mediante el uso de patentes privadas (Gorenstein y Ortiz, 2016; Bomardi, 1919).

Diversos autores argentinos (Teubal *et al.* 2005; Barsky, 1993; Bisang *et al.* 2009) han estudiado las innovaciones en el sector agropecuario tratando de explicar los cambios

organizacionales dentro de la agricultura. Teubal *et al.* (2005) y Bisang *et al.* (2009) señalan el pasaje de una **agricultura integral**, donde los factores de producción (tierra, capital, mano de obra) son controlados por el productor que mantiene escasas articulaciones por fuera de su unidad productiva, a una “agricultura en red” (Bisang *et al.* 2009; Gras, 2013). La “agricultura en red” es definida por la apertura de la explotación agropecuaria a otros actores, servicios e insumos, considerando que todos los actores intervienen en la toma de decisiones y de riegos. Sin embargo, Fernández (2016) ve a la “agricultura en red” como una organización que maximiza la rentabilidad a costa de generar economías de escala y minimizar el riesgo a base de expandir la superficie explotada. Para Fernández (2016) la noción de “agricultura en red” esconde una lógica de producción “tradicional” o “fordista”, aparentando modernidad y equidad aunque legitima las relaciones de poder entre las grandes empresas agropecuarias, los contratistas y los vendedores de insumos y bienes para el agro.

Independientemente de la noción que se utilice (“agricultura en red” o “agronegocios”), estas nuevas formas de organizar la producción agropecuaria muestran una mayor diversidad de actores que la tradicional (Bisang *et al.* 2009; Gras, 2013; Balsa *et al.* 2014; Guibert *et al.* 2011; Gras y Hernández, 2013). A los productores agropecuarios tradicionales, de heterogéneas capacidades productivas en cuanto a escala de tenencia de factores (trabajo, tierra, capital), se suman las mega-empresas de capitales extra-agrarios, contratistas y rentistas. Sin embargo, desde el mundo académico se priorizan estudios sobre las prácticas de los actores sociales que hace menos tiempo forman parte del paisaje agropecuarios: las mega-empresas agropecuarias (Gras, 2013; Balsa *et al.* 2014; Bisang *et al.* 2009; Grosso *et al.* 2009; Barsky y Dávila, 2008), y los contratistas (Lódola, 2008; Lódola y Fossati, 2004; Muzlera, 2010; Lombardo y Tort, 2018). En cambio, prácticamente no existen trabajos que se interesen por las prácticas e interacciones de los proveedores de innovaciones biológicas y químicas, como semillas y agroquímicos. Estos insumos están en manos de una diversidad de actores, entre los que se encuentran las agronomías y los acopios, localizados en las ciudades intermedias.

Entre las escasas investigaciones existentes sobre las empresas que ofrecen insumos y almacenan granos, Carabajal (2003) y Hernández (2015) estudian la red de distribución de una empresa multinacional en ciudades intermedias de la región pampeana argentina. Muestran los cambios de estrategias en las formas de comercializar y articular con las agronomías locales, pasando de una mera venta de insumo a la agronomía local a una

intervención más activa en la cartera de clientes de cada una de esas agronomías que distribuyen sus productos con marcas internacionales y de prestigio entre los productores. Bassi *et al.* (2011), estudian cómo un *pool* de siembra, conformado a partir de la unión de capitales de diferentes inversores vinculados al sector agropecuario (asesores profesionales y productores locales), se inicia en la comercialización de agroinsumos y se expande no sólo en superficie operada, sino también en números de agronomías distribuidas en diferentes localidades de la provincia de Buenos Aires.

Haciendo foco en el territorio, Astegiano (2015), García y Merchán (2016), observan la complejidad empresarial en la provisión de insumos y servicios para el agro en diferentes espacios geográficos de la Argentina. Astegiano (2015) analiza las transformaciones espaciales en el norte cordobés, vinculadas a la modernización agrícola y a la expansión y consolidación de una red técnica de agentes de agro-negocios. La autora reconoce áreas donde el proceso de agriculturización se consolida, a las que denomina *belts*; y otras zonas, en las cuales el avance de la producción de cereales y oleaginosas, de la mano de actores externos al territorio, desplaza a las producciones tradicionales del lugar (cría extensiva de caprinos y bovinos), denominadas *fronts*. La expansión de la agricultura en ambas zonas, se dio de la mano, en parte, de la conformación de una Red Técnica de agentes encargados de la difusión de innovaciones. Esta red está conformada por un aglomerado de empresas vinculadas a la comercialización de insumos, servicios y granos pertenecientes a grandes grupos agroindustriales nacionales y multinacionales y empresas locales que se han capitalizados. García y Merchan (2016) destacan el rol de las agronomías que ofrecen insumos y asesoramiento técnico en el cinturón hortícola de la ciudad de La Plata. No sólo ofrecen y asesoran, sino que también actúan como sujetos financieros, adelantando capital o insumos para que los horticultores inicien sus campañas productivas. Ambos trabajos describen el accionar de las empresas de una manera generalizada, sin profundizar en las interacciones sociales generadas entre proveedores y clientes. En ese sentido, nuestro desafío es ahondar en las prácticas sociales que se generan alrededor de los productos y servicios que ofrecen las agronomías y los acopios en una ciudad agropecuaria intermedia, como Balcarce.

Para el presente trabajo tomamos nociones de la geografía social para comprender a Balcarce como un territorio cargado de un conjunto de intencionalidades políticas, sociales, productivas, culturales (proyectos), económicas que se plasman o concretan en

función de las capacidades de los actores y grupos de actores para llevarlas a cabo (Sili, 2018). Por lo tanto, el territorio es construido socialmente a partir de las acciones territoriales de múltiples actores como agronomías, acopiadores, empresas globales, productores, contratistas, que interactúan constantemente dentro y fuera del espacio geográfico delimitado políticamente (Massey 2004, 2012; Murdoch 2006; Sili, 2018). Estas acciones se encuentran en constante movimiento y entran en contradicciones entre acciones pasadas y presentes, es por ello que Santos (1995) habla de la metamorfosis del espacio habitado.

Los flujos de información-tecnología, mercancías y recursos financieros que circulan entre los actores, se convierten en vectores de las verticalidades y horizontalidades. Las verticalidades reagrupan a todas aquellas actividades en favor de los actores de carácter global, espacialmente más alejados de esas realidades cotidianas. Estos vectores son los que permiten conectar a Balcarce al sistema mundo. Las horizontalidades sostienen lo cotidiano de un territorio, es decir, a las interacciones entre los individuos, los grupos e instituciones locales y globales. La confluencia y coexistencia de verticalidades y horizontalidades, de la dialéctica entre orden global y local, generan una particular combinación que le confiere especificidad al lugar que lo vuelve singular y único dentro del espacio global (Santos, 1995).

