

Las agronomías. Características y rol en el aglomerado hortícola de La Plata, Buenos Aires,

Argentina

Matías García

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas /
Universidad Nacional de La Plata / Universidad Nacional Arturo Jaureche

Andrés Merchan

Universidad Nacional de La Plata / Universidad Nacional Arturo Jaureche

Resumen

Se entiende a los comercios expendedores de insumos (agronomías) como una sinergia del aglomerado hortícola de La Plata (Buenos Aires). Mediante una serie de entrevistas se los caracterizó, determinándose una directa relación entre las agronomías y la evolución tecnológica del sector. Paralelamente, se identificaron externalidades, relacionadas al asesoramiento, financiamiento, servicio de consulta y envío de insumos, junto a las interacciones positivas que produce su articulación con las empresas de insumos, distribuidoras, técnicos y productores. Se concluye que las agronomías pueden considerarse un elemento necesario de la competitividad y dinámica del sector hortícola platense.

Palabras claves

Aglomerado Económico, Competitividad, Horticultura

Abstract

It is understood that the businesses that sell inputs (agronomies) as a synergy of the horticultural cluster of La Plata (Buenos Aires). Through a series of interviews they were characterized, being determined a direct relation between the agronomies and the horticultural's technological evolution. At the same time, externalities were identified, related to advice, financing, consultation and supply of inputs, along with the positive interactions produced by the articulation with input companies, distribution, technicians and producers. It is concluded that the agronomies can be considered a necessary element of the competitiveness and dynamics of La Plata's horticulture.

Key words

Agglomeration Economies, Competitiveness, Horticulture

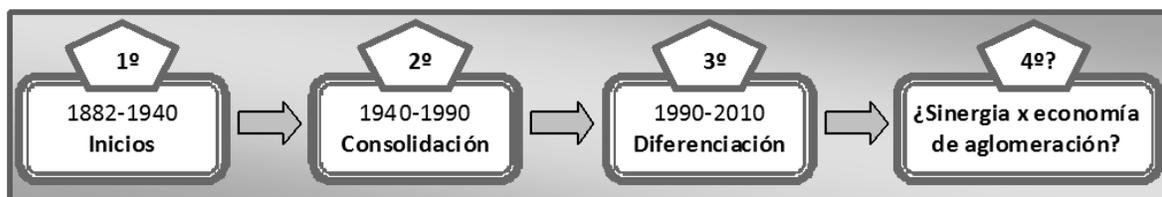
Introducción

La horticultura de La Plata (provincia de Buenos Aires, Argentina) se convierte en la segunda mitad del siglo pasado en una de las principales regiones de producción de hortalizas de la provincia. Pero es en los últimos treinta años cuando evidencia una acelerada reestructuración organizacional y aún funcional. Esto es, no sólo se convierte en la región hortícola más importante del país (abasteciendo de verduras a unas 14 millones de personas del conurbano bonaerense, y de ciudades como Rosario, Córdoba y Mar del Plata, entre otras), sino que además exhibe una gran influencia en todo el sistema hortícola nacional (Viteri, Ghezán & Iglesias, 2013).

A partir de la década de 1990, las ventajas comparativas (cercanía al mayor centro de consumo del país, condiciones agroecológicas favorables), junto a las ventajas competitivas (tecnología del invernáculo, mano de obra especializada, etc.) en interacción con el rol asumido por el horticultor boliviano permitieron una reestructuración de la horticultura platense, dando como resultado una diferenciación y concentración de la producción espacial (García, 2010). Dicha concentración espacial parecería ser tanto causa como consecuencia de una nueva dinámica que adquiere la horticultura platense en los últimos ocho años, en los cuales su desarrollo no se ajustaría solamente o simplemente a sus ventajas correspondientes de la etapa “Diferenciación”¹, categorizándose como una economía de aglomeración (García, 2016a) (Ver *Figura 1*).

¹ Se hace referencia a: i) ventajas productivas (mayor calidad del producto, mayor período de cosecha, menor costo por unidad de producto, mayor rendimiento, mayor eficiencia en el uso de los medios de producción) (García, 2010); ii) la retracción de la superficie y producción extra región platense; iii) el avance del horticultor boliviano en toda la cadena de producción-consumo, y en el eslabón de comercialización en particular; iv) las ventajas del transporte que posibilitan competir en regiones otrora imposibles económicamente (Merchan, 2016).

Figura 1. Etapas del Desarrollo del Área Hortícola Platense.



Fuente: Elaboración propia en base a (García, 2016a).

Las consideraciones del espacio o territorio en los estudios económicos adquieren significancia en los últimos años. Estas buscan dilucidar los factores que explican tanto los procesos de concentración espacial de actividades productivas y de servicios, como los que conducen a que determinadas localizaciones muestren un mayor dinamismo y capacidad competitiva que otras (Schejtman & Berdegué, 2004). Las mismas revalorizan el territorio a partir de las innovaciones tecnológicas y organizativas, los nuevos determinantes de la competitividad, los procesos de conocimientos y aprendizaje en el seno de las redes o conjuntos de agentes, y los impactos locales de la globalización (Cfr. Pedreño & Quaranta, 2002).

Más específicamente, la Geografía Económica se define como el estudio de la localización, distribución y organización espacial de las actividades económicas. Desde tiempos remotos existe una tendencia de las actividades económicas a concentrarse en un territorio, debido a la existencia de ventajas que obtienen las empresas cuando se aglomeran, lo que genéricamente se les ha llamado Economías de Aglomeración (Fujita & Thisse, 2002; Fujita & Krugman, 2004). A nivel general, un Aglomerado Económico origina ventajas derivadas de las -valga la redundancia- economías de aglomeración. Se trata de externalidades, economías externas no planificadas o bien pasivas, ya que se generan por y para las empresas ubicadas en un espacio concreto de modo

espontáneo, como subproducto de la actividad económica y no necesariamente como fruto de acciones conscientes (Navarro Arancegui, 2003).

En este marco, en los últimos años no solo se han multiplicado las quintas en la región platense, sino que además han surgido y/o incrementado toda una serie de empresas conexas de servicios para con la actividad hortícola. Una de ellas son las empresas que comercializan insumos hortícolas. Denominadas como “agronomías”, se convierten en un eslabón más de la cadena de producción, adquiriendo un rol destacado en esta etapa del desarrollo. El objetivo del presente trabajo es describir y analizar la dinámica y características de estos comercios expendedores de insumos y su rol en el aglomerado hortícola platense. Dicho proveedor de insumos es interpretado como un caso más de sinergia en lo que se denomina el aglomerado hortícola platense, posibilitando y potenciando las ventajas y competitividad a través de su acción e interacción en el sistema productivo-económico local. Es por ello que el propósito del artículo es, a través de la descripción y caracterización de las agronomías, aportar a la interpretación de la dinámica actual de lo que se entiende es el aglomerado hortícola platense. Propósito que en forma complementaria, se intenta alcanzar con análisis análogos al presente, mediante estudios del rol de las plantineras (García, 2016b), técnicos del sector privado (García, 2018) y que continúa con otros agentes e instituciones (INTA, UUNN, Ministerio de Agroindustria, entre otros).

