

Bruno, Mariana Paola  
Becaria CONICET – EEA INTA Balcarce  
[bruno.mariana@inta.gob.ar](mailto:bruno.mariana@inta.gob.ar)

Viteri, María Laura  
Investigadora EEA INTA Balcarce  
[viteri.laura@inta.gog.ar](mailto:viteri.laura@inta.gog.ar)

Sili, Marcelo  
Investigador Independiente CONICET – Universidad Nacional de Sur  
[sili.marcelo@gmail.com](mailto:sili.marcelo@gmail.com)

### **La nueva conquista de las Pampas. El rol de las empresas comercializadoras de agro-insumos y granos en Balcarce (Buenos Aires)**

#### **Resumen:**

En las últimas décadas, las transformaciones en el agro pampeano vienen acompañadas de la expansión de diversos actores que se encargan de la oferta de bienes y servicios, tanto al sector primario como agroindustrial. Estos actores se radican en localidades de carácter eminentemente agropecuario. Nuestro estudio de caso, Balcarce (sudeste bonaerense), es testigo de estos cambios, registrándose un aumento no sólo en el número de agronomías y comercios de venta de maquinarias, sino también de las estrategias organizativas y comerciales impulsadas por las empresas transnacionales para captar mercado. Ante las nuevas dinámicas de organización, nos interesa indagar en el rol que cumplen estas empresas de bienes y servicios (agronomías y acopios) en la construcción del territorio de Balcarce.

Entendemos al territorio como un espacio en permanente construcción, cargado de intencionalidades (políticas, económicas, sociales), y de intereses contrapuestos de heterogéneos actores sociales que mantienen relaciones multi-escalares. Para alcanzar nuestro objetivo, partimos de una perspectiva cualitativa, realizando entrevistas semi-estructuradas a informantes claves y dueños y/o encargados de las empresas objeto de estudio. Entre los principales resultados, se observa una multiplicidad de empresas dedicadas a la venta de agro-insumos y granos, que interactúan entre las empresas

transnacionales y los productores locales. Para las empresas transnacionales, las agronomías y acopios les permiten insertarse en nuevos territorios, mientras que para los productores de alimentos y *commodities*, les significan una fuente de financiamiento para sus cosechas.

Palabras clave: Territorio; Agronomías; Acopios; Productores Primarios

### Introducción

Desde mediados de los '90, el cambio técnico-productivo, producto de la incorporación del paquete tecnológico basado en la alta dependencia de insumos externos a la explotación (semillas mejoradas, uso de agroquímicos, sistemas de riego sofisticados, maquinarias de siembra directa, servicios de siembra, cosecha y pulverización, etc.), ha provocado la consolidación y expansión del sector de bienes y servicios para el agro. Este modelo de producción cambia las relaciones entre las labores realizadas por los propios productores y aquellas tareas realizadas por terceros, aumentando la dependencia de la figura del contratista. Estos nuevos servicios son acompañados por una mayor expansión de empresas que ofrecen venta de maquinarias e insumos. Estas empresas tratan de instalarse en centros urbanos linderos a espacios rurales, así es el caso de la ciudad de Balcarce (sudeste bonaerense).

Como otras ciudades de la región pampeana, Balcarce es asiento de una multiplicidad y heterogeneidad de actores vinculados a la producción agropecuaria, ya sean productores directos, contratistas o empresas que ofrecen bienes y servicios al agro. En este sentido, las localidades intermedias pampeanas reflejan los cambios en el sector agropecuario, adquiriendo renovadas funcionalidades. Es decir, no sólo han pasado a convertirse en asiento de los productores y trabajadores rurales (actores locales), sino también de los capitales relacionados con la economía agraria, en donde desarrollan la gestión de la agricultura y las actividades relacionadas con ella (actores locales y extra locales).

En el caso particular de Balcarce, la dinámica expansiva de los principales cultivos (papa para consumo e industria, trigo, soja, girasol y maíz) vino acompañada por la emergencia de actores dedicados a la prestación de bienes y servicios para el agro. Si bien desde sus orígenes es una ciudad

con un vínculo importante con las actividades agropecuarias, los cambios en la manera de producir han incrementado la presencia de empresas tanto nacionales como internacionales que venden agro-insumos (semillas, fertilizantes y agroquímicos): agronomías, y las que intermedian en la venta de cereales: acopios o cerealeras.