Desde esta perspectiva, Balcarce se convierte en un territorio “interesante” para las empresas globales y el mercado mundial por la importancia de la producción agraria. Nos interesa indagar en cuál es rol que cumplen agronomías y acopios y cómo las Empresas Globales se insertan en el territorio y la dinámica que se genera entre lo local y lo global. Santos (1995) nos invita a salir del dualismo global/local, al considerar que lo global se expresa en el territorio a través de los vínculos entre actores locales, dueños y/o encargados de comercios que venden agroinsumos, y extra-locales, empresas transnacionales productores de agroinsumos.

Para llevar adelante nuestra investigación, en principio elaboramos una **base de datos ad hoc** para identificar a las empresas instaladas en la zona. Esta **base** se construyó con información secundaria provista por la Dirección de Recursos y Secretaria de Producción de la Municipalidad de Balcarce, Cámara de Comercio e Industria de Balcarce y Fundación Lucha Contra la Fiebre Aftosa. Además se realizó observación y registro de las empresas presentes en distintas exposiciones locales (Educo Agro 2016, Expo Rural Balcarce 2017). La base se completó, con entrevistas semi-estructuradas a

informantes calificados del sector público (10) y privado (6) y la revisión de sitios web. Se obtuvo un listado con 110 empresas que ofrecen bienes y servicios para el agro (venta y reparación de maquinarias, acopiadores, laboratorios de análisis técnicos en suelo, venta de insumos y asesoramiento técnico, venta de implementos de riego, etc.) radicadas en Balcarce. Se utilizó la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (INDEC, 2010) para dividir a las empresas en función de su rama de especialización dentro de lo que se llama empresas de bienes y servicios para el agro. En el presente trabajo, nos centraremos en las empresas que participan en la venta de agroinsumos (semillas, agroquímicos y fertilizantes) o en la comercialización de granos: agronomías y acopiadores.

A partir de esa base, contactamos y entrevistamos a los representantes de las firmas (agronomías y acopios cerealeros) e indagamos en sus prácticas organizacionales y comerciales. Las entrevistas (6) se llevaron a cabo entre los meses de junio de 2018 y junio de 2019. Se contactó a los responsables de empresas dedicadas a la venta de agroinsumos y comercialización de granos en el partido de Balcarce y en la región. Se indagó sobre los orígenes de la empresa, la principal actividad que desarrollan, el tipo de bienes y servicios que ofrece, las relaciones con proveedores, clientes e instituciones públicas y privadas. La información fue sistematizada y analizada en función de las siguientes dimensiones: características de las empresas y relación con proveedores y clientes; así como con instituciones locales para analizar el proceso de construcción del territorio. En cada dimensión se tuvo en cuenta la perspectiva de los propios entrevistados (Long, 2007).

2. Expansión de las Agronomías y Acopios en Balcarce (2001 – 2019)

El partido de Balcarce, localizado en el sudeste bonaerense, sobre la llanura pampeana, se encuentra atravesado por la Ruta Nacional N° 226 y la Provincial N° 55. Estas rutas conectan al partido con centros regionales de mayor relevancia como Mar del Plata, Tandil y Necochea. La posición estratégica a nivel regional, sumado a la potencialidad productiva y la presencia de profesionales especializados hacen de Balcarce un lugar-territorio “interesante” para las empresas globales que desean expandir sus mercados.

Gracias a las condiciones agroecológicas, Balcarce ha basado su economía tradicionalmente en el sector agropecuario, siendo los principales cultivos el trigo, soja, girasol y maíz. Tal como sucedió en todo el país, la superficie implantada con soja se

incrementó a partir de la campaña 1996/97 (cuando se autoriza en el país el uso de soja transgénica). Además de los cultivos mencionados, se destaca la producción de papa para consumo e industria. Balcarce, junto a los partidos del sudeste bonaerense, constituye la principal región productora de papa del país, aportando el 45% de la producción nacional y el 90% de la provincial (Mosciaro, 2011). La producción agropecuaria se ve potenciada por la presencia de instituciones de ciencia y técnica como la Estación Experimental - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (EEA-INTA Balcarce) y la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Mar del Plata (FCA-UNMDP).

Desde mediados de los '90, con la radicación de la multinacional procesadora de papas pre-fritas super-congeladas, y sobre todo, a partir de 2000 con la instalación de proveedores de agroinsumos y venta de maquinaria agrícola, el territorio adquiere su propia dinámica. De acuerdo a la base de datos *ad hoc* (Bruno *et al.* 2018) y teniendo en cuenta la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (INDEC, 2010), contamos con un total de 110 empresas orientadas al agro, donde las agronomías y acopios representan un 22% del total del padrón de este tipo de empresas radicadas en Balcarce¹. Las agronomías y acopios, objeto de nuestro estudio, se encuentran localizadas preferentemente en las avenidas y vías de circulación de acceso a la ciudad cabecera del partido. La Tabla 1 muestra las principales características de las empresas entrevistadas en Balcarce.

¹ De un total de 110 firmas, un 58% se dedica a la comercialización de bienes (Agronomías y Acopios; Venta de Maquinaria Agrícola, Veterinaria; Venta de Combustibles y Consignatarios de Hacienda), 21% a la industria manufacturera (Fabricación de bombas de agua, maquinaria de pos-cosecha, silos, implementos agrícolas, plaguicidas, alimentos balanceados), el 15% a servicios directos al sector primario (Monitoreo y Control de Plagas, Acondicionamiento y Frigorífico para Papa, Cabañas Reproductoras y Producción de Semillas) y el 6% restante a servicios profesionales y técnicos (Servicios de Ensayo, Laboratorio de Semillas y Suelos).

Tabla 1: Características generales de las Agronomías y Acopios en Balcarce (2018/2019)

Empresa	Inicio de Actividad (*)	Origen de los representantes legales	Principal Actividad	Actividades Secundarias	Cantidad de Sucursales	Personal (**)
I	1998	Local	Venta de Agroinsumos	Asesoramiento - Producción de Granos - Producción de Semillas	1	8
II	2011	Local	Venta de Agroinsumos	Logística - Asesoramiento	1	8
III	2004	Local	Venta de Agroinsumos	Asesoramiento y producción de semillas	1	10
IV	2006	Regional	Venta de Agroinsumos	Logística - Asesoramiento - Asesoramiento - Multiplicación de Semillas	8	10
V	2006	Regional	Acopio y comercialización de granos	Venta de Agroinsumos - Producción de Granos -	5	2
VI	2009	Regional	Acopio y comercialización de granos	Venta de Agroinsumos - Asesoramiento técnico y comercial - Siembras Asociadas - Acondicionamiento de semillas	15	9
VII	2014	Regional	Acopio de granos y venta de agroinsumos	Servicios	29	8

(*) Inicio de Actividad en Balcarce

(**) Se incluye sólo el personal de la sucursal de Balcarce.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas entre mayo de 2018 y junio 2019.