La hipótesis general que enmarca el artículo es que la actual dinámica de la horticultura platense puede ser mejor interpretada si se la analiza como un aglomerado económico, en el cual existen sinergias que le otorgan al territorio un grado mayor de competitividad, ingresando este a una nueva etapa en su ciclo de desarrollo. La hipótesis particular a considerar en el artículo es que la

presencia, rol y estrategias de las agronomías son causa y consecuencia de este aglomerado económico.

El trabajo se estructura de la siguiente manera. Luego de este apartado introductorio, se desarrolla brevemente la metodología adoptada. A continuación se describe e interpreta someramente los inicios y evolución de las agronomías en La Plata. En una cuarta y quinta sección se detalla y analiza su dinámica de funcionamiento, ya sea internamente, como también caracterizando su relación e interacción con los productores y demás agentes (básicamente empresas de agroquímicos, semilleras y distribuidoras) del sector. Finalmente se extraen una serie de reflexiones.

Metodología

El diseño metodológico combinó procedimientos cuantitativos y cualitativos, y constó de relevamientos de información secundaria y primaria. Se realizó una amplia búsqueda y análisis de fuentes publicadas e inéditas, destacándose libros, artículos, ponencias, tesis de grado y postgrado, revistas de divulgación, informes técnicos, entre otros. Estas reseñas se complementaron con información primaria, es decir, la que se obtuvo a partir de una serie de entrevistas en profundidad y a través de estudios de caso. La misma buscó además la confirmación de la indagación secundaria y el aporte de nuevo y/o mayor significado.

El trabajo de campo, realizado entre el segundo semestre de 2016 y el primero de 2017, incluyó entrevistas a productores (tanto los de origen boliviano, como así también “criollos” e italianos), técnicos (del sector público y privado), extensionistas (Universidad Nacional de La Plata -UNLP-, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria -INTA-), representantes de distribuidoras y de

una empresa de agroquímicos y, claro está, de dueños, técnicos y trabajadores de agronomías. De esta manera, se completaron 24 entrevistas, entendiéndose suficientes en el marco de los objetivos específicos planteados, y habiéndose detectado saturación y reiteración de la información recolectada.

Se utilizó la metodología de estudio de casos (Yin, 2009). Según el mismo autor, el estudio de caso se prefiere cuando se examinan eventos contemporáneos; no se trata de controlar los mismos, sino de describir y comprender su funcionamiento. En el estudio de caso se selecciona una muestra teórica, es decir, se seleccionan casos que probablemente pueden comprobar la teoría (Eisenhardt, 1989). Así, según Yin (2009), los resultados del estudio de un caso pueden generalizarse a otros que representen condiciones teóricas similares. Esta metodología se utilizó para interpretar comportamientos y lógicas de los dos agentes más significativos para los objetivos del artículo: productores y agronomías. Para la elección de los casos, se tuvo en cuenta la consulta a diferentes informantes, intentando garantizar que los productores hortícolas y los agentes de agronomías sean representativos del sector. Para conformar la muestra, los productores satisficieron los criterios de selección establecidos, que en este trabajo fueron el grado de tecnificación y el origen del horticultor. Y en el caso de las agronomías, se buscó entrevistar a los diferentes estratos identificados previamente (y confirmados *a posteriori*) a través de los informantes clave.

Respecto al número de casos, los mismos deben adicionarse hasta la saturación de la teoría (Eisenhardt, 1989). Dicho autor sugiere que el número de casos apropiado depende del conocimiento existente del tema y de la información que se pueda obtener a través de la incorporación de estudios de caso adicionales. En el presente trabajo, se entrevistaron hasta que

las mismas no aportaron nueva información (Eisenhardt, 1989), resultando un total de once horticultores y nueve agentes (dueños, vendedores y técnicos) de agronomías.

Las agronomías y su evolución cuantitativa

Las agronomías es la terminología coloquial que suele utilizarse en la región para hacer referencia a comercios expendedores (y eventualmente fabricantes, formuladores, importadores, fraccionadores, distribuidores) de insumos agropecuarios. Se podría aseverar que su (auto) denominación como “agronomía” es casi una adopción fraudulenta, arrogándose así el conjunto de los conocimientos de diversas ciencias que rigen a la práctica de la agricultura. Cuando, por lo menos, dichos lugares son ni más ni menos que uno de los soportes de una manera particular (si bien hegemónica) de hacer agricultura.

En la región de La Plata, debido a la prevalencia y significancia de la producción de hortalizas, se asocia a las agronomías con los negocios que ofertan una alta variedad de insumos hortícolas, como ser fertilizantes, agroquímicos (fungicidas-insecticidas-herbicidas-fumigantes de suelos), polietilenos y semillas.

Estos comercios de insumos hortícolas -a los que seguiremos denominando “agronomías”- muestran una particular dinámica, fuertemente relacionada al crecimiento cuantitativo y principalmente cualitativo del sector.

El modelo productivo hortícola en La Plata desde sus inicios en 1882 hasta principios de la década de 1990 no tuvo significativas variaciones. A pesar de la tractorización de la agricultura pampeana de la década del '50, la producción hortícola en esos años se caracterizaba por una labranza de la tierra con los “arados mancera” tirados por caballos, mientras que la refinación

posterior se realizaba en forma manual con palas y azadas (Simonatto, 2000). Las plagas y enfermedades eran controladas con extracto de nicotina (tras el remojo de cigarrillos en agua) y con caldo bordelés (sulfato de cobre). La fertilización era casi exclusivamente orgánica, utilizándose grandes cantidades de bosta de vaca (Simonatto, 2000). Es decir, era muy importante el uso de insumos internos, incluido las semillas que se autoproducían y conservaban en las quintas.

Durante los años '70 y '80, en el marco del proceso conocido como Revolución Verde, la utilización de ciertos componentes tecnológicos, entre los que se destacan las semillas híbridas, los sistemas de riego, los agroquímicos de síntesis en el control de plagas y enfermedades, los fertilizantes inorgánicos y la utilización de tractores de mayor potencia posibilitaron el incremento del área cultivada, su productividad, producción y seguridad de cosecha. Más allá de esta realidad indiscutible en la Argentina agropecuaria, inicialmente tuvo un limitado impacto en la horticultura de La Plata, cuya penetración ocurriría tiempo después. Es por todo esto que no debe llamar la atención que las dos primeras agronomías en La Plata recién surgen en la década del '70, casi un siglo después del inicio de la producción hortícola en la capital bonaerense.

