

LA PEQUEÑA Y MEDIANA PRODUCCIÓN CITRÍCOLA FAMILIAR EN EL SURESTE DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES, ARGENTINA. ESTRATEGIAS PRODUCTIVAS Y DE VINCULACIÓN A LOS MERCADOS

SOLENO WILCHES, R.

**Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).
Centro de Estudios de Sociología del Trabajo (Argentina).**

RESUMEN

La producción agraria argentina ha estado sujeta en las últimas décadas a las grandes transformaciones del sistema agroalimentario global, caracterizadas, entre otros aspectos, por la internacionalización del capital, la expansión del comercio mundial y las mayores exigencias en términos de calidad y sanidad de los productos agrícolas. En consecuencia la pequeña y mediana producción enfrenta dificultades para realizar inversiones que le permitan ganar competitividad y dar cumplimiento a los requerimientos del mercado. Esta problemática se hace particularmente evidente en cultivos tradicionalmente orientados al mercado interno y que han empezado en años recientes un proceso paulatino de inserción en el ámbito global, tal es el caso de la producción citrícola del departamento de Monte Caseros en el sureste de la provincia de Corrientes.

Teniendo en cuenta lo anterior el propósito de este trabajo se centró en el establecimiento de los principales mecanismos a través de los cuales la pequeña y mediana producción citrícola familiar logra obtener mejoras en la calidad, sanidad y productividad de los cultivos, y vincularse a los distintos mercados (interno y externo). Para tal efecto se hizo necesario el análisis cualitativo de entrevistas semi-estructuradas realizadas a pequeños y medianos productores citrícolas de la zona. También se destaca la importancia de la revisión de información secundaria referida a la actividad en el área geográfica seleccionada.

Los resultados del trabajo resaltan la importancia de la implementación de cambios a nivel de la explotación que implican la inclusión de prácticas de calidad, y la mejora de los sistemas productivos y de gestión que permitan dar cumplimiento a los requerimientos de los mercados de destino, a los cuales se ingresa a través de dos estrategias principales: a) como proveedores de las grandes firmas asentadas en la zona o b) a través de la integración de actividades hacia adelante en la cadena de valor que incluye, entre otras cosas, la conformación de emprendimientos asociativos de tipo cooperativo.

Palabras claves:

Pequeña y mediana producción familiar, citricultura, estrategias productivas y comerciales, inserción, mercados

SUMMARY

Argentine agricultural production has been subject in recent decades to the great transformations of the global agrifood system, characterized, among other things, by the internationalization

of capital, the expansion of world trade and the highest demands in terms of quality and safety of agricultural products. Thus the small and medium production faces difficulties to make investments that allow gain competitiveness and comply with market requirements. This problem is particularly evident in cultures traditionally oriented to the domestic market and have begun in recent years a gradual process of integration into the global arena, as the case of the Monte Caseros citrus production in southeastern of the province of Corrientes.

Considering the above, the purpose of this work focused on the establishment of the main mechanisms through which small and medium family citrus production manages to obtain improvements in quality, health and crop productivity, and linked to different markets (internal and external). For this purpose it was necessary qualitative analysis of semi-structured interviews conducted with small and medium citrus growers in the area. It also highlights the importance of the review of secondary information relating to the activity in the selected geographic area.

The results of the study highlight the importance of the implementation of changes to farm level to imply the inclusion of quality practices, and improved production and management systems that enable compliance with the requirements of target markets, to which is entered through two main strategies: a) as suppliers to large firms based in the area or b) through forward integration of activities in the value chain that includes, among other things, the creation of enterprises associations such as cooperatives.

Key words

Small and medium family production, citrus, production and commercial strategies, integration, markets.

DESARROLLO

En años recientes se ha hecho evidente que las exigencias impuestas por las grandes firmas compradoras, procesadoras y distribuidoras de productos agroalimentarios, están causando serias dificultades a los pequeños productores y pequeñas empresas de los países en vía de desarrollo (SCHWENTESIUS y GÓMEZ, 2002; FARINA, 2002). Dichas dificultades están relacionadas con la necesidad de cumplir con una serie de condiciones (información, organización apropiada y cumplimiento de protocolos públicos y privados de calidad e inocuidad) para tener acceso a mejores mercados. En consecuencia se han agudizado las diferencias entre los agentes productivos con capacidad para competir en este contexto y los que carecen de condiciones para hacerlo, debido a los elevados costos involucrados. Es así como en este proceso de especialización de los mercados, la permanencia de la agricultura familiar depende en parte de las oportunidades brindadas al pequeño productor para adaptarse a este nuevo ambiente de negocios (PAGE y SLATER, 2002; BALSEVICH et al., 2003).

De este modo el proceso de globalización trae consigo, según varios autores, las posibilidades de exclusión de aquellos productores que no alcancen una efectiva integración o adaptación al modelo imperante. Al respecto ACOSTA (2006: 4) señala: *“Se podría decir que la participación de la agricultura familiar en el mercado se ha empezado a definir y las opciones no son muchas, “adaptarse” a estos cambios o marginarse”*. Desafortunadamente es más posible que pase lo segundo que lo primero, si no se toman las medidas apropiadas a tiempo”. En el mismo sentido SE-

GRELLES (2008), plantea que las grandes firmas transnacionales apoyadas en el libre comercio y en la mundialización de la economía, fomentan modelos agroexportadores y seleccionan a los productores de mayor tamaño (capaces de suministrar grandes cantidades de productos baratos, estandarizados y en un tiempo mínimo). Y que por el mismo motivo, marginan al pequeño productor, tanto familiar como campesino.