Como se puede observar en Tabla 1, las empresas iniciaron sus actividades en los años '90 y sobre todo en la década del 2000, a partir de las inversiones realizadas por actores locales y capitales regionales. A inicios del nuevo milenio, el crecimiento en número de estas empresas vino asociado al incremento de la demanda mundial de *commodities* para el consumo humano y animal, la producción de bioenergía y la expansión de la siembra directa (Gorenstein y Ortiz, 2016). Tanto las nuevas firmas como las ya instaladas en otros partidos o incluso en Balcarce, crecen y se expanden geográficamente.

Teniendo en cuenta el **origen de los representantes legales** podemos distinguir dos grupos: “**locales**” y “**regionales**”. Las “**agronomías locales**” surgen a partir de ingenieros agrónomos con fuerte arraigo local (nacidos en la localidad o graduados en la

UNMdP con sede en esta localidad). Muchos de estos profesionales han acumulado experiencia al trabajar anteriormente en agronomías tradicionales del territorio o en empresas trasnacionales líderes en el mercado de agroinsumos. La organización empresarial es simple: administración y gestión de la empresa; ventas y asesoramiento y logística (recepción de mercadería, entrega y manejo del depósito). Generalmente son representantes exclusivos de alguna de las empresas líderes a nivel mundial, (Monsanto, DuPont, Dow Agro Science, BASF, Syngenta y Bayer), cuya cartera de productos suele ser complementada con otras marcas líderes y/o productos genéricos. Para estas empresas, entre los agroinsumos, los agroquímicos (fungicidas, herbicidas, insecticidas) representan los productos más vendidos, seguidos por las semillas. Estas empresas no cuentan con sucursales en otras localidades de la provincia de Buenos Aires.

Las firmas de capitales extra-locales, a las que denominamos **de carácter regional** constituyen sucursales de empresas de que cuentan con locales en varios partidos de la provincia de Buenos Aires. Para la mayoría de las firmas entrevistadas de este grupo, la principal actividad es el almacenamiento y comercialización de granos, seguida de la venta de agroinsumos, pudiendo ser o no representantes exclusivos de una determinada marca. Las sucursales localizadas en Balcarce forman parte de una red de Centros de Servicios Integrales distribuidos en el centro-sureste de la provincia de Buenos Aires que se originaron a partir de *Joint Venture* (por ejemplo, Terramar JV SA), de fondos de inversión, pool de siembra o de mega-empresas agropecuarias que junto a inversionistas han expandido su negocio (Los Grobos; Ceres Tolvas). En estos casos, las representaciones locales responden a una lógica de organización empresarial a nivel regional con una Administración Central radicada en otros partidos.

Como mencionamos, las empresas entrevistadas, sean locales o regionales suelen diversificar sus actividades principales con otras complementarias. Es común que estas empresas incursionen eventualmente en la producción de granos, en asociación con productores conformando lo que se suele denominar una “vaquita” (Grosso et al. 2009), o en Siembras Asociadas, por las empresas regionales.

Respecto a la **generación de empleo** (Tabla 1), la mayoría de los comercios no posee más de 10 personas trabajando permanentemente. Las tareas a desarrollar son: asesoramiento y venta de agroinsumos, administración y logística (depósito, distribución). La primera de las tareas requiere de personal calificado con conocimiento en técnicas agronómicas, momento y forma de aplicaciones de agroquímicos, así como

una excelente relación y conocimiento de la diversidad de canales y estrategias comerciales. En general, estas labores son desarrolladas por ingenieros agrónomos y/o personal con *expertise* con altas capacidades para asesorar a los productores en el uso y compra de agroquímicos, o comercializar productos, gracias a su trayectoria laboral en el rubro. No obstante, durante las entrevistas pudimos registrar la importancia que cobran las competencias vinculadas a las relaciones interpersonales, sobre la obtención de un título universitario. En este sentido, es importante que los encargados de la venta y asesoramiento cuenten con redes sociales, vínculos con productores, dentro del ámbito donde van a desarrollar su actividad, para captar mercado y fidelizar a los clientes.

En los últimos años, con el avance de la llamada Cuarta Revolución Industrial (Bensusán *et al.*, 2017), donde aumenta la capacidad de almacenaje y procesamiento de información, donde se implementan prácticas con robots, se intensifica el uso de internet y de la inteligencia artificial, los empleados y gerentes comerciales de estas empresas no sólo deben ser capaces de estrechar vínculos con los productores (relaciones interpersonales), sino además aprender a interactuar con los artefactos de esta nueva era cibernética. Los recursos humanos empleados deben ser capaces de coordinar, resolver problemas y ser autónomos. Si bien el trabajo de vender y asesorar no requiere esfuerzos físicos, según los entrevistados, insume horas extras por parte de los vendedores, que no siempre son reconocidas por los demandantes. Algunos de los vendedores o responsables del negocio comentan:

“Y el laburo de la venta es bastante exigente, o sea, tiene buenos resultados, pero es bastante exigente, hay que andar mucho, mucha relación social, o sea no es un trabajo de oficina”.. (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)

... “la profesión del ingeniero agrónomo es lo más denigrante y denigrado, debe ser de las profesiones más tiradas abajo, porque vos trabajas por un sueldo, a vos te pueden llamar por teléfono para ver infinidad de veces un lote. Vos llegás a las once de la noche, muerto y es todo de “gauchada”. Es simplemente, porque yo te compro un producto en [la agronomía]”. (Entrevista 22, TC, 08/08/2018).

Esta disposición al cliente las 24 horas al día es posible gracias al avance de las tecnologías de información y comunicación. Asimismo, se convierte en una necesidad de la forma de organización de la producción hegemónica, donde se prioriza la producción a gran escala y en el menor tiempo posible, y donde la competencia entre proveedores de servicios es cada vez mayor. Estas horas extras y “esfuerzo”, en palabras de los propios actores, tienen sus beneficios sociales y económicos, en la

medida que permiten fidelizar la relación con el cliente y consolidarse en el mercado como “vendedores con una buena cartera de clientes”.