A partir de mediados de la década del '80 y principalmente durante los '90 se impulsaron profundas transformaciones tecnológicas, constituyéndose los cultivos protegidos como el símbolo del progreso técnico del período. Este proceso, a diferencia del iniciado en los '70, se concentró en la horticultura platense. En forma gradual, la espiral tecnológica que comenzó tímidamente en los '70 incluyó la mecanización, agroquímicos, híbridos, riego localizado, fertirrigación, teniendo grandes repercusiones en los rendimientos, la calidad de la producción, la demanda de insumos, la comercialización y la utilización y remuneración de los distintos factores

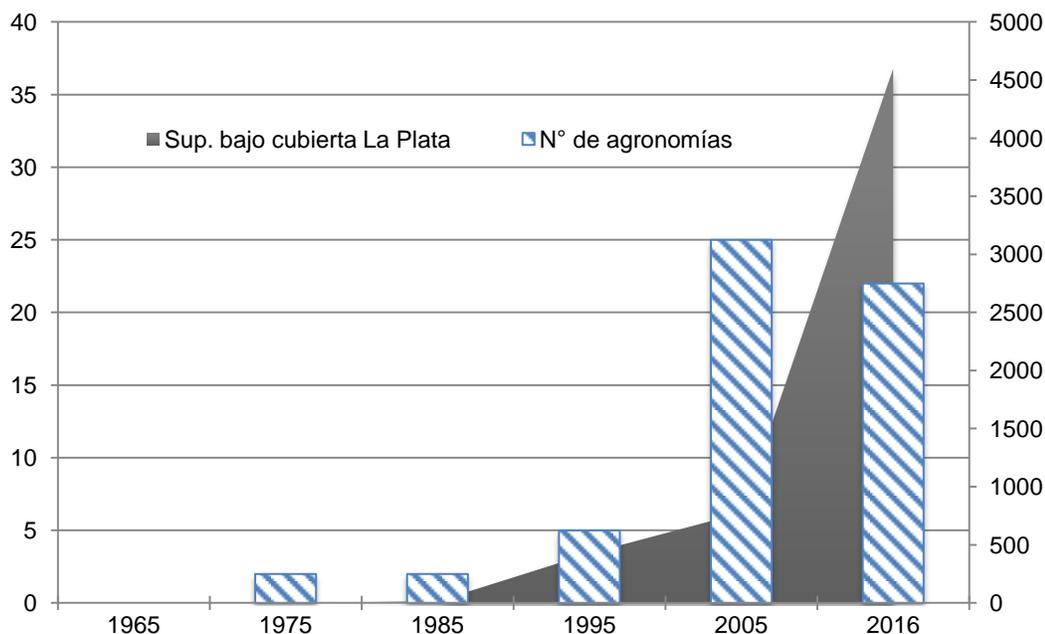
de producción (Vega, 1999). La producción bajo cobertura si bien se inicia en los años '80, se impone con fuerza en los años '90 (Benencia et al., 1997). Allí, el contexto político y económico generó y posibilitó en el sector hortícola de la capital de Buenos Aires la opción tecnológica como una estrategia ante una sobreoferta en el mercado de hortalizas (Benencia & Cattaneo, 1989). Esta tecnología es demandante y dependiente de insumos externos, lo que se correlaciona con la irrupción de nuevas agronomías en la región, contabilizándose un total de cinco en los años '90. Paralelamente, la necesidad del agrónomo para asistir al productor ante esta nueva tecnología y manejo (es decir, ante este nuevo modelo productivo) fue inicialmente aportada por el sector público (técnicos del INTA, del Ministerio de Agricultura de la provincia de Buenos Aires -Experimental de Gorina-, de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales -UNLP-)².

Tras la devaluación de 2002 La Plata profundiza su estrategia de adopción del invernáculo, incrementando entre el 2001 y el 2005 en más de 300 hectáreas su superficie bajo cubierta. En el año 2010 Stavisky (2010) estimaba unas 2500 hectáreas con invernáculos, destacándose La Plata a nivel regional (más del 90% de la superficie bajo cubierta de la provincia de Buenos Aires) y nacional (más de la mitad a nivel país). En la actualidad la “invernaculización” de la horticultura platense ha superado las 4600 hectáreas (Miranda, 2017). Dicha tecnología no se sesga simplemente a un cultivo bajo una cobertura plástica. El invernáculo es la condensación de un proceso de modernización agrícola que incluye cambios en el manejo, en la mano de obra, en la demanda y dependencia de insumos externos, entre otros (Selis, 2000). Esta innovación tecnológica y de manejo explicaría en parte que -tras la devaluación del año 2002 y con epicentro

² El técnico (agrónomo) del sector privado aún no hacía su aparición. Como excepción que confirma la regla, en el año 1995 había tres ingenieros agrónomos de Semillería Florensa en todo el país, que para el rubro hortícola era la totalidad (no había otras empresas con ingenieros agrónomos para la horticultura).

en el 2005- los comercios expendedores de agroquímicos muestran un crecimiento exponencial, llegando a existir más de 25. En la actualidad, su número se ha estabilizado, contabilizándose 22 en La Plata y área de influencia. Un resumen de la evolución de las agronomías de La Plata puede observarse en la *Figura 2*.

Figura 2
Evolución de las agronomías y de la superficie bajo cubierta en La Plata desde su aparición (década de 1970) hasta la actualidad



Fuente: Elaboración propia.

Hasta acá se deja inferir que la dinámica de las agronomías en La Plata está íntimamente relacionada a la evolución tecnológica del sector (Ver *Figura 2*). Interacción que obedece a la mayor demanda y dependencia de insumos que (valga la reiteración) se fundamenta en el modelo tecnológico del invernáculo.

Paralelamente, el auge de las agronomías no se explica unidireccionalmente por la imposición o hegemonía de un modelo tecnológico. Justamente, dicho modelo tecnológico también es promovido por las agronomías que, como veremos a continuación, generan su propia demanda.

Características y estrategias de las agronomías

Las agronomías en La Plata son mucho más que un negocio expendedor de insumos hortícolas. Prestan servicios de asesoramiento, de financiación, comercializan por radio y hacen envíos a quinta, visitan a los productores y aun así precisan diferenciarse para crecer o persistir en un sector cada vez más competitivo.

El encargado de una agronomía aseveraba que el sector hortícola platense está “tecnologizado, pero no ‘tecnificado’”. Con esto último se refería a la ausencia de “técnicos” que asesoren a los productores de origen boliviano, que son hegemónicos numéricamente en el área. Y a eso se le agrega la ausencia de un perfil empresarial, de profesionalización: la gran mayoría de los productores suelen desconocer los productos a usar, su dosificación, momentos de aplicación, prácticas de prevención, etc. Todo esto conlleva a una muy baja previsión, planificación y evaluación de la gestión y manejos de la quinta. “La diferencia de una quinta con y sin técnico es abismal”, finaliza aseverando el encargado de la agronomía.