Definimos a las **agronomías** como comercios a cargo de profesionales del agro (ingenieros agrónomos o especialistas en comercio agrario) que tienen como misión vender desde semillas hasta agroquímicos, asesorando en la aplicación y otras técnicas a sus clientes. Los **acopios o cerealeras** reciben granos de terceros (vía compra o concesión), y se encargan de distribuir y vender en el mercado local o internacional.

Ante la complejidad observada nos preguntamos ¿Cuál es el rol de las empresas comercializadoras de bienes y servicios en la construcción de territorios?, ¿Cómo articulan entre las empresas transnacionales y los productores? ¿Cómo construyen territorio estas empresas? A fin de responder a estos interrogantes, nos interesa indagar en el rol que cumplen estas empresas de bienes y servicios (agronomías y acopios) en la construcción del territorio de Balcarce. Para ello, tomaremos como período de análisis los años entre 2001 y 2018. A través de entrevistas en profundidad realizadas a informantes claves y dueños y/o representantes comerciales de empresas radicadas en la ciudad de Balcarce y partidos cercanos, intentamos explorar el ensamblaje de actores y representaciones que marcan un territorio anclado en espacios de producción agro-alimentaria.

Este artículo se organiza de la siguiente manera 1) Antecedentes y marco teórico; 2) Caracterización general de las empresas comercializadoras de agro-insumos y granos instaladas en Balcarce; 3) Análisis de las lógicas organizacionales y territoriales de las agronomías y acopios; 4) Reflexión sobre las formas de inserción de las empresas transnacionales, que con sus prácticas modifican el territorio balcarceño.

### **1. Antecedentes y aspectos teóricos-metodológicos:**

Varios autores (Barsky, 1993; Sili, 2005; Reboratti, 2006), interesados en las transformaciones en el agro pampeano, indican a la década del '60 como el inicio de la intensificación de prácticas “modernizantes” para aumentar la productividad y disminuir las labores por cultivo, incorporando

innovaciones mecánicas, agronómicas. El menor requerimiento de fuerza de trabajo en los predios sumado a las mejoras en infraestructura urbana (camino, tecnologías de información y comunicación) y movilidad han llevado a los productores a residir cada vez menos en el área rural. La incorporación del paquete tecnológico basado en la concatenación de innovaciones biológicas (semillas híbridas y genéticamente modificadas), agronómicas (siembra directa), maquinaria específica e insumos fitosanitarios, se intensifica en los '90.

Esta tecnología no sólo modifica la manera de producir, sino también las formas de organización de la producción. Se pasa de una organización "tradicional" (Teubal *et al.* 2005) o "integrada" (Bisang *et al.* 2009) a una "agricultura en red" (Bisang, 2009; Gras, 2013). En la "tradicional", los factores de producción (tierra, capital, mano de obra) son controlados por el productor que mantiene escasas articulaciones con el resto de los actores sociales. En cambio, la "agricultura en red" abre la explotación agropecuaria a otros actores, servicios e insumos.

Varias investigaciones dan cuenta de la diversidad de actores y formas de organización de la producción, que emergen a raíz de las transformaciones en el agro pampeano. Bisang *et al.* 2009; Gras, 2013; Balsa *et al.* 2014; Guibert *et al.* 2011; Gras y Hernández, 2013, reconocen como actores clave a las mega-empresas, terratenientes, grandes productores, contratistas y rentistas. Destacan que las prácticas seguidas por este grupo de actores combinan elementos tradicionales con otros más modernos. Es decir, más allá del modelo de producción dominante, es posible hallar en un territorio, vinculado con los quehaceres agropecuarios, una diversidad de actores que complejizan la trama socio-productiva. Existen estudios que se focalizan en unos u otro sujeto social en particular. Por ejemplo, Gras (2013), Balsa *et al.* (2014), Bisang *et al.* (2009), Grosso *et al.* (2009); Barsky y Dávila, 2008, indagan sobre el accionar de las mega-empresas agropecuarias. Otros, como Lódola (2008), Lódola y Fossati (2004), Muzlera (2010), Lombardo y Tort (2018) se centran en los contratistas. Distinto es el caso de los proveedores de innovaciones biológicas y químicas, como semillas y agroquímicos, para los cuales escasean los estudios. Estos insumos están en manos de una diversidad de actores entre empresas transnacionales y distribuidores que se localizan en ciudades intermedias. Los principales proveedores son las agronomías y acopios que tienen la función, entre otras actividades, de comercializar agro-insumos (semillas, fitosanitarios y fertilizantes) y granos.