Teniendo en cuenta estos condicionantes, se destacan los planteamientos de PYKE (1994) quien propone tres alternativas posibles para el sostenimiento de las pequeñas unidades productivas en un ambiente globalizado: 1) convertirse en proveedores “preferenciales” de grandes empresas; 2) especializarse en productos orientados a nichos específicos, o 3) asociarse con otras firmas pequeñas en alianzas y consorcios para obtener economías de escala en forma colectiva (CRAVIOTTI, PALACIOS y SOLENO, 2009).

La primera modalidad mencionada, también conocida como “agricultura de contrato”, permite a los agricultores producir de manera individual, entregando sus productos a las compañías exportadoras y/o a otros intermediarios, acceder a los mercados y obtener precios estables, así como entablar relaciones comerciales a largo plazo. No obstante, el operar de esta forma implica la pérdida de autonomía en la toma de decisiones al interior de las unidades productivas (TEUBAL, DOMÍNGUEZ y SABATINO, 2005), además los productores ejercen poca influencia sobre los precios que, si bien son estables, también son relativamente más bajos que en los mercados abiertos. Por su parte el trabajar de forma individual implica el riesgo de que, frente a fenómenos climáticos adversos o situaciones de retracción de la demanda, tengan que enfrentar mayores costos y por ende obtener bajas utilidades o incluso obtener pérdidas (HELLIN y HIGMAN, 2002; DURSTEWITZ y ESCOBAR, 2006).

En referencia a la segunda modalidad (que incluye la producción orgánica, denominaciones de origen, comercio justo, entre otras), CRAVIOTTI (2004) señala la existencia de visiones contrapuestas respecto al tipo de productores que la encaran. De este modo identifica a quienes plantean que estos segmentos son atendidos principalmente por la producción en masa, flexible y diferenciada (FRIEDLAND, 1994), luego a quienes sostienen que la base de los productos diferenciados estaría en la pequeña y mediana empresa artesanal y “moderna” (LYSON y GEISLER, 1992; SARACENO, 2001) y por su parte a aquellos que consideran a las producciones no tradicionales como una oportunidad para la inserción competitiva de la pequeña producción (LARA FLORES, 1999; DA SILVA, 1999).

Según lo explica APARICIO (2004) quienes están a favor de esta última visión parten del hecho de que, las producciones no tradicionales (caracterizadas por ser intensivas, especializadas y con cierto grado de complejidad) requieren, entre otros aspectos, formas colaborativas y flexibles de organización laboral, para las que la pequeña producción puede estar en mejores condiciones para su aprovechamiento que las explotaciones agrarias de mayor tamaño orientadas a la producción de commodities. No obstante ello, algunos autores argumentan que, la capacidad limitada de absorción de la oferta por parte de este tipo de mercados, así como el surgimiento de nuevos competidores (grandes productores, grandes empresas productoras y comercializadoras) pueden amenazar la posición de los productores de menor tamaño (DURSTEWITZ y ESCOBAR, 2006).

En referencia a la tercera modalidad se puede decir que las asociaciones de productores (con intereses comunes y claramente definidos), capaces de asociar la racionalidad empresarial y la persecución de fines de lucro con la capacidad de adaptación de la pequeña y mediana producción, estarían en mejores condiciones para crear ventajas competitivas, obtener créditos y mecanismos de financiamiento más accesibles, mayor poder de negociación y nivel de precios e ingresos, conquistar economías de escala, acceder a compras de insumos y bienes de capital en mejores condiciones, tener acceso a más y mejores mercados, acotar riesgos, entre otros. Estas formas de cooperación pueden incluir además, el intercambio de conocimiento, tecnología, confianza, capacidades y habilidades. Aquí entran en escena las asociaciones de productores, y las cooperativas y consorcios de exportación, estos últimos de gran utilidad como estrategia de inserción de las cadenas agroalimentarias en los mercados globales (SANTACOLOMA et al., 2005; PIÑA 2005; ACOSTA, 2006; DURSTEWITZ y ESCOBAR, 2006).

No obstante, dicha inserción depende en gran medida de las características del ámbito productivo en que se encuentren insertas, de la experiencia previa de los productores involucrados en la conformación de emprendimientos de tipo asociativo, así como de su capacidad de articulación y gestión ante otras estancias de poder (TEUBAL Y PASTORE, 1995).

A partir de lo anterior y poniendo la atención en la pequeña y mediana producción cítricola familiar del sureste de la provincia de Corrientes (de larga trayectoria en el área, y que a pesar de estar tradicionalmente orientada al mercado interno, ha logrado posicionarse en los últimos años dentro del rubro de las exportaciones de frutas frescas) el trabajo pretende, además de caracterizar a los productores pertenecientes a dicho estrato, identificar las principales estrategias productivas y de vinculación a los mercados, implementadas en respuesta a los cambios del contexto en el cual se desenvuelven.

Para tal fin se utilizó un enfoque metodológico basado en técnicas de análisis cualitativas, aplicadas a entrevistas semi-estructuradas y en profundidad a pequeños y medianos productores cítricos del departamento de Monte Caseros, seleccionados en base a dos criterios fundamentales: 1) que estuviesen a cargo de la gestión y fuesen responsables directos de la explotación y 2) que la superficie trabajada con cítricos no superase las 50 ha en forma individual (1). La información relevada por esta vía se complementó con la consideración de datos secundarios y bibliografía pertinente para el área de estudio.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL ÁREA GEOGRÁFICA BAJO ESTUDIO

El departamento de Monte Caseros, sureste de la provincia de Corrientes, se encuentra compuesto por cuatro municipios, Monte Caseros, Mocoretá, Juan Pujol y Colonia Libertad. Registra 741 quintas cítricas y 583 productores. La superficie total destinada a cítricos es de 17.248,5 hectáreas (INTA, 2002), donde el 36% de las unidades productivas se agrupan entre las 10 y 25 hectáreas; el 21%, entre 25 y 50 hectáreas y el 19% entre 5 y 10 hectáreas. Las quintas de menor superficie (inferiores a 5 hectáreas), representan el 15% del total. La mayor superficie plantada de cítricos corresponde a naranjas con el 61% y en segundo lugar a mandarinas, con el 36% (INTA, 2002).