En este marco, además de vender insumos, las agronomías casi por definición prestan servicio de *asesoramiento*. Y su presencia no obedece simplemente al cumplimiento de la ley vigente³. La complejización de la producción hace que el asesoramiento sea prácticamente otro insumo que

³ El artículo 5° de la ley 10.699 establece la “obligación de contar con un asesor o director técnico profesional ingeniero agrónomo u otro título habilitante matriculado en el Consejo Profesional de jurisdicción provincial”.

brinda la agronomía, cada vez más necesario y que en muchas ocasiones posibilita la concreción de una venta. Ocurrió un doble proceso: se complejizó la producción y además apareció un actor (el horticultor boliviano) que no es el tradicional, dando sus primeros pasos como (o bien alcanzando en forma abrupto el rol de) productor desde un nivel técnico más bajo que el horticultor tradicional, de origen italiano. Por su parte, la generalización del Ingeniero Agrónomo en su rol de asesor privado se encuentra disponible solo para una ínfima minoría. Concretamente, se estima que menos del 3% del universo total de productores posee asesoramiento técnico (Ver Ambort, 2017; García, 2018; Fortunato, 2015; Pineda, 2014), siendo excluidos los productores medianos y principalmente chicos, quienes deben recurrir regularmente a las agronomías para realizar consultas técnicas.

Los técnicos que atienden en las agronomías cuentan con conocimientos previos (formales e informales) y adquieren capacitación y actualizaciones por parte de las empresas de insumos en forma constante. Además, al aprendizaje que implica estar tras el mostrador todos los días y anoticiarse los problemas que van surgiendo, se le suma el diálogo continuo que se establece con los productores, generándose algo más que una simple recomendación: una auténtica comunicación. Ello posibilita un asesoramiento siendo consciente de la forma particular en que estos horticultores producen. Por ende, sin intentar ocultar siquiera o compensar las críticas a este tipo de asesoramiento (limitado al realizarse tras un mostrador y además tendencioso o ligado a la venta de insumos) el mismo es fundamental para la gran mayoría de los productores de la región (Seibane et al., 2014). Sucede que la incorporación de tecnologías complejas como las del invernáculo suelen ser inversamente proporcional al grado de conocimiento del manejo, debiendo el horticultor depositar su confianza en un técnico que los guíe en la toma de decisiones

(Montalba Navarro, 2003). Y el modelo tecnológico del invernáculo, exige respuestas inmediatas, para las cuales el horticultor -al carecer de técnico privado- debe recurrir indefectiblemente a la agronomía. De esta manera, el servicio de asesoramiento es clave para sostener tanto el modelo tecnológico impuesto como la persistencia de estos productores en la horticultura de La Plata.

Por otra parte, las agronomías ofrecen *financiamiento*, aunque aseveran que lo hacen en forma “involuntaria”. Es para productores “instalados”⁴ que conocen, y se efectiviza sin papeles ni garantías. La necesidad de financiamiento es muy importante en la horticultura platense en general, y en invierno en particular, período en que empiezan las plantaciones y, por ende, los gastos más importantes.

La significación del crédito se fundamenta en los montos que conllevan los costos de producción en el modelo tecnológico hegemónico de La Plata, tanto para la construcción del invernáculo como para la compra de los insumos. A ello se le agrega que para la gran mayoría de los productores les está vedado el financiamiento bancario (Cieza, 2012). Por lo que, si no son las agronomías, los productores deben recurrir a financieras, prestamistas o bien consignatarios de mercados, con condiciones claramente desventajosas. Es la competencia que se establece entre las agronomías y la necesidad de captar y/o retener clientes lo que las obliga a ofrecer este servicio, y cada vez con mejores condiciones. Por lo que la financiación -también inherente a la agronomía- se convierte en otra condición necesaria para la prosecución de la gran mayoría de los productores en este modelo hortícola tecnologizado e hipercompetitivo, modelo más difícil sino imposible de implementar por fuera del área de cobertura de estas agronomías platenses.

⁴ Jerga que hace referencia a horticultores que han alcanzado el status de productor desde hace por lo menos tres años, poseyendo generalmente un nivel de inversión inmóvil (básicamente invernáculos) que lo rotula como confiable para el otorgamiento del crédito.

Otro servicio usual que prestan las agronomías es la consulta, *compra por teléfono o radio* y hasta el envío de los insumos sin costo a las quintas. Fenómeno que si bien aparece con la llegada a la región en el año 2000 de una radio digital con el sistema *Push to talk* (PTT), con buena señal y costo en relación con los celulares (Nextel), coincide también con la relevancia cuantitativa de los productores, con dificultades para movilizarse. Así, aún para el caso del productor con vehículo⁵, la practicidad y facilidad del uso de la radio para consultar el precio de los insumos en diferentes agronomías posibilita una mayor transparencia y competitividad del mercado de insumos.

Dependiendo de la importancia que le adjudique el productor al insumo, la compra la puede hacer directamente en la agronomía (seleccionada tras las consultas por Nextel) o bien simplemente con un llamado de radio. Insumos costosos como las semillas de tomate y pimiento, los fumigantes de suelo o bien el nylon hacen más pensada la compra. Por ende es común que el productor se acerque a la agronomía, haga preguntas, se tome su tiempo, y hasta repita dos o tres visitas antes de decidir. En contraposición, la radio adquiere relevancia en las compras diarias o frecuentes de insumos baratos.

La generalización del Nextel (y más recientemente la aplicación de mensajería WhatsApp) en el área, su utilización para consulta de precios junto al servicio de envío a las quintas obliga a las agronomías a una reducción de sus márgenes de ganancia por la competencia. Tiempo atrás el productor concurría a la agronomía que le quedaba más cerca y/o a la que siempre iba. Esa fidelidad se ha perdido. Entonces, los insumos caros como el nylon, fumigantes de suelo y ciertas

⁵ Otra razón que fundamenta su relevancia son los insumos voluminosos (por ejemplo, fertilizantes o nylon) por lo que aun los que poseen vehículos pero no camionetas, la posibilidad de envío por parte de la agronomía se convierte en un servicio valorado.

semillas se convierten casi en un *commodity*, un “pasamanos”, transformándose la agronomía en un lugar casi de despacho para algunos productores. Práctica que -según denuncian las agronomías- los deja casi sin margen de ganancia. Si bien sigue siendo relevante el servicio de asesoramiento como medio para lograr una venta, una parte importante de los horticultores recurren a la agronomía a buscar determinado producto por su precio. De esta manera, este servicio propio de las agronomías de la región le otorga claras ventajas al productor, no sólo por dotarlo de eficiencia en tiempo (al saber su disponibilidad) y dinero (al poder obtener el insumo más barato de la región) sino que la transparencia del mismo presiona los precios a la baja.

Otra variable que fustiga por el ajuste de los márgenes de ganancia de las agronomías es la competencia que realizan las plantineras en el rubro semillas (Cfr. García, 2016). Sucede que para este mercado particular, es fundamental poseer cantidad y variedad de simientes, cuestión que lo pueden afrontar mejor las plantineras debido a la especificidad de su actividad concreta.