Entre las pocas investigaciones existentes, en relación a empresas de este tipo, Carabajal (2003) y Hernández (2015) estudian la red de distribución de una empresa multinacional y los cambios de estrategias en las formas de comercializar y articular con las agronomías locales. Las empresas transnacionales se interesan cada vez más por captar a los productores, marcando pautas a las agronomías locales. Bassi et al. (2011) estudian cómo un pool de siembra, conformado a partir de la unión de capitales de diferentes inversores vinculados al sector, asesores profesionales y productores se inician en la comercialización de agro-insumos. En sus comienzos adquirieron una planta de acopio y luego, fueron incorporando paulatinamente la producción de granos. Esta empresa se expande no solo en hectáreas sino también en varias localidades de la provincia de Buenos Aires, instalando plantas de acopio, agronomías y concesionarias de maquinarias. .

A diferencia de los trabajos anteriores, que se centran en la firma y su red de comercialización, utilizado un enfoque multisituado, desde la geografía económica Astegiano (2015) y García y Merchán (2016) nos proponen observar la complejidad empresarial en un territorio en particular. García y Merchan (2016) toman en cuenta el cinturón hortícola de la ciudad de La Plata, registrando un aumento en la concentración de las agronomías que ofrecen insumos y asesoramiento técnico vinculado con la producción bajo cubierta y sistemas de riego. Estos autores destacan el rol de las agronomías como actores financieros, que apoyan campañas productivas o contactan a los horticultores con los intermediarios comerciales.

Desde una perspectiva estructuralista, Astegiano (2015) analiza los cambios territoriales producidos en el norte cordobés a partir de la expansión y consolidación de una red técnica de agentes de agro-negocios. Esta red, no conforma como una red en sí misma, sino una aglomeración de empresas vinculadas a la venta de insumos y servicios, comercialización y acopio pertenecientes a grandes grupos agroindustriales nacionales y multinacionales y empresas locales que se han capitalizados. Es denominada por la autora como una red, en la medida en que estos agentes son los encargados de la difusión de innovaciones.

Los trabajos mencionados analizan la transformación de los territorios a partir de casos puntuales de mega-empresas que se expanden por diversos territorios o casos de aglomerados productivos, teniendo mínimamente en cuenta la cotidianidad de sus prácticas comerciales y de lobby en un determinado

lugar. Para nosotros es un desafío analizar, desde la perspectiva de los actores involucrados en empresas de bienes y servicios (agronomías y acopios), cómo se transforma y construye el paisaje agro-insumos del partido de Balcarce entre 2001 y 2018. Para comprender cómo las dinámicas de estas empresas construyen Balcarce, y cómo esta ciudad influye en las estrategias de las firmas, nos valdremos de la noción de territorio que propone la geografía social, desde un enfoque crítico y humanístico.

Desde esta perspectiva comprendemos al **territorio** como un espacio geográfico concreto cargado de un conjunto de intencionalidades políticas, sociales, productivas, culturales (proyectos) que se plasman o concretan en función de las capacidades de los actores y grupos de actores para llevarlas a cabo (Sili, 2018). Por lo tanto, el territorio es construido socialmente a partir de las acciones territoriales de múltiples actores, que interactúan constantemente dentro y fuera del espacio geográfico delimitado políticamente (Massey 2004, 2012; Murdoch 2006; Sili, 2018). Se podría decir que el territorio se construye a partir de un proceso multi-escalar, en estrecho vínculo con múltiples territorios. Este espacio representa también múltiples temporalidades que emanan de las heterogéneas trayectorias de vida de los actores involucrados (Saquet, 2015).