En síntesis, desde mediados de los '90 se expande y consolida el sector de agroinsumos, y en menor medida, acopio y comercialización de granos, observándose una mayor participación de empresas extra-locales sobre todo en la década de 2000. Siendo las principales estrategias empresariales: representación exclusiva, asesoramiento y complementariedad con otras actividades como la producción de granos y semillas asociadas. La expansión de las agronomías y acopios, junto a la estrategia de representación exclusiva, no hacen más que reflejar las tendencias mundiales hacia la entrada en juego de nuevas firmas, la consolidación de las ya existentes, así como la concentración de la producción y comercialización de semillas y agroquímicos (Gorenstein y Ortiz, 2016).

3. La Lógica las Empresas Globales en el Territorio Local: Verticalidades

En este apartado nos interesa conocer las interacciones desarrolladas entre las Empresas Globales (EG) líderes en el mercado mundial de agroquímicos y las empresas objeto de estudio de este trabajo (acopios y agronomías). Como bien señala Santos (2000) las verticalidades nos permiten comprender cómo la dinámica de las EG penetra en el territorio local, así como Balcarce se inserta en el mercado mundial de agroalimentos globalizado. Esta dialéctica es mirada por medio de las estrategias de dominación que despliegan las empresas líderes en el mercado de agroinsumos, así como también las funciones que cumplen las agronomías y acopios para hacer eficiente la captación de mercado.

Como mencionáramos, la mayoría de las empresas entrevistadas son representantes exclusivos de agroinsumos cuyos formuladores y elaboradores pertenecen a EG líderes en el mercado mundial de agroquímicos (Syngenta, Corteva, Nidera, Basf, Bayer, entre otras). Durante los últimos años, las EG han transformado sus sistemas de comercialización, afectando los modos de circulación de los productos y formas de relación entre los actores (Hernández, 2015). Entre los principales cambios se pueden mencionar aquellos relacionados con la modalidad de las representaciones exclusivas, los mayores flujos de información, la incorporación de software específicos y las estrategias de marketing.

El trabajo de campo desarrollado entre 2018 y 2019, nos permite señalar que las EG se insertan en los territorios contactándose con uno o dos actores locales referentes en la comercialización de agroinsumos y los invitan a ser representantes exclusivos a nivel local y/o regional de los productos que producen y/o distribuyen. Esta exclusividad es sinónimo de exigencias y beneficios. Año tras año, las EG demandan a los comercios locales, no sólo incrementar los volúmenes de ventas, sino también mejorar el seguimiento de los datos productivos (cantidad de hectáreas trabajadas, cultivos implantados y otros, comparación con otros cultivos) y personales (fecha de cumpleaños, intereses, ocio y otros) de la cartera de clientes. Toda esta información es proporcionada por las agronomías y acopios a las EG, mediante un software que proporciona la propia compañía. Observamos así, cómo las EG, mediante las tecnologías de información y comunicación (TIC), controlan toda la información disponible tanto de las agronomías locales, como de los productores-clientes, mediante sistemas centralizados.

Si bien la exclusividad y las exigencias de las EG siempre existieron, los entrevistados nos aseguran que en los últimos años se incrementa la calidad y precisión del control de la información de qué, cómo y a quién se vende. Esto significó un “incremento en las ventas de productos y una mejor organización administrativa, evitando así los riesgos empresariales” (Entrevista 25 TC, 26/06/2019), garantizando una mayor estabilidad y equidad entre los representantes exclusivos. A la vez, el mayor uso de las TIC fue en detrimento de las relaciones cara a cara (Entrevista 24, TC, 22/03/2019). Al respecto, el dueño de una de las agronomías analizadas en este trabajo, explica su relación con los gerentes de una EG con contrato de “exclusividad”:

... “yo tengo que armarles una planilla y pasarles todo... Nosotros somos un empleado encubierto de ellos, para hacértela clara. Antes, siempre, históricamente, la información la guardábamos nosotros, quienes son mis clientes. Hoy en día les tenés que pasar todo. Porque en definitiva, es resultado, y vos vas a resultado.” (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)

Los buenos resultados logrados por las agronomías son compensados por las EG. Las EG conocen cuáles son las agronomías que venden más su producto valiéndose de software específicos que les permiten calificar a las agronomías y a sus clientes en función de su desempeño (cantidad de agroinsumos vendidos, “acciones” llevadas a cabo, relación entre cantidad de insumos comprados-ha trabajadas-cultivos). A su vez, las agronomías según la calificación otorgada por la EG, acceden a determinados

beneficios económicos, como descuentos y bonificaciones en la compra de productos. La evaluación constante por parte de la EG, genera un nivel de presión sobre las agronomías para mantener su calificación, y en consecuencia, los beneficios y bonificaciones en la compra de mercadería.

Además de las exigencias y controles, tanto las EG como las empresas de carácter regional surgidas a partir de *Joint Venture*, cuentan con un Equipo Técnico, integrado por un gerente, llamado en algunos casos *Joint Venture Manager (JVM)* e ingenieros agrónomos especializados en el manejo agronómico de un determinado insumo. En general, el JVM es el que supervisa y monitorea a los encargados de las agronomías. Los ingenieros agrónomos del Equipo Técnico (especializados en determinados insumos) brindan capacitaciones a dueños, encargados y empleados de las agronomías. Este monitoreo les permite a las EG chequear la performance de sus representantes, aproximarse al territorio y a quienes están a cargo de la producción primaria.

Las estrategias comerciales de las EG llevan a las agronomías y acopios a ampliar las formas de facturación y formas de pago. A la tradicional forma facturación por parte de la agronomía, se le suman otras dos modalidades como son la facturación a cuenta y orden y la facturación directa de la EG. Cuando la facturación está a cargo de la agronomía, es el empresario local quien compra la mercadería y luego la vende y factura a su nombre. El sistema de cuenta y orden, consiste en mercadería puesta en el depósito de la agronomía en concesión y una vez que se retira la mercadería se liquida a la EG. Cuando los clientes superan un determinado volumen y valor de compra, la EG factura directamente al cliente. Si bien el involucramiento de las EG en la comercialización es cada vez mayor, las nuevas modalidades de facturación (Facturación a Cuenta y Orden y Facturación Directa), permiten a las agronomías y acopios reducir el pago de impuestos y a las empresas globales evitar la administración de multiplicidad de cuentas, siendo la tendencia cada vez mayor a la facturación directa.