Por su lógica de funcionamiento y los servicios que prestan, las agronomías procuran de ubicarse en cercanía a la zona de producción. Las dinámicas de avance de la ciudad en interacción con el crecimiento y relocalización de las quintas en el espacio platense (Ver Merchan, 2016) hicieron que las agronomías más antiguas -otrora en lugares donde antes dominaba la producción de hortalizas- quedaran alejadas de la zona de producción e insertas o rodeadas por la urbanización. La expansión y corrimiento del sector hortícola y la fuerte concentración a la vera de determinados corredores productivos es correspondido y acompañado por la instalación de estos negocios de insumos.

Precisamente, la cercanía o accesibilidad de las agronomías, sumado a la consulta y venta por radio, junto al envío a quinta a más tardar al día siguiente son factores que se asocian a la

inmediatez que caracteriza el ritmo productivo de la horticultura platense, dinámica “anárquica, apremiada y acelerada” que cada vez en mayor medida caracteriza al productor y a la producción de la capital bonaerense.

Esto trae consigo consecuencias para la demanda y también para la oferta. Antes el productor si bien tenía una quinta con una superficie (promedio) significativamente más grande (entre 7 y 10 hectáreas) (Gutman, Gutman & Dascal, 1987), el manejo era más sencillo, los ciclos de producción más largos y existía una menor disponibilidad de agroquímicos o fertilizantes a utilizar. Todo ello le posibilitaba tener su galpón donde almacenaba dichos insumos al inicio de la campaña: “antes todo esperaba a la producción, ahora es al revés, todo es para ayer” (productor MM). Ahora, por cuestiones económicas, financieras y/o de imprevisión, la compra del insumo es urgente, para el momento y limitada a la superficie o parte del cultivo afectado. Esto, como veremos más adelante, repercutirá en demandas de envases más pequeños, acordes a la gestión actual de la inmediatez en el sector.

Si bien las agronomías atienden a todo tipo de productor, se puede aseverar la existencia de una segmentación, identificándose distintas variables en la tipología.

Por un lado, subsisten un grupo de agronomías tradicionales, a la cual preponderantemente concurren los grandes y tradicionales productores, especializados en tomate y pimiento. Lo hacen por costumbre y también porque allí cuenta con una cuenta corriente. Si bien son pocos productores, el volumen de compra de insumos que demandan este subgrupo de productores hace de estas agronomías las más importantes.

Por otra parte, la gran mayoría de las agronomías provee a los pequeños productores, que si bien compran relativamente poco a nivel individual, en forma colectiva adquieren relevancia, además de ser muy valorados por su pago en efectivo y al contado.

La zona de influencia de la agronomía también tiene su importancia. Mientras que las agronomías más grandes y tradicionales se encuentran, debido a su antigüedad en la zona, invariablemente rodeada por una urbe que crece, el resto tiende a ubicarse cerca de la -actualmente movediza y creciente- área de producción, buscando brindar ventajas de accesibilidad. Ventajas que las agronomías grandes no precisan de igual manera, dado que sus clientes generalmente carecen de problemas de movilidad. Esta segmentación también es acorde al tipo y nivel de asesoramiento que se brinda a los clientes. Sucede que un productor grande y/o tecnificado que recurre a la agronomía no requiere recomendaciones, ya que las obtuvo/obtiene de su técnico privado. Diferente es la necesidad de un pequeño horticultor en la agronomía. Por último, la segmentación del productor hace que el asesoramiento y los insumos requeridos también se encuentren segmentados, dado la especialización que tienen los productores pequeños por las hortalizas de hoja, y los grandes por las solanáceas. Una síntesis de estas características distintivas puede apreciarse en el *Tabla 1*.

Tabla 1
Características principales de las nuevas y de las tradicionales agronomías de la región de La Plata

Agronomías Tradicionales	Nuevas Agronomías
3 o 4 agronomías, de gran tamaño	17 o 18 agronomías, de menor tamaño
Grandes y medianos productores	Pequeños y medianos productores
Especializados en solanáceas	Especializados en hoja
Importancia de la cuenta corriente	Importancia del asesoramiento
Agronomías rodeadas por la urbe	Relevancia de la accesibilidad

Fuente: Elaboración propia

Articulación con las empresas (de agroquímicos, nylon y semillas), con las distribuidoras y aún los productores

Las agronomías son el último eslabón de una serie de empresas que generan, producen y distribuyen los insumos. A continuación se detallan algunas de las características, articulaciones y relaciones de las agronomías con las empresas de insumos (léase fabricantes), las distribuidoras, los técnicos y aún los productores.

La existencia de empresas de renombre mundial que generan y producen insumos para un sector “menor” -como el hortícola argentino- no evita la competencia entre ellas. En la horticultura, a diferencia de las actividades extensivas, suele ocurrir que el producto de la empresa más grande no siempre es el mejor. De hecho, es común que a las pequeñas empresas las terminen comprando las grandes, ante el hecho de no saber cómo competir o -justamente- por perder en la competencia. Por caso, las principales semillas de tomates demandadas en la Argentina (Elpida,

Badro, Griffy) las comercializa Enza Zaden, empresa si bien multinacional, minúscula al lado de gigantes como Seminis o Bayer. Otro caso, Syngenta es fuerte en pimiento pero no tiene una oferta competitiva en tomate. Por eso el productor no acepta un insumo genérico, sino que pretende uno específico o particular; ante esto, la agronomía tiene que responder a la demanda del productor.

Si viene a buscar diez productos, se tiene que ir con diez, o con nueve, no con dos porque determinadas marcas no vendemos. Ya que si eso pasa, la próxima vez irá a una agronomía que le ofrezca lo que busca (M. Rey, comunicación personal, 16 de Septiembre de 2016).

Las empresas de insumos si bien imponen condiciones, también deben adaptarse a la realidad del sector con la cual deciden trabajar. La estrategia someramente identificada de compra de insumos en el momento del problema y limitando la cantidad a la superficie del cultivo afectado que implementan la mayoría de los horticultores platenses, presiona en pos de envases pequeños. Dicho comportamiento o práctica repercute en las empresas, dado que el fraccionamiento en las agronomías está prohibido por la reglamentación de la ley de agroquímicos⁶.

Las empresas pueden limitarse a ser simples productoras o reproductoras de un insumo, o bien incorporar además la tarea de desarrollo del producto. Para esto último, es frecuente que sean empresas con laboratorios internacionales que tienen la posibilidad de uso de moléculas (para agroquímicos) o germoplasma (para semillas). Dicho trabajo consiste en combinar, probar, evaluar y comparar diferentes tipos de materiales con el propósito de seleccionar el más eficaz y eficiente para las condiciones agroclimáticas y tecnológicas de cada región. Son pocas las empresas que envían materiales comerciales al país, ya que la Argentina no es un mercado

⁶ Además que en dicho proceso ilegal de fraccionamiento, se corre el riesgo de adulterar -en forma deliberado o accidental- el mismo.

hortícola de importancia económica como podría ser España, México, Turquía o Florida (EEUU). Por lo que es necesario realizar una forma de adaptación, por ejemplo, probando la mejor formulación de un agroquímico (como emulsión, polvo, etc.; al 25%, al 50%, etc.) o ajustando el manejo de una variedad de semilla.