El territorio de Balcarce se construye y reconstruye a partir de múltiples prácticas sociales. En nuestro caso, nos interesa focalizar en cómo se dinamiza el territorio a partir de la intervención de las empresas proveedoras de bienes y servicios para el agro. El conjunto de firmas que se dedica a esta actividad es muy heterogéneo tanto en sus capitales de origen, como en sus prestaciones de servicios y tipo de productos a la venta. Esta heterogeneidad también marca diferencias en las relaciones de poder entre ellas y con sus clientes. En este estudio, en particular, analizaremos cómo se construye territorio a partir de las diferentes lógicas de organización de las agronomías y acopios instalados en Balcarce (Long, 2007).

Para alcanzar nuestro objetivo, en primer lugar, elaboramos una **base de datos** para identificar a las empresas instaladas en la zona. A partir de esa base, **contactamos y entrevistamos** a los representantes de las firmas e indagamos en sus prácticas organizacionales y comerciales.

La **base de datos** se construyó a partir de información secundaria brindada por la Dirección de Recursos y Secretaria de Producción de la Municipalidad de Balcarce, Cámara de Comercio e

Industria de Balcarce y Fundación Lucha Contra la Fiebre Aftosa. Además se realizó observación y registro de las empresas presentes en distintas exposiciones locales (EducoAgro 2016, ExpoRural Balcarce 2017). La base se completó, con entrevistas semi-estructuradas a informantes calificados del sector público (10) y privado (6) y la revisión de sitios web. Se obtuvo un listado con 110 empresas que ofrecen bienes y servicios para el agro (venta y reparación de maquinarias, acopiadores, laboratorios de análisis técnicos como fertilidad en suelo, venta de insumos y asesoramiento técnico, venta de implementos de riego, etc.) radicadas en Balcarce. La Clasificación Nacional de Actividades Económicas (INDEC, 2010) fue utilizada para dividir a las empresas en función de su rama de especialización dentro de lo que se llama empresas de bienes y servicios para el agro. Para el presente trabajo, nos ocuparemos de las empresas que participan en la venta de agro-insumos (semillas, agroquímicos y fertilizantes) y/o en la comercialización de granos: agronomías y acopiadores.

Entre los meses de mayo y agosto de 2018 se entrevistaron a seis (6) responsables de empresas dedicadas a la venta de agro-insumos y comercialización de granos en Balcarce y en la región. Las entrevistas semi-estructuradas indagaron sobre los orígenes de la empresa, la principal actividad que desarrollan, el tipo de bienes y servicios que ofrecen, las relaciones con proveedores, clientes e instituciones públicas y privadas.

La información fue sistematizada y analizada en función de las siguientes dimensiones: vínculos con proveedores y clientes; así como con instituciones locales para analizar el proceso de construcción del territorio. En cada dimensión se tuvieron en cuenta la perspectiva de los propios entrevistados (Long, 2007).

## **2. El territorio y sus actores: las empresas de bienes y servicios para el agro.**

El partido de Balcarce, se encuentra localizado en el sudeste bonaerense, sobre la llanura pampeana de suaves pendientes y relieve ondulado e interrumpido por el sistema serrano de tandilia. La ciudad de San José de Balcarce se posiciona en un lugar estratégico al estar atravesada por las rutas 226 y 55, que la conectan con centros regionales de mayor relevancia como Mar del Plata, Tandil y Necochea. La economía se basa en el sector agropecuario. El sector se ve potenciado por la presencia de instituciones de enseñanza e investigación vinculadas al desarrollo de innovaciones tecnológicas como la Estación

Experimental - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (EEA-INTA Balcarce) y la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Mar del Plata (FCA-UNMdP). No obstante, Tella (2013), considera que la posición estratégica de Balcarce en el sistema regional tiende a limitar las posibilidades de desarrollo local, ya que está rodeada de otros polos de desarrollo que le generan una fuerte dependencia de servicios externos.

Balcarce siempre se caracterizó por ser una ciudad típicamente pampeana, rodeada de cultivos como trigo, soja, girasol y maíz. Tal como sucedió en todo el país, la superficie implantada con soja se incrementó a partir de la campaña 1996/97 (cuando se autoriza en el país el uso de soja transgénica). Además de los cultivos mencionados, se destaca la producción de papa para consumo e industria. Balcarce, junto a los partidos del sudeste bonaerense, constituye la principal región productora de papa del país, aportando el 45% de la producción nacional y el 90% de la provincial (Mosciaro, 2011). La instalación de la multinacional procesadora de papas pre-fritas super congeladas en 1995, conlleva cambios en la dinámica productiva. Desde entonces, se registran aumentos en los rendimientos por unidad de superficie tras la incorporación de tecnología (nuevas semillas, mejoras en el laboreo, cosecha mecánica).