Mapa 1. Departamento de Monte Caseros, Sureste de la provincia de Corrientes

LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES CITRÍCOLAS DEL DEPARTAMENTO

Para caracterizar a los productores presentes en la zona, se partió de una tipología realizada en trabajos precedentes (CRAVIOTTI, et al., 2009) que combina el grado de involucramiento del productor en las tareas productivas junto con la intensidad en la contratación de mano de obra (la producción citrícola se caracteriza por la necesidad de realizar labores culturales en forma periódica), pudiéndose identificar tres tipos de pequeños y medianos productores: 1) *Familiares puros*: con trabajo de la familia en tareas físicas y contratación eventual de transitorios para poda/raleo, venta de la producción en planta; 2) *Familiares-empresariales*: combinan el trabajo familiar en tareas físicas con la contratación directa de trabajadores permanentes y/o transitorios para cosecha y otras tareas; 3) *Empresariales*: caracterizados por la ausencia de trabajo familiar en tareas físicas y la contratación de trabajadores permanentes y transitorios (CRAVIOTTI et al, 2009).

Teniendo en cuenta lo anterior y tras el análisis cualitativo realizado a 21 entrevistas a productores de la zona durante el año 2009, pudieron ser identificados 11 casos pertenecientes al tipo *familiar puro*, que incluye tanto productores totalmente orientados al mercado interno como otros que destinan una parte de su producción a la exportación. Todos ellos son propietarios de las explotaciones (33 has en promedio, con un rango que varía entre las 6 y las 70 has) y la mayoría ha accedido a la tierra por herencia (aunque algunos casos manifestaron haber realizado compras posteriores para ampliar la explotación).

El nivel educativo formal de este estrato de productores es básico, pudiéndose destacar que cinco de ellos sólo completó los estudios primarios, otros cinco casos completaron o realizaron estudios secundarios y el caso restante es el de un productor que tiene estudios primarios in-

completos (no sabe leer ni escribir). El promedio de edad es de 49 años, en un rango de 34 a 70. Diez de ellos son de sexo masculino y sólo un caso relevante pertenece al femenino (es el esposo quien realiza las labores físicas dentro de la explotación).

Otro de los rasgos característicos de este tipo de productores está relacionado con la convergencia de la unidad doméstica con la unidad productiva, pudiéndose constatar que la totalidad de los casos relevados habitan en la explotación en compañía de la familia nuclear (por lo general la esposa y los hijos pequeños) y/o extensa (padres y hermanos casados o no). Es común la presencia de más de una unidad doméstica por explotación.

Es importante retomar además la importancia de la tradición citrícola dentro de los familiares puros, dado que la totalidad de los casos identificados manifestaron ser hijos de padre o madre citricultor (a). Para todos, la citricultura se consolida como la principal actividad económica, aunque en algunos casos se evidencia la diversificación productiva como mecanismo que permite acceder a otras fuentes de ingresos, en este sentido la ganadería y la forestación son las otras dos actividades que le siguen en importancia. Estos citricultores se encargan de las tareas físicas en la quinta en compañía de miembros de la familia nuclear o extensa y contratan trabajadores transitorios para las labores de poda, raleo, y en menor medida las fertilizaciones.

Para aquellos casos de productores *familiares puros* en los cuales sólo se cuenta con el cultivo cítrico, se destaca la renuencia a la toma de créditos provenientes de entidades bancarias, prefiriendo ayudas externas de miembros de la familia extensa para cubrir las necesidades puntuales de la actividad, y reducir los costos derivados de la contratación de terceros.

Por otro lado y a pesar de la prevalencia de la producción *familiar pura*, también hay presencia de productores del tipo *familiar-empresarial*, los cuales están caracterizados por realizar labores físicas y de gestión, pero a diferencia de los anteriores, también contratan uno o dos trabajadores de forma permanente como apoyo en las labores físicas en la quinta. Un total de ocho productores entrevistados se ubican en este estrato, donde el promedio de edad es de 40 años con un rango de 34 a 65, predominando los productores de 40 a 45 años de edad. La superficie promedio manejada es de 61 hectáreas, variando entre 22 y 100 has.

En cuanto al nivel educativo formal, tres de los productores cuentan con estudios terciarios en ingeniería agronómica, tres con estudios secundarios completos y dos casos con estudios primarios. Solo tres casos manifestaron realizar actividades extraprediales (asesoría técnica y transporte). Son propietarios de las explotaciones y han accedido a la tierra por herencia, aunque dos manifestaron que han realizado compra de nuevas explotaciones para ampliar la actividad. Si bien la tradición citrícola sigue siendo importante al interior de este estrato, también es cierto que la presencia de productores más jóvenes, con un mejor nivel educativo y con casi el doble de la superficie promedio en relación a los productores familiares puros, se vincula de manera directa en un mayor acceso a información tecnológica y de mercados, así como con un mejor conocimiento de la actividad y de las oportunidades de negocio. Al contrario de lo que ocurre con los *familiares puros* se destaca la propensión a la toma de créditos blandos y a la realización de inversiones que permitan obtener mejoras sustanciales a nivel de explotación.

Por su parte, y aunque en muy baja proporción, se identificaron dos casos del tipo *empresarial*, que se caracterizan por no realizar tareas físicas en la explotación o hacerlas de manera es-

porádica, contratando mano de obra permanente para tal fin y encargándose sólo de las labores de gestión. Asimismo realizan actividades extra prediales que les permiten acceder a otras fuentes de ingresos (prestación de asesoría técnica, actividades de gestión en asociaciones o empresas cítricas), que explicarían la adopción de un esquema de organización empresarial a pesar de la baja superficie trabajada. En este estrato se verifica la presencia de productores con distintos niveles de educación formal (uno con secundario completo y un ingeniero agrónomo). El tamaño de las explotaciones es del orden de las 10 y 34 hectáreas respectivamente, son propietarios y accedieron a la tierra por herencia.