La Plata es una de las cuatro zonas hortícolas del país (junto a Corrientes, Salta-Jujuy y Mendoza), en donde las empresas realizan este trabajo de desarrollo/adaptación. El mismo persiste hasta obtener el insumo denominado “comercial”, momento en que comienza la etapa de promoción. El trabajo de promoción -tanto comercial como de desarrollo- motorizado por las empresas (de agroquímicos, de semillas, etc.) que perdura es aquel que trabaja en los tres frentes: con las agronomías, los productores y los técnicos. Es así que surge una fuerte interacción entre ellas (Gomez, Hang & Seibane, 2015).

La búsqueda de difusión de una innovación parte de las empresas, las cuales a través de diferentes acciones buscan interpelar no sólo a los productores, sino que también a las agronomías. Estas últimas son interlocutores directos debido a su cercanía y contacto diario con los productores. Dependiendo de la magnitud de las empresas, hacen ensayos en sus campos demostrativos (Seminis) o bien en quintas de los productores y luego jornadas a campo, charlas a los técnicos y productores (a veces separados, a veces juntos). También organizan reuniones diferenciadas para técnicos (privados y de las agronomías). A su vez convocan a los grandes productores a reuniones más pequeñas, casi personales, mientras que al horticultor más chico los emplaza a reuniones más multitudinarias. Luego, en las agronomías de la zona se distribuyen folletos, banderas, gorros buscando que el nombre comercial del insumo se imponga en la región. De igual manera se busca salir en las publicaciones zonales para posicionar al producto.

Las empresas de insumos no negocian y comercializan con las agronomías, sino que lo hacen a través de las distribuidoras, quienes cumplen el rol de intermediarias. Puede que haya algunas agronomías de las denominadas tradicionales y grandes con cuenta directa con algunas empresas, pero la mayoría se abastece de insumos a través de las distribuidoras⁷. Existen seis distribuidoras que concentran el reparto y aprovisionamiento de insumos hortícolas a las agronomías en La Plata. Ellas son *Distribuidora City Bell*, *Agrosuma* para fertilizantes (también fabrican); *Distribuidora YUDO*, *Brometan*, *DistriCampo* y *AgroCentral*. Estas distribuidoras compiten entre sí, buscando captar y/o retener clientes (agronomías) a través de precios, financiamiento y otros servicios. Justamente, las disímiles estrategias de compra (volumen, forma de pago) y de venta (financiamiento, montos mínimos, etc.) generan diferencias de precios y de disponibilidad, entre otras.

A veces me encuentro con que pierdo cotizaciones del mismo producto de una misma empresa con otras distribuidoras, lo que muestra que no todos tenemos el mismo precio. Tal vez pase que compran más volumen que nosotros. Sí sucede que nosotros nos sentimos más competitivos con algunos productos, y no tanto con otros. Algunos son nuestros 'caballitos de batalla' y con otros no podemos entrar o somos uno más del montón (D. Bessuejous, comunicación personal, 22 de Julio de 2016).

Por estos motivos, las agronomías suelen trabajar con todas las distribuidoras.

La existencia de distribuidoras se explica en base a una serie de motivos. Las agronomías deben abastecerse de una amplia variedad de insumos, que son ofertados por una también numerosa cantidad de empresas (fabricantes, importadoras, fraccionadoras, etc.). Por lo tanto, las

⁷ De la misma manera, las distribuidoras no les venden a los productores. La abstención de venta directa a los productores por parte de las distribuidoras implica no promover la misma, como una cuestión de lealtad comercial para con las agronomías. Pero confiesan que eso no quita que un productor se aparezca o llame y sí se efectivice la transacción. Pero claro está, la compra debe ser significativa.

distribuidoras disponen de todo un abanico de productos, que van más allá de los que puede ofrecer una empresa, por más grande y diversificada que fuera. Sumado a ello, no resulta sencillo trabajar con estas empresas, muchas de ellas multinacionales. Por un lado, porque exigen la compra de un stock muy grande para un comercio de insumos minorista como la agronomía. No aceptar esos volúmenes de venta mínimo implica precios por unidad mucho más altos, o bien hasta la no disponibilidad de dichos insumos. Por otro lado, estas empresas imponen pautas de venta y/o productos que no necesariamente se ajustan a la demanda de cada agronomía. En palabras del dueño de una agronomía “Por ejemplo, Syngenta me va a presionar con metas, me va a exigir tener stock, me va a pedir vender algunos productos que no está ajustada a mi demanda, me va a traer presentaciones que no me interesa tener” (M. Rey, comunicación personal, 16 de Septiembre de 2016). Tener stock implica inmovilizar dinero ante la posibilidad de ocurrencia de algún evento que demande dicho insumo y sólo así obtener una ganancia. Otro técnico de agronomía afirmaba “Este año puede haber humedad y un montón de Botrytis, si yo tenía stock vendo un montón; al año siguiente compro mucho y tal vez no haya Botrytis. ¿Qué hago?, ¿debo sobrecargarme de mercadería para no perder ventas?” (M. Paglioni, comunicación personal, 21 de Noviembre de 2016). La empresa quiere vender, la agronomía no quiere tener stock⁸, el productor desea comprar justo lo que precisa. El mecanismo de circulación se tensiona y las distribuidoras ofician de descompresores. Por estas razones, las agronomías recurren a las distribuidoras y no directamente a las empresas, ya que estas suelen generar a veces más

⁸ La retracción a generar stock por parte de las agronomías sería un comportamiento racional en un contexto económico “normal”. En períodos con fuertes y frecuentes incrementos del tipo de cambio, las agronomías buscan tener stock como refugio ante las variaciones de precio (dado que los insumos hortícolas se comercializan a precio dólar); en momentos de estabilidad cambiaria, es conveniente la circulación de las mercaderías.

problemas que beneficios. Estos intermediarios cumplen un rol significativo ya que posibilitan que todas las agronomías de La Plata no precisen tener stock, tengan disponibilidad y variedad de todos los insumos demandados por las cantidades ajustada a su propia escala (los montos mínimos de compra son mucho menores que los de las empresas), y a un precio mucho menor al que cada agronomía obtendría tras negociar compras “minoristas” a las empresas multinacionales. Más aún, como consecuencia de la competencia entre estas distribuidoras que pugnan por captar/retener clientes, suelen reducir sus márgenes, incrementando así la competitividad en el área platense. Tal es la ventaja que generan las distribuidoras en cuanto a disponibilidad y precios de insumos, que algunas agronomías de La Plata ofician de “distribuidoras” para agronomías de otras regiones (como Mar del Plata, o regiones de Córdoba y aún Río Negro).