En términos generales, Balcarce continúa con su lógica de ciudad agropecuaria, observándose a partir de la década de 2000, un mayor dinamismo en la presencia de empresas de bienes y servicios para el agro. La radicación de nuevas y la consolidación de empresas pre-existentes muestran el acompañamiento de las mismas dentro de la dinámica territorial.

De acuerdo a la base de datos elaborada para este trabajo, y según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (INDEC, 2010), más de la mitad (58%) de las 110 firmas relevadas se dedica a la comercialización de bienes (Agronomías y Acopios; Venta de Maquinaria Agrícola, Veterinaria; Venta de Combustibles y Consignatarios de Hacienda). Un 21% pertenece a la industria manufacturera (Fabricación de bombas de agua, maquinaria de pos-cosecha, silos, implementos agrícolas, plaguicidas, alimentos balanceados). Un 15% corresponde a servicios directos al sector primario (Monitoreo y Control de Plagas, Acondicionamiento y Frigorífico para Papa, Cabañas Reproductoras y Producción de Semillas) y el 6% restante a servicios profesionales y técnicos (Servicios de Ensayo, Laboratorio de Semillas y Suelos).



Del total de empresas identificadas (110), las agronomías y acopios constituyen el sector con mayor representación entre las empresas de bienes y servicios para el agro, con el 22%. Estas empresas, se encuentran localizadas preferentemente en las avenidas y vías de circulación de acceso a la ciudad cabecera del partido.

En la Tabla 1 se vuelcan las características generales de las agronomías y acopios entrevistadas en Balcarce. Si bien es un estudio eminentemente exploratorio, a través de las entrevistadas implementadas se puede obtener una aproximación sobre el comportamiento de los actores que intervienen en la comercialización de agroinsumos en la ciudad.

*Tabla 1: Características generales de las empresas comercializadoras de agro-insumos y granos. Balcarce.*

<b>Empresa</b>	<b>Inicio de Actividad (*)</b>	<b>Origen de los representantes legales</b>	<b>Principal Actividad</b>	<b>Actividades Secundarias</b>	<b>Personal (**)</b>	<b>Cantidad de Sucursales en total.</b>
I	1998	Local	Venta de Agro-Insumos	Asesoramiento - Producción de Granos - Producción de Semillas	8	1
II	2011	Local	Venta de Agro-Insumos	Logística - Asesoramiento	8	1
III	2006	Extra-Local	Venta de Agro-Insumos	Logística - Asesoramiento - Asesoramiento - Multiplicación de Semillas	10	8
IV	2006	Extra-Local	Acopio y comercialización de granos	Venta de Agro-Insumos - Producción de Granos -	2	5

(\*) Inicio de Actividad en Balcarce

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

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas entre mayo y agosto 2018.

Como se puede observar en Tabla 1, la mayoría de estas empresas tienen como actividad principal la venta de insumos agropecuarios (semillas, agroquímicos y fertilizantes). En menor medida, se llevan adelante el almacenamiento y comercialización de granos. Estas funciones suelen ser complementadas con asesoramiento técnico y/o logística como servicios adicionales que brindan las empresas para diferenciarse de sus competidoras, en mercado altamente competitivo. Es común que este tipo de empresas incursionen, eventualmente, en la producción de granos, en asociación con productores, donde estos últimos aportan el factor tierra/capital y las agronomías los insumos. Se conforma así, una asociación informal, cuyos beneficios se distribuyen según la participación de cada uno, denominada comúnmente “vaquita” (Grosso et al. 2009).

En general, las empresas cuya actividad principal es la *Venta de Agro-insumos* son representantes exclusivos de una marca líder a nivel internacional de semillas y/o agroquímicos (Corteva, Bayer, Advanta, Syngenta). La oferta de productos de la marca líder es complementada con insumos de otras marcas (genéricos o no) y el asesoramiento y/o servicio de posventa. Para estas empresas, los agroquímicos (fungicidas, herbicidas, cura-semillas, insecticidas) representan los productos más vendidos, seguidos por las semillas.