Tabla 1. Tipos de productores identificados en función de variables seleccionadas.

Tipo de productor	Casos	Edad promedio	Superficie promedio	Nivel educativo	Forma de acceso a la tierra	Trabajo extra predial
Familiar puro	11	49 años	33 has	Primario-Secundario	Herencia	1 caso
Familiar-empresarial	8	40 años	61 has	Secundario-Terciario	Herencia y Compra	3 casos
Empresarial	2	47 años	22 has	Secundario-Terciario	Herencia	2 casos

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, 2009

Poniendo en contexto algunos de los datos comunes a los distintos tipos de productores identificados, es posible plantear que en todos los casos relevados se comprueba la importancia que reviste la tradición cítrica a nivel local, ya que la totalidad de los productores entrevistados manifestaron ser hijos de padre o madre citricultores, accediendo en su mayoría a la tierra por herencia. En general la superficie dedicada a cítricos dentro de las explotaciones alcanza un tamaño promedio cercano a las 42 hectáreas (con un rango entre 6 y 100 ha), si bien es cierto que la superficie total trabajada con todas las producciones alcanza un tamaño promedio mayor (105 ha), variando entre las 10 y las 300 ha. Es importante además, tener en cuenta las diferencias ya mencionadas entre los distintos tipos en relación a factores como la edad, el nivel de educación formal, diversificación, superficie cultivada, acceso a tecnologías, a la hora de encarar las estrategias productivas y de tipo comercial adoptados por cada uno de ellos.

Estrategias productivas implementadas

Encarando en primera medida a los productores *familiares puros*, se destaca la importancia dada a la realización de las pulverizaciones (realizadas en la mayoría de los casos con equipo de fumigación “a manguera”), a la fertilización, la poda y el raleo. Las dos primeras actividades mencionadas son llevadas a cabo, ya sea bajo asesoramiento técnico o teniendo en cuenta criterios propios basados en la experiencia acumulada a través de los años. La mayoría lleva registro de la producción obtenida, sin embargo es muy poco generalizado su uso para las pulverizaciones, podas, ingresos y gastos. Esta situación podría estar directamente relacionada con factores como el menor nivel de capacitación formal, la dificultad para acceder a información técnica y la falta de tiempo, mientras que en el caso específico de las tareas realizadas, su registro es requerido para el acceso a los mercados internacionales más exigentes.

Estos productores se especializan en el cultivo de naranjas (variedades Valencia, Salustiana, Navel), alcanzando en promedio cerca de 21 hectáreas, y también en algunas variedades de mandarina (Murcott, Ellendale, Okitsu, Nova, Encore), con una superficie promedio cercana a las 6 hectáreas. Los lotes más nuevos alcanzan 9 años en promedio, con un rango de 2 a 18 años y los más antiguos tienen edades que oscilan entre los 12 y los 60 años.

La implementación de sistemas de riego, por lo general por goteo, aparece como una preocupación en la mayoría de los casos, sin embargo los que han logrado instalarlo han podido cubrir no más del 16% de la superficie implantada. Quienes cuentan con sistema de riego también han instalado cortinas forestales “rompe vientos”. Por lo general se compran yemas y porta injertos procedentes de material no certificado en pequeños viveros de la zona. Algunos casos manifestaron realizar los injertos en viveros propios. La gran mayoría ha plantado variedades nuevas, principalmente de mandarinas, y ha renovado las plantaciones ya sea por cuestiones relacionadas con factores climáticos, la edad de los lotes y en última medida como una estrategia comercial.

Los productores de tipo *familiar-empresarial*, por lo general con un mayor nivel tecnológico, fertilizan entre el 50 y el 100% de la superficie plantada y cuentan con sistemas de riego por goteo (seis de los ocho casos identificados). En promedio logran cubrir bajo riego el 61% de la superficie implantada, en un rango que varía entre las 10 has y las 60 has. Los lotes más nuevos tienen una edad promedio de 3,5 años y 34 años los lotes más antiguos. La mayoría de estos productores ha renovado las plantaciones con variedades de mandarinas, siguiendo una estrategia comercial. Asimismo, la mayor parte de los consultados manifestaron comprar yemas certificadas en viveros habilitados. Uno de los casos realiza los injertos en vivero propio.

Se destaca un mayor conocimiento respecto a la realización de pulverizaciones, siendo realizadas por la gran mayoría con equipos a turbina. En promedio se hacen entre 5 y 7 aplicaciones anuales siguiendo planes específicos recomendados por el asesor técnico. La mayor proporción de los citricultores entrevistados pertenecientes a este tipo manifestó llevar registros de las pulverizaciones, podas, y fertilizaciones, de la producción, gastos e ingresos. Si bien en la mayoría de los casos predominan las variedades de naranjas plantadas (en porcentajes que superan el 50% de la superficie), se puede evidenciar una mayor superficie dedicada a las mandarinas respecto a lo que sucede con los productores *familiares puros*. En el caso particular de los productores *familiares-empresariales* orientados al mercado externo, las variedades de mandarinas exportables pueden comprender entre el 20 y el 40% de la superficie.

Los productores de tipo *empresarial* por lo general fertilizan el 100% de la superficie implantada. Combinan, al igual que los otros dos tipos, variedades de mandarinas y naranjas (2) en distintas proporciones, realizan la compra de yemas y porta injertos certificados en viveros habilitados por el SENASA. Suelen llevar registros de las pulverizaciones, podas y fertilizaciones realizadas, así como registros de producción, ingresos y gastos.