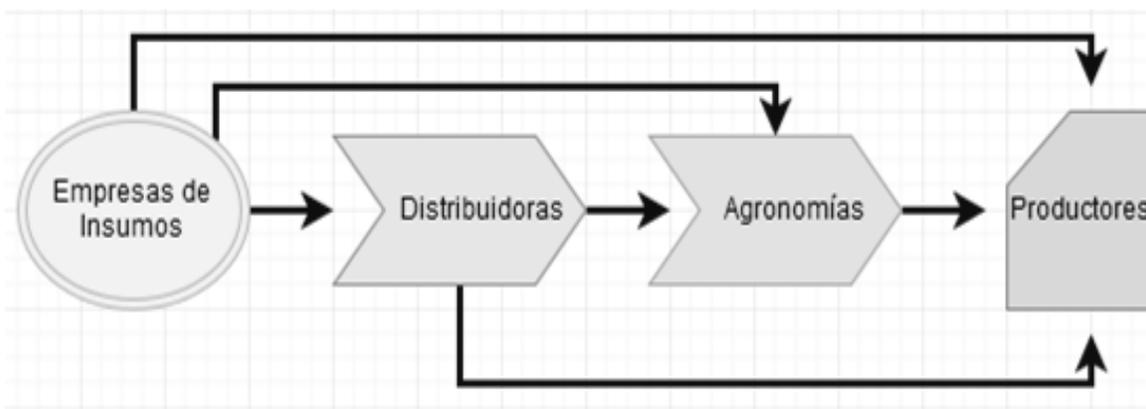
Finalmente, el último eslabón son los productores, quienes concurren a la agronomía en búsqueda de insumos, asesoramiento, financiamiento y hasta contención. La relación del productor con la agronomía depende del tamaño de aquel. En el caso de los productores grandes, la toma de decisiones dependerá más del técnico (privado que lo asesora) y del productor (Blandi, 2016). El productor más chico no tiene asesor, o bien tiene un asesor externo (técnico de Cambio Rural), con un rol más de orientador, de consulta general o eventual (Gomez, Hang & Seibane, 2015). Al no asumir un rol de administrador del emprendimiento, este productor debe tomar en mayor medida las decisiones técnicas. Y las agronomías muchas veces cumplen la función de triangulación o fuente primaria que confirma o induce a una determinación de índole productiva. Entonces, el productor se informa en una revista que un determinado agroquímico o variedad es bueno, y concurre a la agronomía a corroborar ese mensaje. Allí le pueden confirmar o no, y/o

decirle que ese insumo no es el más adecuado para su establecimiento, por lo que se puede cambiar la decisión en la agronomía.

Una representación de la circulación de insumos (y de información) en el sector hortícola se puede ver en la *Figura 3*.

Figura 3

Representación de la circulación de relaciones e insumos hortícolas entre las empresas, distribuidoras, agronomías y productores



Fuente: Elaboración propia.

En síntesis, las agronomías son interlocutores válidos y directos en el entramado conformado por los productores, empresas y distribuidoras, en su rol de asesoramiento, desarrollo, difusión y, claro está, de comercialización, resultando un engranaje indispensable y potenciador del modelo tecnológico y de la aglomeración productiva resultante.

Reflexiones Finales

La dinámica de las agronomías en La Plata está íntimamente relacionada a la evolución tecnológica del sector. Es por ello que recién cuando los efectos de la Revolución Verde

impactan en el sector a través de la aparición de la tecnología del invernáculo es que empiezan a generalizarse estos comercios de insumos. Y cuando aquella se impone de manera que hegemoniza el sector, las agronomías se expanden hasta sobrepasar las dos decenas, asumiendo un rol destacable.

Si bien hay una interacción positiva, dado que la presencia de agronomías obedece a la mayor demanda y dependencia de insumos que (valga la reiteración) se fundamenta en el modelo tecnológico del invernáculo, ello no explica el modelo en sí. Es decir, el auge de las agronomías no se explica unidireccionalmente por la imposición o hegemonía de un modelo tecnológico. Justamente, dicho modelo tecnológico también es promovido por las agronomías (y las empresas de agroquímicos, semilleras, distribuidoras, técnicos privados, entre otros), que generan así su propia demanda.

En cuanto al rol de las agronomías en el marco de lo que se denominaría el aglomerado hortícola platense, es para destacar su inserción y articulación de forma consistente. Se convierten en un agente significativo y funcional para el área productiva, aportando mucho más que insumos. A través de múltiples acciones y estrategias, generan externalidades positivas y otorgan a la región hortícola platense una mayor competitividad. Estas externalidades no se sesgan al servicio de disponibilidad de una alta variedad de insumos en cercanía. Se le suma el asesoramiento, que si bien sigue siendo realizado tras un mostrador y ligado a la venta de un insumo, posee la ventaja de estar disponible para todos los productores, adaptado a la particular forma de producir y posibilitando resolver -en cierta medida- cuestiones técnicas con la inmediatez que el modelo tecnológico impuesto demanda. El financiamiento de las agronomías también repercute en la factibilidad y persistencia del costoso modelo hortícola platense, no sólo por su mera existencia

(ante la veda del crédito bancario) sino que a tasas más bajas que las que ofrecen las financieras semiformales de la región. Financiamiento en su doble función: ordinaria (al inicio de cada campaña) y extraordinaria (para procesos de capitalización). De la misma forma, la posibilidad de consulta, compra y envío a la quinta de los insumos permite a la mayoría de los productores (con mayores o menores dificultades de movilidad), tener acceso a los insumos al mejor precio del mercado, generando a su vez presión para que estos estén a la baja ante la inevitable competencia que la transparencia concita. Por último, la fuerte articulación con las empresas, distribuidoras, técnicos y productores efficientiza los canales de comunicación, innovación, difusión y adopción/adaptación tecnológica, generando externalidades positivas que nuevamente repercuten en todo el sector.

Todas estas ventajas que emergen de la concentración espacial, competencia y búsqueda de diferenciación de estos comercios de insumos permite la persistencia de productores vulnerables y una progresión más eficiente de aquellos más capitalizados. Fenómeno circular que se explicita en una dinámica de crecimiento de la horticultura platense, en base al estímulo a la concentración espacial de la producción, que obedece a la búsqueda de los horticultores de hacer usufructo de una serie de ventajas como las que otorgan las agronomías en la zona. Ventajas que no compensan o soslayan las condiciones de vida y trabajo allí soportadas, o la degradación y contaminación generadas (Cfr. García, 2015). Ventajas que sí otorgan competitividad al sector, variable fundamental que a nivel micro explica la supervivencia y en algún caso la expansión y acumulación en el sistema capitalista; y a nivel macro posibilita la concentración espacial.