Los *acopios y cerealeras*, que tradicionalmente se dedican a prestar el servicio de almacenamiento y comercialización, ante las nuevas alternativas de acopio (silos bolsas), han visto disminuir la actividad en las plantas y por lo tanto, fueron adicionando la venta de agroquímicos a sus servicios. A diferencia de las agronomías, los acopios no se fidelizan con la representación de una o dos marcas, sino que venden varias, sin ser representantes exclusivos de una de ellas. Por su conectividad con los puertos, suelen tener ventajas en cuanto a la provisión de insumos provenientes del mercado externo (fertilizantes, por ejemplo).

Estas empresas iniciaron sus actividades en los años '90 y sobre todo en 2000 a partir de las inversiones realizadas por actores locales y regionales. Estos comercios no son muy dinámicos en lo que respecta a la generación de empleo (no superan las 10 personas). El trabajo se organiza en diferentes áreas: ventas, administración, depósito y logística. Tanto la venta como el asesoramiento

requieren de personal calificado, con conocimiento en técnicas agronómicas, aplicaciones de agroquímicos y canales y estrategias de comercialización. En general estas actividades son desarrolladas por ingenieros agrónomos. No obstante, a partir de las entrevistas y la observación participante, observamos la importancia que cobran las competencias vinculadas a las relaciones interpersonales/sociales sobre las calificaciones obtenidas en el sistema de educación universitaria. En este sentido es importante que los ingenieros cuenten con capital social dentro del ámbito donde van a desarrollar su actividad, para captar mercado y fidelizar a los clientes. Las tareas desarrolladas en los depósitos y de logística, son más simples y por lo tanto, son desempeñadas por personas con menor nivel de calificación (secundario y/o terciario). Salvo en las tareas administrativas, no se registra personal femenino.

Las características propias de la producción agropecuaria, altamente dependiente del clima y de las respuestas de los cultivos a los nuevos productos, sumado a la expansión de Internet, que posibilitan estar comunicados en todo tiempo y lugar, hacen del trabajo de las agronomías más flexible acorde a las demandas de los productores. Según los entrevistados, el trabajo en las agronomías y acopios es muy exigente, requiriendo trabajar horas extras, que no siempre son reconocidas por los productores:

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

Además del personal permanente, las firmas suelen contratar trabajadores temporarios para la producción de cereales y/o multiplicación de semillas. En trabajos previos (Bruno et al, 2018) se reconocieron diferentes lógicas organizacionales según el origen de los capitales y la vinculación con proveedores y clientes. En el siguiente apartado analizaremos las lógicas organizacionales y territoriales presente en el partido de Balcarce.

### **3. Lógicas organizacionales de las agronomías y acopios.**

Varios factores tales como la expansión de la “agricultura en red”, la incorporación de un paquete tecnológico sofisticado, el incremento de los precios internacionales de los *commodities* y la diversificación de los perfiles de los productores, han generado un escenario óptimo para la llegada de nuevas empresas expendedoras de agro-insumos a Balcarce. Estas empresas complejizaron la trama de

comercialización de los insumos agropecuarios. No obstante, se lograron identificar diferentes lógicas organizacionales según el origen de los capitales; los vínculos entre los actores estudiados y la relación con proveedores y clientes.

### *Lógica organizacional-territorial según el origen de los capitales (Relaciones horizontales)*

Tanto las agronomías como los acopios presentan diferentes lógicas organizacionales-territoriales según el origen de sus dueños. Existen **empresas locales**, cuyos dueños pueden o no ser nacidos en Balcarce, pero con fuerte arraigo local. Estas empresas surgen a partir de ingenieros agrónomos, con trayectoria en el rubro, tras haber trabajado anteriormente en agronomías tradicionales de Balcarce o en empresas transnacionales líderes en el mercado de agro-insumos. No cuentan con sucursales en otros territorios y responden a una estructura organizativa simple, siendo las principales áreas: administración y gestión de la empresa; ventas y asesoramiento y logística que incluye la recepción de mercadería, entrega y manejo del depósito.