Estrategias de inserción en los mercados y sus implicancias a nivel productivo

En este apartado se abordan los distintos canales comerciales utilizados por los productores de la zona, así como los mecanismos a través de los cuales logran su vinculación a cada uno de ellos. Resulta por demás interesante establecer la forma en que se adaptan las distintas estrategias desplegadas en el plano productivo en función de los canales de venta de la fruta.

De esta forma y poniendo atención a las estrategias de inserción en los mercados, es preciso mencionar que entre los productores *familiares puros*, tres venden con exclusividad al mercado interno y ocho de ellos preparan una parte de su producción para exportación (5 hectáreas en promedio, sobre una superficie promedio implantada de 35 has), aunque no han tenido regularidad en la actividad exportadora. De estos últimos cuatro están vinculados a una de las cooperativas cítricas de la zona y los cuatro restantes logran exportar parte de su producción a través de terceros.

Por su parte dentro del tipo *familiar-empresarial* coexisten aquellos que se orientan totalmente al mercado interno (un caso identificado), los que integran actividades a través del empaque con destino al mercado interno en galpones propios o de la familia extensa y destinan una pequeña proporción de la fruta para exportación (dos casos); con productores que están más enfocados a la exportación y comercializan el excedente de fruta que no cumple con los estándares requeridos en el mercado interno (por lo general cuentan con galpón de empaque propio o tienen desarrollado el canal comercial con comisionistas o empacadores de la zona) (5 casos).

Los productores del tipo *empresarial* orientan el total de la superficie dedicada a cítricos hacia la exportación, vendiendo la fruta ya sea a través de alguna cooperativa a la cual se encuentren vinculados, o a través de sus socios o de miembros de los consorcios o de firmas exportadoras de la zona, que compran a otros productores para completar la producción propia. Además suelen tener solucionada la venta de los excedentes al mercado interno a través de la tercerización del servicio de empaque y la distribución a los mercados concentradores.

Si se pone atención a los productores (bien sean *familiares puros* o *familiares-empresariales*) que orientan parte de su producción a la exportación, se puede observar que la inserción en dicho canal permite ampliar las posibilidades de colocación de la fruta, en relación a aquellos que sólo venden al mercado interno (CRAVIOTTI et al., 2009).

Ahora bien, si observamos este último grupo de productores, sumados a los del tipo *empresarial*, se hace evidente la importancia de la estrategia asociativa a la hora de encarar la inserción en el mercado de exportación. De hecho se destaca la presencia en la zona de dos cooperativas agroexportadoras (la Cooperativa Colonia San Francisco-CoopSanFran) ubicada en el municipio de Monte Caseros y la Cooperativa Cítrica de Corrientes-Coopecicor- ubicada en el municipio de Mocoretá) (3), las cuales surgen por iniciativa de la pequeña y mediana producción cítrica de la zona, aunque en contextos y en respuesta a problemáticas distintas (4).

En la tabla 2, se resumen las estrategias comerciales utilizadas por los distintos tipos de productores identificados.

Tabla 2. Estrategias comerciales según tipos de productores identificados.

Tipo de productor	Vender sólo al MI	Vender al MI y exportar parte de su producción	Exportar y vender excedente en el MI	Total Casos
Familiar puro	3	8	-	11
Familiar-empresarial	1	2	5	8
Empresarial	-	-	2	2
Total	4	10	7	21

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, 2009

Por su parte y como se puede ver en la tabla 3, dentro de los casos relevados que están vinculados a la exportación cerca de un cuarto de los *familiares puros*, poco menos de un tercio del tipo *familiar-empresarial* y una porción considerablemente menor del tipo *empresarial*, se encuentran asociados a alguna de las cooperativas de la zona. Para ellos la modalidad de venta más utilizada es “cosechada a rendimiento”, que consiste en entregar la fruta en las instalaciones de empaque, donde después de procesada se les informa el porcentaje de fruta exportable obtenido, al cual se le fija precio de acuerdo a la variedad y a los destinos comerciales. A estos productores les es liquidada la fruta entre los 30 y 60 días posteriores al envío, no sin antes haber sido descontados los costos (tanto fijos como variables).

Tabla 3. Mecanismos de vinculación al mercado de exportación según tipos de productores identificados.

Tipo de productor	Exportar a través de terceros	Vincularse a una Cooperativa	Total productores involucrados con la exportación	Total productores que venden exclusivamente al MI
Familiar puro	4	4	8	3
Familiar-empresarial	2	5	7	1
Empresarial	1	1	2	-
Total	7	10	17	4

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, 2009

Independientemente del tipo de productor que se trate, la pertenencia a una cooperativa implica, de manera directa, el cumplimiento de ciertos estándares de calidad y sanidad de la fruta (trazabilidad) para lograr su colocación en el mercado internacional. En función de ello se generan cambios productivos y de gestión a nivel de la explotación, que requieren controles más estrictos en lo concerniente a la mitigación de plagas y enfermedades (control de canchosis, mancha negra, mosca de los frutos), obtención de una mejor calidad y una mayor productividad.

En cuanto a las actividades de gestión se debe tener en cuenta lo que significa para productores tradicionalmente orientados al mercado interno y que hasta su vinculación a las cooperativas solían vender su fruta exportable a terceros, “en planta”, hacerse cargo de las operaciones de cosecha que, a diferencia de lo que ocurre con la fruta destinada al mercado interno, requiere de personal capacitado y con un cierto grado de experiencia en el manejo de los instrumentos utilizados, de manera que se minimice el riesgo de daño durante las labores de recolección. Esto sin duda se traduce en un mayor costo del servicio y por ende supone la necesidad de capital circulante para poder afrontarlo. También hay que tener en cuenta que al reemplazar la tradicional venta de la fruta en “planta” y a precio fijo por la venta “ya cosechada a rendimiento” la calidad de la fruta y las condiciones de los distintos mercados entran a jugar un papel fundamental a la hora de ser procesada en el empaque.