Entre las formas de pago más conocidas podemos mencionar pago al contado, cheque o depósito, canje de cereal y tarjeta rural. Esta última opción es uno de los sistemas más difundidos en los últimos años dado los beneficios para compradores y vendedores. Al productor le permite pagar en pesos al comprar y el vendedor se asegura del cobro del importe de la factura. A través de estas herramientas financieras-crediticias, las agronomías y los acopios se convierten en financieras de los productores adquiriendo un

rol destacado dentro del territorio, actuando como intermediarias entre los productores y las instituciones crediticias.

Si bien las empresas entrevistadas venden y asesoran a un espectro de clientes muy diverso (pequeños productores familiares a grandes mega-empresas) con volúmenes de compra variables, los productores que superan las 50.000 ha o compran grandes volúmenes de insumos, son absorbidos por las propias EG, quienes le facturan directamente. Esta situación convierte a las agronomías locales en meros depósitos de mercancías y/o en operadores logísticos. El técnico comercial de una de las agronomías comenta:

... “Cuando un cliente supera una X cantidad de ha y una X cantidad de consumo, ya lo chupan ellos [la EG], y le venden directamente y condicionan a la agronomía, entre comillas. Llega un momento que hay cosas que ni te enterás”... (Entrevista 19, TC, 22/06/2018)

... “Porque, por un lado, a vos te presionan que hay que vender, vender, vender... y, por el otro, te chocás con ciertas empresas que decís, “che... le vende todo directo, ¿cómo querés que haga?,” ¿me entendés?... (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)

Los testimonios precedentes reflejan el rol que cumplen los dueños o encargados de las agronomías como intermediarios entre la EG y los productores agrícolas. Las EG necesitan de estos actores locales para poder acceder a los productores, sin embargo, una vez que establecen confianza, y logran un determinado volumen de compra, las EG lo captan directamente, casi prescindiendo de las agronomías. Una situación similar, sucede con la empresa multinacional agroalimentaria radicada en el partido de Balcarce, con unidades de producción primaria propia. Esta se abastece de agroquímicos directamente de las EG de agroinsumos y alquilan el espacio físico a las agronomías locales como depósito. Estas últimas cobran un alquiler por dicho espacio y les ofrecen el servicio de logística.

Por lo expuesto precedentemente, los flujos de información (datos productivos, agroinsumos, capital financiero) que circulan entre las EG, agronomías y acopios en Balcarce y los productores primarios, constituyen vectores de las verticalidades. Estos flujos garantizan la globalización de los procesos de los procesos productivos, la jerarquización no solo de los lugares, sino también de las agronomías y acopios según sus *performance* y el control por parte de las empresas globales.

4. El Espacio de las Cotidianeidades: Horizontalidades

Las horizontalidades de Santos (2000) nos remiten a la cotidianeidad de las relaciones sociales que se establecen entre los actores. Nos interesa conocer qué pasa en el día a día en la interacción de los actores locales en permanente comunicación con las EG y sus clientes. La separación entre verticalidades y horizontalidades obviamente es a los fines analíticos, ya que todas estas actividades o interacciones se dan al mismo tiempo y en el mismo lugar. En nuestro caso nos interesa conocer cómo los propietarios y/o gerentes de agronomías y acopios se ponen en contacto con los productores y fidelizan sus relaciones comerciales.

Al ser un mercado altamente competitivo, las agronomías y acopios implementan diferentes estrategias de captación de clientes. Para establecer un primer contacto el “boca a boca”, “visita a campo” o “tranquerear”, son las más utilizadas por los vendedores de agroquímicos y comercializadores de granos, por su mayor eficacia. Uno de los vendedores de servicios explica la lógica del entramado de la comercialización:

.. “es más por referencia de los mismos productores, "ché mirá estoy vendiendo con [empresa X], me va bien, llámalos", que te llame un cliente. Porque si vos agarras un padrón y llamas un cliente que no te conoce, va a ser muy difícil que te venda [cereal] o que te preste atención. ... A mí me lo demostró el tiempo, que uno puede llamar a 500 mil productores que uno no conoce, o pasar un precio 10 dólares arriba del mercado y no vas a hacer negocio” (Entrevista 21, TC, 22/06/2018)

La estrategia del boca a boca es la etapa inicial de un técnico comercial que recién se inicia en la actividad y que poco a poco se va haciendo “conocido”. Evidentemente no importa tanto ofrecer precios competitivos, sino ganarse la “confianza” del cliente. Otra estrategia utilizada es la asistencia a eventos locales y/o regionales, organizados por instituciones públicas y privadas. Uno de los empleados de un acopio, cuenta:

.. “Después, obviamente “estar”, que estuve "A Todo Trigo" en Mar del Plata, que estás, que te vean con la camisa de [la empresa x], “ah vos trabajas en [empresa X]”? Sí, estoy en Balcarce. No te van a hacer un negocio, pero aunque sea te van a ver, te va a ubicar. No sé, hay ensayos de trigo, acá en el INTA y vamos, y entonces estas ahí, y estas con la camioneta de [la empresa], y ya te ven; APRESID organiza algo hay que estar presente.” (Entrevista 21, TC, 22/06/2018)

Para quienes ya se encuentran en actividad con trayectoria en el rubro, el camino se encuentra más allanado. Así lo comenta uno de ellos:

... “el hecho de haber tenido una trayectoria a nivel local, le gente conoce tu forma de ser y tu forma de trabajar. Vos ahora vas bajo el nombre de una empresa y bajo ciertas normativas, precio y condiciones. Entonces vos como persona ya tenés el vínculo establecido”... (Entrevista 23, TC, 16/02/2019)

En general las agronomías y acopios venden a diferentes productores que pueden producir dentro o fuera del partido de Balcarce. Algunos compran en Balcarce porque residen en la ciudad, pero tienen explotaciones en y fuera del partido. También hay clientes que residen en otras localidades pero producen en Balcarce y por lo tanto, compran en Balcarce.

Una vez captados los clientes, se busca fidelizar la relación con productores y empresas agropecuarias a través del asesoramiento, organización de charlas, capacitaciones y el trabajo responsable. El asesoramiento implica que los técnicos-comerciales de las agronomías estén disponibles en todo momento y lugar para las consultas de los productores. Las agronomías terminan convirtiéndose en el grupo asesor del productor, donde los empleados junto a los técnicos de las EG brindan soluciones integrales. Sin embargo, no siempre son bien recibidas las recomendaciones de los técnicos-comerciales, sobre todo por aquellos productores más tradicionales y de mayor edad. Entre los clientes, los productores paperos son los que presentan mayor resistencia a adoptar las dosis recomendadas. Un encargado de una agronomía, explica:

... “el papero, es muy “yo”, es muy “hago lo que yo sé”, es muy “yo tengo la receta, y es así”. Y no le cambias la cabeza, y de una persona de 50 años para arriba, menos. “La vengo haciendo así la chacra, no me vas a venir a decir vos lo que tengo que poner, si yo vengo haciendo hace 30 años, de los 18 años que hago chacra de papa con mi papa”.. (Entrevista 22, TC, 08/08/2018)

El testimonio refleja que aún persisten productores tradicionales que se resisten a la implementación de las innovaciones recomendadas por los técnicos-comerciales de las agronomías y acopios. Pareciera que no resulta tan sencillo la difusión y adopción de nuevas técnicas agronómicas promovidas por los voceros de las EG.