Por todo ello, se concluye que las agronomías son un elemento más para entender la competitividad del sector y la conformación de un aglomerado económico en la horticultura de la capital bonaerense.

Bibliografía

- Ambort, M. E. (2017). *Procesos asociativos en la agricultura familiar: un análisis de las condiciones que dieron lugar al surgimiento y consolidación de organizaciones en el cinturón hortícola platense, 2005-2015*. (Tesis de grado). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación – Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Benencia, R. y Cattaneo, C. (1989). *Estratificación social, proceso de concentración y lógicas productivas entre horticultores bonaerenses*. Cátedra de Extensión y Sociología Rurales, FAUBA (mimeo).
- Benencia, R., Cattáneo, C., Durand, P., Souza Casadinho, J., Fernández, R. y Feito, M. (1997). *Área Hortícola Bonaerense. Cambios en la producción y su incidencia en los actores sociales*. (1° edición) Buenos Aires, Argentina: La Colmena.
- Blandi, M. L. (2016). *Tecnología del invernáculo en el Cinturón Hortícola Platense: análisis de la sustentabilidad y los factores que condicionan su adopción por parte de los productores*. (Tesis Doctoral) Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Cieza, R. (2012). Financiamiento y comercialización de la agricultura familiar en el Gran La Plata. Estudio en el marco de un proyecto de Desarrollo Territorial. *Mundo Agrario*, 12 (24), 1-19pp. Recuperado Septiembre 2018 desde http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5274/pr.5274.pdf
- Eisenhardt, K. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Fortunato, N. (2015). *Prácticas y representaciones sobre el uso de plaguicidas. Un crisol de razones en el cinturón hortícola platense*. Tesis para obtener el título de Magister Scientiae en Procesos Locales de Innovación y Desarrollo Rural (Plider). Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales (UNLP), La Plata, Argentina.
- Fujita, M. y Krugman, P. (2004). La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro. *Revista de Investigaciones Regionales*, (4), 177–206.
- Fujita, M. y Thisse, J. (2002). Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Regional Growth. *Annals of the Association of American Geographers*, 93(March), 778–779.
- García, M. (2010). Inicios, consolidación y diferenciación de la horticultura platense. En A. Svetlitz de Nemirovsky (coord.), *Globalización y agricultura periurbana en la Argentina. Escenarios, recorridos y problemas* (pp. 73–89). Buenos Aires: FLACSO.
- García, M. (2015). Horticultura de La Plata (Buenos Aires). Modelo productivo irracionalmente exitoso. *Revista de La Facultad de Agronomía*, 114 (1), 190–201.

- García, M. (2016a). Capacidad competitiva y dinamismo en la horticultura de La Plata interpretada desde el enfoque basado en los aglomerados de empresas. *Huellas*, 20, 100-124.
- García, M. (2016b). Surgimiento, dinámica y rol de las plantineras en el aglomerado hortícola de La Plata. *Estudios Socioterritoriales*, 20, 87-102.
- García, M. (2018). Surgimiento, características y rol de los técnicos privados en el aglomerado hortícola de La Plata (Buenos Aires). *Ciencias Agronómicas*, 18 (31), 34-43.
- Gomez, E., Hang, G., y Seibane, C. (2015). Contextual Changes and Their Influence on the Development of Professional Skills of the Agents of the Horticultural Belt of La Plata , Argentina. *American International Journal of Social Science*, 4(5), 34-42.
- Gutman, P., Gutman, G., y Dascal, G. (1987). *El campo en la ciudad. La producción agrícola en el Gran Buenos Aires*. Buenos Aires, Argentina: CEUR.
- Ley 10.699 (1998). Ley de Agroquímicos de la provincia de Buenos Aires. Recuperado Septiembre de 2018 desde <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-10699.html>
- Merchán, A. (2016). *Valorización de la Tierra en el Cinturón Hortícola Platense. Disparidad en el Valor de los Arrendamientos*. Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
- Miranda, M. (2017). Riesgos ambientales asociados al cultivo bajo cubierta en el cinturón hortícola del gran la Plata. *1º Encuentro Nacional sobre Periurbanos e interfaces críticas*. INTA, Ciudad de Córdoba, Argentina.
- Montalba Navarro, R. (2003). Retrospectiva agroecológica a la interacción entre sistemas agrícolas tradicionales y modernos. *Cultura-Hombre-Sociedad*, 7(1), 15-23.
- Navarro Arancegui, M. (2003). Análisis y políticas de clusters : teoría y realidad. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 53, 14-49.
- Pedreño, A. y Quaranta, G. (2002). Trabajo y sociedad en los campos de la globalización agroalimentaria. *Áreas*, (22), 8-27.
- Pineda, C. (2014). Renovación del invernadero en la producción familiar de hortalizas de hoja. Importancia en los resultados financieros y económicos. *Boletín Hortícola*, 18(52), 5-7.
- Schejtman, A. y Berdegué, J. (2004). Desarrollo territorial rural. *Debates y Temas Rurales*, (1), 1-54.
- Seibane, C., Larrañaga, G., Kebab, C., Hang, G., Ferraris, G. y Bravo, M. L. (2014). Redes para la promoción del desarrollo territorial en el cinturón hortícola platense. Reflexiones y aportes. *Mundo Agrario*, 15(29), 1-19.
- Selis, D. (2000). Efectos del cambio tecnológico sobre las condiciones de producción y reproducción del sector hortícola de La Plata. *Serie de Estudios e Investigaciones*, 39, p. 31-56.
- Simonatto, S. (2000). Cambio tecnológico en el sector hortícola de La Plata. Período 1985-95. *Serie de Estudios e Investigaciones*, 39 (1), 23-30.
- Stavisky, A. (2010). Situación actual de la plasticultura en Argentina. *XXXIII Congreso Argentino de Horticultura*. Asociación Argentina de Horticultura (ASAHO), Rosario, 1-10.
- Vega, M. (1999). Integración vertical y productos diferenciados. *Boletín Hortícola*. 7 (23).
- Viteri, M. L., Ghezán, G. e Iglesias, D. (2013). *Tomate y Lechuga: Producción, comercialización*

García, M. y Merchan, A. (2018). Las agronomías. Características y rol en el aglomerado hortícola de La Plata, Buenos Aires, Argentina / The agronomies. Characteristics and role in the horticultural agglomerate of La Plata, Buenos Aires, Argentina. *Estudios Rurales*, volumen 8, Nº 16, ISSN: 2250-4001, CEAR-UNQ. Buenos Aires. Segundo Semestre 2018; 98-126.

y consumo en la Argentina. (1° edición) Buenos Aires, Argentina: INTA.
Yin, R. K. (2009). Case study research: design and methods. Applied social research methods series. (4th Ed.). EEUU: Sage Inc.

Presentado: AGOSTO 2018

Aprobado: DICIEMBRE 2018