Por su parte, cuando la estrategia adoptada consiste en hacerse proveedores de las firmas exportadoras o de los asociados de los consorcios y cooperativas que operan en el departamento, la fruta es liquidada entre los 60 y 90 días. No obstante, las entrevistas realizadas indican que, si bien esta modalidad permite vender la fruta a un precio fijo, la rentabilidad para el pequeño y me-

diano productor del tipo familiar puro (y en menor medida familiar-empresarial que no está verticalmente integrado, es decir, que no forma parte de las cooperativas o consorcios de exportación) es bastante menor: *“Ya que los precios no van a ser los mismos, ni en la cadena ni en el eslabón, están más lejos”* (Entrevista a informante calificado del INTA, Monte Caseros, 2008).

El operar de esta manera encierra una condición de subordinación en la cual se cuenta con un bajo poder de negociación, dado el menor acceso a la información de mercados y la escasez de alternativas de venta de la fruta en relación a las firmas compradoras, que a la postre redundan en la obtención de precios poco favorables. Además, otra situación a la que es proclive el productor inserto bajo esta modalidad está relacionada con la ausencia de contratos formales que rijan las transacciones (se manejan por compromisos de palabra), y el consecuente riesgo de no obtener el pago de la fruta. Por tal motivo la confianza y el conocimiento de los compradores, es fundamental en estos casos.

Por su parte resulta cierto que, el cumplimiento de los requisitos y la certificación del SENASA requiere inversiones, y la implementación de sistemas de registro de pulverizaciones, podas, producción, de ingresos y egresos de fruta, lo que a la vez encierra una situación especialmente compleja para el pequeño productor de tipo familiar puro que tiene posibilidades de venta restringidas: *“...Cuesta no vender y toda la exportación, yo le hice, tenía certificación (del SENASA), todo le hice y certifiqué y no la pude vender, entonces no hice más...hace dos años que no certifico...”* (Entrevista a productor de 55 has cítricas, Monte Caseros, 2009) y para aquellos cuyo nivel educativo formal -como ya se mencionó en el apartado anterior-, es básico y tienen poco acceso a capacitaciones e información tecnológica y de mercados; más aun teniendo en cuenta el tiempo que les demanda la realización de tareas físicas en la explotación.

En relación a los estándares privados de calidad, se pudo observar que, para los productores de mayor tamaño (por lo general del tipo familiar empresarial y empresarial, vinculados a cooperativas), y que tienen regularidad en la exportación, su interés se centra en mejorar la performance exportadora a través de la incursión en mercados que demandan mayores estándares privados: *“Conviene tenerlos para ingresar a Europa”*, va a ser una manera de asegurar el negocio...hay muchos países que hacen citricultura, si podés llegar antes con lo que es normas, es una ventaja” (Productor citrícola de 55ha, Monte Caseros, 2009). En contraste, ninguno de los productores familiares puros entrevistados que exportan parte de su producción ha certificado dichos estándares. Algunos de los que conforman experiencias asociativas de tipo cooperativo están iniciando el proceso porque lo consideran importante para obtener mejores oportunidades de negocio en el mercado europeo.

Al margen de esto, la preparación de los lotes para exportación se traduce en un incremento en los costos variables que oscila entre el 30% y el 50%, aunque ello no garantiza la continuidad en dicho canal (Craviotti et al, 2012): *“...Y vos si querés hacer algo para exportación tenés que traerte un ingeniero, tendrías que tener riego por goteo por decirte algo y tenés que tener algo mas y después tendrás un 40% mas, no te escaparás de ahí...”* (Entrevista a productor de 25 has cítricas, Monte Caseros, 2009).

Si bien es cierto que los productores que adecuan sus explotaciones para alcanzar los estándares de mercado encuentran una salida adicional para la fruta, esto no necesariamente significa el acceso a mejores precios, lo cual ha de depender de las variedades y los volúmenes comercia-

lizados, los canales de venta utilizados, y de la situación del mercado propiamente dicha. De hecho se debe tener en cuenta que, los pequeños y medianos citricultores de esta zona tienen posibilidades de venta restringidas cuando existe sobreoferta de fruta para el mercado interno, situación que da cabida a la presencia de comportamientos oportunistas por parte de los compradores: “Yo estoy esperando que alguien venga a decirme, “mirá te pago” y generalmente cuando están depreciados los precios te dicen: “*bueno mirá te pago hoy 5 pesos*” - “*no, 5 es muy poco*”- “*y bueno te pago 5 o si no me voy a la quinta de al lado*” (Entrevista a informante calificado, Intendente de Mocoetá, 2008). De este modo los arreglos son menos estables que en el caso de la venta de fruta para exportación; las formas de pago son también variables, y por ende el sostenimiento del vínculo se basa en el respeto de las condiciones pactadas.

Por otra parte la existencia de problemas relacionados con la demanda de la producción cítrica en los mercados internacionales, repercute de manera directa en el mercado doméstico, motivando la baja de los precios y por ende comprometiendo la situación de los productores más pequeños orientados totalmente hacia dicho canal comercial: “*Yo creo que el mayor problema es lo que dan los mercados, la oferta y la demanda (...) cuando se empiezan a cerrar las exportaciones (...) entonces toda la fruta que era de los exportadores ...todo eso va al mercado interno, de hecho el mercado interno baja y lo sentimos todos*” (Entrevista a informante calificado, Mocoetá, 2008). Además plantea dificultades comerciales para aquellos que canalizan su producción exportable a través de firmas compradoras y/o de sus asociados, ya que éstas últimas suelen dar prioridad a la venta de la fruta propia, prescindiendo -de ser necesario-, de la provisión de terceros.