No obstante, la promoción por parte de los técnicos-comerciales de nuevos insumos y técnicas agronómicas es constante. Los técnicos comerciales de las agronomías y acopios, junto a los profesionales especializados de las EG e investigadores de las instituciones públicas de la ciencia y la técnica, ofrecen charlas a los productores sobre productos nuevos, modos y momentos de aplicación de los agroinsumos, control de plagas. Sin embargo, la modalidad más frecuente es todavía cara a cara con el

productor. Uno de los empleados de una EG comenta: *“si invitábamos a 50, venían 8. Y eso no nos servía, entonces, preferíamos visitas a campo: bueno, “¿mañana vas a estar en el campo?”, “sí”, “bueno, listo, nos tomamos unos mates”. Y era más productivo hacer ese “puerta a puerta” que hacer una reunión.”* (Entrevista 22, TC, 08/08/2018)

Si bien, las relaciones cara a cara, el conocimiento y la confianza siguen siendo clave para vender un producto, una vez que se establece un vínculo entre las agronomías y acopios con los productores, los empleados utilizan frecuentemente las TIC. En la era de la IV Revolución Industrial (Bensusán *et al.* 2017) la disponibilidad de nuevos dispositivos móviles, permite acercar al productor y a los oferentes de servicios a través de plataformas digitales, internet. Los actores se encuentran conectados en todo tiempo y lugar, las distancias se reducen y los límites entre el lugar de trabajo, de descanso y del hogar se diluyen (Bensusán *et al.* 2017:89). Cada vez más las operaciones se llevan a cabo vía *whatsapp* o llamadas telefónicas, en todo tiempo y lugar. Asimismo, las tecnologías posibilitan una mayor coordinación de las actividades que competen tanto a la agricultura como a las empresas que venden agroinsumos. En contrapartida se reducen los encuentros, los tiempos compartidos, los “mates de oficina”. El dueño de una agronomía explica cómo utiliza las TIC:

“Hoy con los whatsapp, te perdés el “ida y vuelta con el cliente”. Me parece a mí que eso es importante, entiendo que hoy cambió. Antes el productor venía al negocio a charlar, a tomar mate. Hoy ya no existe más eso. No existe más.” (Entrevista 24, TC, 22/03/2019).

Estas expresiones de nostalgia sobre la relación personal se observan con mayor frecuencia en empleados de más de 40 años, que todavía encuentran en las relaciones cara a cara potencialidades de encuentro e intercambio mucho más enriquecedoras que las relaciones virtuales. De todas maneras, jóvenes y adultos con experiencia basan sus vínculos con clientes y proveedores a través de relaciones de confianza previas. El uso de las TIC sin relaciones de empatía previas no es compatible.

En síntesis, los espacios horizontales se construyen en el día a día, y se transforman al ritmo de los cambios en el contexto. Desde nuestro trabajo de campo se observa que algunos vendedores van siguiendo el crecimiento de sus clientes, adquiriendo experiencia en ventas y fortaleciendo su propio perfil profesional. Tanto las relaciones horizontales como verticales construyen un entramado de prácticas heterogéneas e innovadoras que modifican el paisaje del territorio como trataremos de analizar en el siguiente punto.

5. El Rol de las Agronomías y Acopios en el Territorio

Para responder a la pregunta de este trabajo sobre ¿cuál es el rol de los acopios y las agronomías en la construcción del territorio? Nos detendremos en las prácticas de los empresarios que están a cargo de acopios y/o agronomías locales y extra-locales. Estos empresarios tienen una llegada histórica tanto a productores pequeños y medianos en cuanto a extensión de superficie en producción. Estos vínculos se forjan mediante amistad, parentesco y fidelidad. Muchos de ellos iniciaron los vínculos con algunas grandes administraciones con gerencia centralizada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como los *pool* de siembra. Sin embargo, hoy en día, estas administraciones, por la gran magnitud de agroquímicos que insumen, se están vinculando de manera directa con las EG. En estos casos, las agronomías y acopios locales dejan de ser proveedores de insumos, y adquieren una nueva funcionalidad como la provisión de servicios (depósito y logística) a los actores hegemónicos (Empresas Globales de Agroquímicos y Empresas Global de alimentos).

Las relaciones verticales son cada vez mayores y se observan, entre otros aspectos, en las tareas de capacitación o difusión en el uso de insumos. Las EG son las más dinámicas en la oferta de capacitaciones, charlas, cursos. En general, cuentan con equipos técnicos propios que desarrollan innovaciones en nuevas variedades de semillas o nuevos agroquímicos ensayando en diferentes territorios, cuyos resultados son divulgados entre los dueños/encargados y empleados de las agronomías o acopios exclusivos. La difusión de esta información se extiende hasta los productores. Asimismo, las EG también se vinculan para ofrecer y divulgar el uso adecuado de los productos de su propiedad. El asesoramiento diario de los profesionales dentro de las EG, como los de las agronomías y acopios es un excelente medio para difundir innovaciones, desplazando de alguna manera a las tradicionales instituciones públicas de investigación y desarrollo.

Asimismo, las empresas entrevistadas siempre han oficiado como financieras de los productores locales. Las agronomías y acopios cuentan con diferentes estrategias para poder financiar la producción. Estas van desde las distintas formas de pago (cuenta corriente, canje) hasta la constitución de siembras asociadas. Estas formas de asociación entre distintos sujetos sociales agrarios, se diferencia de los fondos de inversión, en que los productores, contratistas, se constituyen como socios y por lo tanto, se

comprometen con la actividad. Esta modalidad esta principalmente desarrollada por los acopios, a los que denominamos para el presente trabajo, de carácter regional (Empresas V y VI). En general, los acopios se encargan de la administración de las siembras y por lo tanto, de la gestión de los contratos. Los acopios a través de estas siembras asociadas procuran el crecimiento y diversificación de los productores evitando la competencia entre ambos actores y dando posibilidades de desarrollo a los actores locales.

Por lo tanto, las agronomías y acopios adquieren un rol clave en la dinámica que se genera a partir de los vínculos verticales y horizontales. A través de sus prácticas sociales constituyen la “puerta de entrada” de las EG al territorio, lideran la difusión de innovaciones y, a la vez, funcionan como fuente de financiamiento y garantía de los productores. En síntesis, se conforman como intermediarios entre lo local y global, siendo vectores de la globalidad, pero a la vez, marcando su impronta local.

5. Reflexiones Finales

Este trabajo, de carácter exploratorio, indagamos en el accionar de las agronomías y acopios en la construcción del territorio de Balcarce, bajo las nociones de horizontalidades y verticalidades. Considerar ambas dimensiones desde las prácticas sociales que incumben a las empresas elaboradoras de agroinsumos, agronomías y acopios entrevistadas, y a productores, nos permitió superar la visión estructuralista centralizada en las estrategias globales de las empresas transnacionales y aproximarnos a la realidad cotidiana del día a día.

Desde la perspectiva de los propios actores, observamos cambios en las relaciones horizontalidades y verticalidades, particularmente de los empresarios entrevistados con sus proveedores y con sus clientes. Si bien las EG siempre estuvieron presentes en el paisaje de esta “ciudad del campo”, en los 70 y 80, las agronomías y acopios se gestionaban desde la impronta de propietarios locales que guardaban cierta autonomía y poder de decisión ante sus proveedores (EG) y clientes (productores locales que conocían personalmente).

Los cambios operados a nivel mundial bajo la hegemonía neoliberal, han repercutido fuertemente en el sector agropecuario (siembre directa, expansión de la frontera agrícola, pool de siembra, aumento del uso de agroinsumos) incrementando la competencia de mercado de agroinsumos. A nivel global, las EG atraviesan constantes procesos de fusiones y adquisiciones, concentrando cada vez más el mercado de

agroinsumos en pocas EG. Estos cambios se territorializan en cada una de las ciudades del campo como Balcarce. Las agronomías y acopios no solo se expanden en número, sino que también experimentan cambios en sus interacciones con las EG. A los tradicionales objetivos de ventas, se suman nuevas exigencias expresadas en normas y requisitos de cómo comercializar e intercambiar información de los clientes ganados por los locales, así como también acompañar en el servicio de posventa. Los mismos entrevistados locales son conscientes de la poca autonomía con la que cuentan para manejar sus estrategias comerciales, siendo meros representantes de los intereses de las EG. Si bien hemos visto incrementar el número agronomías y acopios locales, la tendencia es cada vez a la concentración del mercado de agroinsumos y, en un futuro, la disminución de los representantes exclusivos.

La relación de los acopios y agronomías con sus clientes (productores de todo tipo y tamaño en cuanto a extensión de tierras trabajadas) pareciera no estar tan ampliamente ligado a sus propias estrategias de fidelidad. Hoy en día, las EG pueden interactuar de manera directa con esos clientes si el volumen de compra lo amerita. De alguna manera, las agronomías y acopios pasan a ser meros intermediarios y en algunos casos entregan esa relación histórica de confianza a las EG que exigen todo tipo de datos en relación a esos clientes (superficie trabajada, fecha de cumpleaños, etc.). De todas maneras, encontramos espacios de maniobra por parte de los empresarios locales para mantener su cartera de clientes basados en sus relaciones de confianza y fidelidad construidas históricamente, pero que en la actualidad están mediadas por las tecnologías de información y comunicación. Otras veces, se convierten en meros depósitos de agroinsumos de las EG.

Consideramos que las agronomías y acopios son los vectores de las verticalidades de las que nos habla Milton Santos (2000), es decir, de la racionalidad comercial de los sectores hegemónicos globales. Estas verticalidades son también reproducidas en las horizontalidades, donde no se percibe ningún tipo de cuestionamiento a las formas de producción hegemónicas. El uso de transgénicos y agroquímicos para simplificar la agricultura y aumentar rendimientos es una bandera que la mayoría de los productores agropecuarios, académicos y técnicos parecieran haber adoptado como el único remedio para salvar el hambre mundial. En síntesis, prevalece la mentalidad productivista sobre la búsqueda de modelos de producción más sustentables con el medio ambiente. En este sentido, las horizontalidades están marcadas por un orden cotidiano, por el lugar de la

ceguera y de la complacencia. La identidad conservadora y productivista que subyace inconscientemente en el accionar de los entrevistados, garantiza en cierta medida una “metamorfosis”, desde nuestro punto de vista “silenciosa”, de espacio habitado.

Por último, la naturalidad con que todos los actores sociales entrevistados toman la guerra de la competencia por la mayor venta de agroinsumos y servicios nos interroga acerca del tipo de territorio que se está construyendo en Balcarce, tanto desde el lado de la producción de *commodities* y/o alimentos, como de la alta producción de agroinsumos poco amigables con el medio ambiente.

Bibliografía:

- Astegiano, N. (2015) Red de agronegocios en el norte de la provincia de Córdoba. *Revista Síntesis*. Artículos basados en tesis de grado. N° 6. ISSN 1851-8060
- Balsa, J; López Castro, N; Moreno, M (2014) Actores Agrarios y Concentración productiva en el agro pampeano. Diagnóstico y propuesta de un modelo asociativo alternativo” En Dabat, G y Paz, S (comp) *Commodities agrícolas: Cambio Técnico y Precios*. Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal, Goroni; Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
- Barsky, O (1993). La evolución de las políticas agrarias en Argentina. En: Bonaudo, M y Pucciarelli, A. (comp) *La problemática agraria. Nuevas aproximaciones*, Tomo III. Colección Los Fundamentos de las Ciencias del Hombre Nro. 121, Bs. As., Centro Editor de América Latina.
- Barsky, O y Dávila, M (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos del campo? Los sujetos sociales. En: *La rebelión del Campo. Historia del conflicto agrario argentino*. Editorial Sudamericana. Bs. As.
- Bassi, N.; Iorio, C.; Cendón, M. L. (2011) *Lógica de Funcionamiento de un Pool de Siembra Local*. VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Centro Interdisciplinario de Estudios Agrarios. Buenos Aires (ISSN 1851-3794)
- Bensusán, G; Eichhorst, W; Rodríguez, JM (2017) Las transformaciones tecnológicas y sus desafíos para en empleo, las relaciones laborales y la identificación de la demanda de cualificaciones. CEPAL – Naciones Unidas.
- Bisang, R.; Anlló, G.; Campi, M. E Albornoz, I. (2009) Cadenas de valor en la agroindustria. En: Kosacoff, B. y Mercado, R. (Eds.) *La Argentina ante la nueva internacionalización de la producción. Crisis y oportunidades*. Buenos Aires, CEPAL / PNUD.
- Bruno, M.; Viteri, ML; Sili, M. (2019) Dinámicas en torno a la comercialización de maquinaria agrícola en Balcarce. En: Viteri, Moricz, Dumrauf (comp) *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Ediciones INTA
- Carabajal, M. I. (2013) Transnacionalización Agropecuaria y Reconfiguraciones Territoriales. En: KULA. Antropólogos del Atlántico Sur. N° 9 Noviembre. Pp. 47- 57
- Fernández, D A (2016) ¿”Empresas red” en la agricultura pampeana? Un enfoque inadecuado. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios* N° 44. 1 er semestre 2016.