Es allí donde entra a jugar un papel importante la industria procesadora, absorbiendo tanto los excedentes no exportables como la fruta que no se logra colocar en el mercado interno. A pesar de que los bajos valores con que se retribuye la fruta orientada al procesamiento industrial, esta alternativa se consolida como una de las soluciones de mayor viabilidad en condiciones adversas, bien sea relacionadas con el mercado o con los efectos climáticos: “*...Frente a una adversidad...si se nos llega a caer Rusia o los otros mercados, nos quedan los que producen crema*” (Entrevista a informante calificado de la Asociación de Citricultores de Monte Caseros, 2008).

-
- (1) Apoyados en las guías de preguntas y entrevistas previamente realizadas en el marco del proyecto PICT 1320 “La inserción de pequeños y medianos productores en cultivos orientados a la exportación en fresco. Vínculos intersectoriales, modalidades de articulación horizontal y desarrollo local”, financiado por la ANPCyT (Argentina) y dirigido por Clara Craviotti.
 - (2) En ambos casos se nota la prevalencia de variedades orientadas a la exportación (naranjas Valencia Late y mandarinas Ellendale, Murcott, Nova y Okitsu)
 - (3) No obstante estas consideraciones, si se contrastan los datos del Relevamiento Cítrico del Departamento de Monte Caseros (INTA, 2002) que da cuenta de la presencia de 583 productores, y los datos relevados según los cuales se encuentran 18 asociados a la Cooperativa San Francisco y 14 a Coopecicor, se denota la baja proporción de productores que han logrado integrar de manera directa la fase de exportación.
 - (4) La Cooperativa San Francisco, inicialmente orientada al mercado interno, aparece en respuesta a la dificultad para comercializar la producción cítrica en el contexto de la recesión de fines del año 2000, mientras que Coopecicor surge en el año 2003 como una estrategia de integración de actividades de valor agregado orientada desde sus inicios a la exportación, en el contexto favorable de la devaluación de la moneda.

CONCLUSIONES

Tras haber realizado la caracterización de los agentes primarios involucrados en la producción cítrica de la zona geográfica estudiada, y a partir de su tipificación como productores *familiares puros, familiares empresariales y empresariales*, en base al grado de involucramiento en las labores productivas y la intensidad en la contratación de mano de obra, fue posible establecer la existencia de factores que, como la edad, el nivel de educación formal, el nivel tecnológico asociado, diversificación y la superficie implantada, tienen una influencia directa en el tipo de prácticas utilizadas, los sistemas de gestión implementados y los canales de comercialización a los que dirigen sus esfuerzos.

Además de lo anterior, y habiendo encarado de manera puntual las estrategias productivas y comerciales utilizadas, los resultados obtenidos apuntan a señalar la importancia que reviste para el acceso a los mercados, la implementación de prácticas de manejo que permitan la obtención de una mayor productividad y calidad de la fruta. De este modo se evidencia una relación directa entre el tipo de prácticas utilizadas a nivel de la explotación y las posibilidades de colocación de la producción en los distintos mercados.

De hecho independientemente del tipo de productor involucrado (*familiar puro, familiar-empresarial o empresarial*), la adecuación de la producción a los requerimientos de la demanda implica la realización de mejoras de tipo técnico y en los sistemas de gestión en concordancia con los requisitos públicos y privados que rigen las transacciones en los distintos canales comerciales introducidos (y sea el mercado doméstico o el de exportación). No obstante, el grado y la forma en que dichas prácticas se implementan depende en gran medida de las posibilidades y/o capacidades de estos actores para realizar inversiones a nivel predial, siendo en este caso los del tipo *familiar puro*, los que mayores dificultades tienen para lograrlo.

Por su parte, en cuanto a las estrategias desplegadas para la inserción en los distintos mercados, es importante resaltar la utilización de dos modalidades o estrategias principales: a) convertirse en proveedores de las empresas emparadoras/exportadoras o bien de sus asociados y/o b) integrar verticalmente la fase de empaque y comercialización de la fruta, bien sea a través de empaques propios cuando se trata del mercado interno o a través de la asociación con otros productores para la conformación de cooperativas exportadoras. De este modo se identifican dos de las tres alternativas propuestas por PYKE (1994) y se confirma que, el proceso de globalización de las cadenas agroalimentarias conlleva a la pequeña producción agrícola a establecer relaciones económicas con otros actores, y es así que surgen nuevas modalidades relacionadas con la agricultura de contrato y otras formas de integración vertical (DI MASSO, 2009).

La primera de las modalidades es la más utilizada en la zona, principalmente por los productores de tipo *familiar puro y familiar-empresarial*, que entablan relaciones transaccionales de tipo informal con los compradores de la fruta, ya sea destinada al mercado interno o al de exportación. De esta manera no sólo trasladan la responsabilidad de la cosecha y los costos inherentes sino que logran canalizar la venta de fruta, aún cuando los precios obtenidos no sean los más favorables del mercado, que inclusive pueden bajar considerablemente en situaciones adversas para la actividad. De hecho, en escenarios de retracción de la demanda los productores quedan expuestos a pérdidas de la producción ocasionadas por la ausencia de los compradores que, en si-

tuciones como la descrita dan prioridad a la venta de la producción propia, reduciendo por ende la compra de fruta proveniente de terceros.

Por su parte la utilización de la segunda modalidad mencionada, responde a la posibilidad de obtener mejores ingresos como resultado de la integración de actividades hacia adelante en la cadena de valor, específicamente de las fases de empaquetado y comercialización de la fruta. Logrando, ya sea de forma individual o colectiva llegar de manera directa a los mercados de destino, eliminar los intermediarios, obtener mejores precios o dar solución a problemas de comercialización.