- Freitas Caetano, S. (2016) *Las denominaciones de origen como herramienta del desarrollo territorial rural: estudio de casos españoles: Mérida, Mondéjar y Uclés*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense Madrid.
- García, M. y Merchán, A. (2016) Las agronomías. Evolución y rol en el aglomerado hortícola de La Plata. Pre Congreso ALASRU La sociología rural en la encrucijada: vigencia de la cuestión agraria, actores sociales y modelos de desarrollo en la región. Santiago del Estero. <http://congreso.prealasru.unse.edu.ar/documentos/grupo6/G6T.pdf>. Acceso: Noviembre de 2017.
- Gorenstein, S. y Ortiz, R. (2016). *Empresas transnacionales en la agricultura y la producción de alimentos en América Latina y el Caribe*. Documento de Trabajo, Fundación Foro Nueva Sociedad (NUSO), Buenos Aires, enero.
- Gras, C y Hernandez, V (2013) *El agro como negocio: producción, sociedad y territorios en la globalización*.- 1a. ed. - Buenos Aires: Biblos, 2013. 365 pp.
- Grass, C. (2013) "Expansión agrícola y agricultura empresarial. El caso Argentino". *Revista de Ciencias Sociales*, DS-FCS, vol. 26, n.º 32, julio 2013.
- Grosso, S.; Arrillaga, H.; Bellini, M., Qüesta, L.; Guibert, M. Lauxmann, S. y Rotondi, F. (2009) Impactos de los pools de siembra en la estructura social agraria y en la gestión de la agricultura. Una aproximación de las transformaciones en el centro de Santa Fe. VI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Guibert, M.; Grosso, S.; Arbeletche, P.; & Bellini, ME. (2011). De Argentina a Uruguay: espacios y actores en una nueva lógica de producción agrícola. *Pampa* (Santa Fe), (7, Supl. 1), 13-38. Recuperado en 17 de enero de 2019, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S231402082011000200003&lng=es&tlng=es.
- Hernández, V. (2015) Empresas, Innovaciones y Mercado de Agroinsumos, del productor al consumidor. *Revista de Ciencias Sociales*, DS-FCS, vol. 28, n.º 36, enero-junio, pp. 99-120.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Clasificador Nacional de Actividades Económicas (CLANAE 2010) Notas Metodológicas.
- Lódola, A. (2008) Contratistas, cambios tecnológicos y organizacionales en el agro argentino. Santiago de Chile, Naciones Unidas. http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/115_lodola.pdf
- Lódola, A.; Fossati, R. (2004). Servicios Agropecuarios y contratistas en la provincia de Buenos Aires. Régimen de tenencia de la Tierra, Productividad y Demanda de Servicios Agropecuarios. Documento de Trabajo N° 115, Universidad de Belgrano.
- Lombardo, P y Tort, M (2018) *Contratismo de servicios de maquinaria en el agropampeano: heterogeneidad de actores y vínculos*. Orientación Gráfica Editora. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Massey, D. (2004). *Lugar, identidad y geografías de la responsabilidad en un mundo en proceso de globalización*. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, 57, 77-84
- Massey, D. (2012). *Espacio, lugar y política en la coyuntura actual*. *Urban NS04*, 7-12.

- Mikkelsen, C (2013) Debatiendo lo rural y la ruralidad: un aporte desde el sudeste de la provincia de Buenos Aires; el caso del partido de Tres Arroyos. *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía*. Vol. 22, n.º 2, jul.-dic. del 2013 pp. 235-256
- Mosciaro, M. (2011) Caracterización de la Producción y Comercialización de Papa en Argentina. Área de Economía y Sociología Rural. EEA INTA Balcarce
- Murdoch, J. (2006). Post-structuralism and relational space. *Post-Structuralist Geography*. SAGE Publications, 1-25.
- Muzlera, J. (2010) Constratismo de Maquinaria Agrícola en la Región Pampeana. Organización del Trabajo y sus Estrategias de Capitalización. *Revista Pilquen*. Año XII. N° 13
- Muzlera, J. (2016) Tipos de productores y uso de la tierra en Balcarce y 25 de Mayo (2010-2015). Tras la herencia de los mega pools. *Revista PILQUEN*. Sección Agronómica. N° 15 ISSN 1851-2852 <http://www.curza.net/revistapilquen/index.php/Agronomia>
- Reboratti, C. (2006). La Argentina rural entre la modernización y la exclusión. En publicación: Amalia Geraiges de Lemos; Arroyo; Silveira *América Latina: cidade, campo e turismo*. CLACSO, San Pablo. Diciembre 2006 ISBN 978-987-1183-64-7 Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/10reborat.pdf> (Fecha de consulta: Enero 2019)
- Santos, M (1995) *Metamorfosis del espacio habitado*. Oikos Tau España
- Santos, M (2000) *La Naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. Editorial Ariel. España
- Saquet, M. (2015). *Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades. Una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial*. La Plata, Argentina: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.
- Sili, M. (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Ediciones INTA.
- Sili, M. (2018). La acción territorial. Una propuesta conceptual y metodológica para su análisis *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 20(1), 11-31 doi: <http://dx.doi.org/10.22296/2317-1529.2018v20n1p11>
- Silveira, M. (1997) *Territorio de las verticalidades y horizontalidades: una propuesta de método*. Sexto Encuentro de Geógrafos de América Latina, Buenos Aires.
- Teubal, M., Domínguez, D, Sabatino, P, (2005) Transformaciones agrarias en la Argentina. Agricultura industrial y sistema agroalimentario. En: *El campo argentino en la encrucijada. Estrategias y resistencias sociales, ecos en la ciudad* (39-78). Buenos Aires, Argentina: Editorial Alianza.