Sin desconocer la importancia del despliegue de ésta estrategia por parte de los productores que integran la fase de empaquetado para el mercado interno, vale la pena destacar la relevancia de la asociatividad como un mecanismo de articulación horizontal que permite a pequeños y medianos citricultores de características heterogéneas, encarar el procesamiento y posterior comercialización de la producción en los mercados internacionales, con todo lo que ello implica a nivel individual y colectivo (necesidad de tecnología, cumplimiento de parámetros de calidad, cambios a nivel productivo, necesidad de inversiones en activos específicos, etc.), y que explica en parte el reducido número de productores vinculados a este tipo de organizaciones en el área geográfica estudiada.

En definitiva y al margen de la modalidad utilizada, ya sea por cada productor de manera individual o por cada uno de los tipos de productores identificados, vale la pena reflexionar en torno a la capacidad de la pequeña y mediana producción citrícola familiar de la zona para responder y adaptarse a los cambios del contexto. No obstante, esa “adaptabilidad” se encuentra a su vez condicionada por su capacidad económico-financiera, el acceso a capital circulante, el acceso a información tecnológica y de mercados, entre otros factores, que de una u otra manera inciden en las estrategias desplegadas a nivel productivo, y por ende en la forma en que logran vincularse con los distintos mercados.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparicio, S. (2004). *Mercados, cadenas productivas y trabajadores rurales*. Colloque International Réseau CDB – Cuenca del Plata / Ipealt Université de Toulouse. Ateliers 3, 19 pp.
- Acosta, L. A. (2006). *Agrocadenas de Valor y Alianzas Productivas: “Herramientas de Apoyo a la Agricultura Familiar en el Contexto de la Globalización”* Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe Santiago de Chile. 9 pp.
- Balsevich, F., Berdegué, J. A., Flores L., Mainville, D. y Reardon, T. (2003). *Supermarkets and produce quality and safety standards in Latin America*. Amer. J. Agr. Econ. 85 (5): 1147 – 1154.
- Consejo Federal de Inversiones (2007). *Invertir en Corrientes. Guía para invertir en la provincia de Corrientes, Argentina*. Ministerio de Producción, Trabajo y Turismo, 47 pp.
- Craviotti, C. (2004). *Calidad, coordinación entre agentes y organización del trabajo en las producciones no tradicionales*. En: Agroalimentaria. N° 18, pp. 23-33.
- Craviotti, C., Palacios, P., Soleno, R. (2009). *La “fortaleza” de la producción familiar en un contexto globalizado: Los productores familiares citrícolas del río Uruguay, Argentina. II Workshop de la Red de Desarrollo rural y políticas públicas del Cono Sur*, FLACSO, Argentina, 20 pp.

- (2010). *Reestructuración productiva e inserción en mercados globales: La pequeña y mediana citricultura de la subregión del Río Uruguay, Argentina*. VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas, Brasil, 20 pp.
- (2012). *Firmas, productores y territorios. Las formas de coordinación de las empresas exportadoras citrícolas*. En: Craviotti, C. (Coord.), *Tramas productivas y agentes sociales en la fruticultura globalizada*. Miño y Dávila Editores, Buenos Aires, pp. 55-78.
- Di Masso; Tarditti, M. (2009). *Lecturas de poder en el ámbito agroalimentario: tendencias dominantes y construcción de alternativas desde los productores y consumidores*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación. 22 pp.
- Durstewitz P, Escobar G. (2006). *La vinculación de los pequeños productores rurales a los mercados*, Rimisp, Santiago de Chile, 34 pp.
- Farina, E. (2002). *Consolidation, multinationalisation, and competition in Brazil: impacts on horticulture and dairy products systems*. *Development Policy Review*. 20 (4): 502 – 527.
- Hellin, J., Higman, S. (2002). *Los pequeños agricultores y los mercados especializados: Lecciones aprendidas en la región andina*. Documento No.118. Red de Extensión e Investigación Agrícola. London: Reino Unido, 45 pp.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2002). Relevamiento Citrícola del Departamento de Monte Caseros*. EEA, INTA, Corrientes, 32 pp.
- Lara Flores, S. (1999). *Criterios de calidad y empleo en la agricultura latinoamericana: un debate con el postfordismo*. En: C. De Grammont (Coord.) *Empresas, reestructuraciones y empleo en la agricultura mexicana*. IIS. Plaza y Valdés. Editores. México. D.F.
- Lattuada, M.; Renold, J.M. (2004). *El cooperativismo agrario ante la globalización. Un análisis sociológico de los cambios en su composición, morfología y discurso institucional*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores Argentina. 220 pp.
- Page, S., Slater, R. (2003). *Small producer participation in global food systems: policy opportunities and constraints*. *Development Policy Review*. 20 (4): 615 – 627.
- Piña, H. (2005). *Mercadeo: un enfoque agroalimentario*. Fundación POLAR – Universidad Francisco de Miranda, Venezuela, 112 pp.
- Pyke, F. (1994). *Small firms, technical services and inter-firm cooperation*, *Research Series 99*. *International Institute for Labour Studies, Ginebra*.
- Santacoloma, P., Suares, R., Riveros, H. (2005). *Fortalecimiento de los vínculos de agronegocios con los pequeños agricultores*. *Estudios de Caso en América Latina y el Caribe*. AGSF Documento Ocasional No.4. FAO, Roma, 86 pp.
- Schwentesius, R., Gómez, M. (2002). *Supermarkets in México: impacts on horticulture systems*. *Development Policy Review*, 20 (4): pp. 487 – 502.
- Segrelles, J.A. (2008). *El libre comercio agroalimentario y el modelo agroexportador: una alianza contra el campesinado*. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. XII, núm. 270 (72). <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-72.htm> Consulta: Marzo de 2010.

Teubal, M., Pastore, R. (1995). *El agro y los complejos agroindustriales: el caso argentino. En: Globalización y expansión agroindustrial: ¿superación de la pobreza en América Latina?* Buenos Aires. Ediciones Corregidor, pp. 107-136.

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.* Buenos Aires, Alianza Editorial, pp. 37-78