Las firmas de capitales extra-locales constituyen sucursales de **empresas de carácter regional**, en la medida en que están presentes en varios partidos de la provincia de Buenos Aires. Estas empresas forman parte de una red de Centros de Servicios Integrales distribuidos en el centro-sureste de la provincia de Buenos Aires. En estos casos, las empresas resultan de la conformación de Joint Venture (Terramar JV SA), de fondos de inversión o pool de siembra, o de mega-empresas agropecuarias que junto a inversionistas han expandido su negocio (Los Grobos; Ceres Tolvas). En estos casos, además de contar con una estructura organizativa interna (Representante Comercial, administración, depósito y logística), responden a una lógica de organización empresarial a nivel regional con una Administración Central radicada en otros partidos. Esta estructura es mucho más compleja contando con varias divisiones: Administración, Comercial, Producción, Semillas e Insumos, Comercio Exterior, entre otros.

De acuerdo a las entrevistas, el arraigo territorial de estas firmas está poco consolidado. Se observan escasas y limitadas relaciones con organismos públicos (Municipalidad), circunscriptas al pago de impuestos. Se establecen algunos vínculos con la escuela agropecuaria "San José" y la Sociedad Rural de Balcarce, a través de las exposiciones anuales que organizan dichas instituciones. La interacción con Bomberos Voluntarios de Balcarce, aparece al momento de comunicar los productos que



manipulan las agronomías y acordar las medidas preventivas ante cualquier accidente inesperado. Asimismo, entre las exigencias de las Empresas Transnacionales (ET), los comercios de venta de agro-insumos deben contar con la certificación de Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE), quien se encarga de garantizar la seguridad de los depósitos de los productos fitosanitarios.

Pareciera que las principales articulaciones que establecen con actores locales, surgen con instituciones públicas de carácter técnico y académico. Los entrevistados hacen referencia a la asistencia y/o organización de charlas, capacitaciones o ensayos para probar nuevos productos de forma conjunta con la FCA-UNMDP e INTA. En el caso de ensayos de investigación, son las ET quienes solicitan y financian el servicio brindado por las instituciones públicas. Más allá de estas alianzas y asociaciones, en opinión de los entrevistados aún queda bastante camino por recorrer en lo que respecta a la transferencia de innovaciones por parte de las instituciones de investigación locales.

***Lógica organizacional según relación con proveedores y clientes (Relaciones Verticales):***

La mayoría de las empresas entrevistadas se proveen de agro insumos cuyos formuladores y elaboradores son empresas transnacionales. Durante los últimos años, las ET han transformado sus sistemas de comercialización, afectando los modos de circulación de los productos y formas de relación entre los actores (Hernández, 2015). Entre los principales cambios se puede mencionar aquellos relacionados con la modalidad de las representaciones exclusivas y las exigencias que conlleva, el aumento de los flujos de información, la incorporación de tecnologías de información y comunicación, los sistemas de calificación según la performance de los distribuidores, las alternativas de facturación y formas pago.

La mayoría de las firmas entrevistadas, principalmente las oferentes de agro-insumos, son representantes exclusivos de una determinada marca líder en el mercado mundial, a nivel local y/o regional. No obstante, ante la imposibilidad de las Empresas Transnacionales (ET) de acceder a la totalidad de los productores de la zona, en los últimos años incorporan más de una representación en cada ciudad intermedia de la región pampeana, tal como lo expresa el siguiente testimonio:

*.. “la tendencia era que existiera un solo [representante oficial de marca], pero hoy por hoy, casi todas las empresas tienen dos, porque con uno no pueden alcanzar a*

*cubrir todo el espectro. Es un negocio, donde hay mucha afinidad, mucha empatía de los dueños con los clientes y entonces con uno solo no pueden abarcar, el 100% [del mercado local].”-... (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)*

La exclusividad va asociada a las exigencias, cada vez mayores, que las ET imponen a los comercios locales. Año tras año, las ET exigen incrementar las ventas, obtener información productiva (cantidad de ha trabajadas, cultivos, etc.) y personal (fecha de cumpleaños, intereses, ocio) de la cartera de clientes. Las agronomías deben implementar un software específico para el intercambio de datos y, a través del mismo, las ET controlan toda la información tanto de las agronomías locales, como de los productores-clientes. Así lo expresa el dueño de la agronomía:

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

A su vez, a través del software las ET califican a las agronomías y a sus clientes en función de su desempeño (cantidad de agro-insumos vendidos, “acciones” llevadas a cabo, relación entre cantidad de insumos comprados-ha trabajadas-cultivos). Para las agronomías locales, una mejora en los “resultados” se traduce en mayores beneficios (más descuento en los productos) y por lo tanto, objetivos comerciales más altos para el próximo año. Esto implica asumir un riesgo más elevado que no siempre están dispuestos a tomar, tal como lo manifiesta el siguiente testimonio:

*.. “Qué es lo que nos pasa muchas veces? ... las empresas te van llevando, porque quieren números... Necesitan mostrar en sus casas matrices el crecimiento en Argentina, y uno tiene una cadena, presionar hasta la distribución: bueno che por qué no se vende más>. Entonces ahí hay un hilo muy fino de decir: "bueno che para hasta acá voy yo" "Quieres mas, véndele de forma directa" yo no me voy a arriesgar. Empiezas a entrar en un terreno, complicado, empiezas a asumir mucho riesgo que por ahí, uno no quiere asumirlo”... (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)*

Además de las exigencias y controles planteados, las ET cuentan con un Equipo Técnico, integrado por un *Joint Venture Manager (JV Manager)* e Ingenieros Agrónomos especializados. El *JV Manager*

es el gerente del *Joint Venture* quien se encarga de supervisar y monitorear las filiales de la asociación comercial. Este proceso implica visitar a los Representantes exclusivos, verificar la mercadería, las instalaciones y los depósitos, entre otros aspectos. Por su parte, los Ingenieros Agrónomos especializados en determinados productos brindan capacitaciones todos los años para los dueños y/o empleados de los Comercios Representantes Exclusivos sobre diversos temas (administrativos, técnicos). Asimismo, estos capacitadores organizan charlas técnicas junto a las agronomías destinadas a los productores. Este monitoreo les permite a las ET chequear la performance de sus representantes, aproximarse al territorio y a sus productores.

Los vínculos entre **clientes** y empresas comercializadoras de agroinsumos y granos, dependen de la dimensión y localización de las empresas de producción agropecuaria, de las estrategias de captación y fidelización de clientes y de los servicios que ofrecen. Las empresas entrevistadas trabajan con un espectro de usuarios muy diverso, que va desde pequeños productores familiares, que manejan unas pocas hectáreas, hasta grandes mega-empresas que pueden administrar campos con más de 50000 ha. Según el tamaño de la explotación y el volumen de compra, difiere los beneficios que obtienen los clientes y su vinculación con la ET. Cuando se trata de grandes y medianas empresas que trabajan entre 5.000 y 50.000 ha., cuentan con precios diferenciales (Gras, 2013). En el caso de las grandes empresas que operan en más de 50.000 ha., son absorbidos por las propias ET, quienes le facturan directamente. En tanto, las agronomías locales se convierten en meros depósitos de las mercancías y operadores de logísticas. El técnico comercial de una de las agronomías comenta:

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

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

Entre las megaempresas de producción agropecuaria, se encuentran los *pool de siembra*. Si bien se estima que la presencia y expansión de estas empresas han tenido menor relevancia que en otras zonas de la provincia (Muzlera, 2016), los entrevistados afirman que siempre están presentes, que “entran” y

“salen” de la producción según la coyuntura económica y que son invisibles a los ojos de la sociedad (ADBLIK, MSU, Cazenave, entre otros). Así lo manifiesta un empleado de una agronomía de Balcarce:

*“Vos ves que muchas veces se retiran, y por ahí un año que es muy bueno para la agricultura, vuelven a aparecer y alquilan campos a precios siderales... Eso es otro tema, muchas veces el pool se siembra, te roba superficie al productor agropecuario, que alquila al vecino y que me compra a mí, y [el pool de siembra] trae mercadería directa de Buenos Aires. Entonces hay una cadena de distribución que se rompe”.. (Entrevista 22, TC, 08/08/2018)*

Si bien a todas las empresas de venta de agro insumos les interesa hacer “negocio” con las empresas “grandes”, algunos de los entrevistados prefieren negociar con productores medianos:

*... “Es más, veo un fideicomiso y ni siquiera lo quiero atender... porque es muy lindo, compra mucho y después nadie se hace responsable. Entonces, me gusta trabajar con productores que ellos sean responsables”.. (Entrevista 21, TC, 22/06/2018)*

En el caso de las multinacionales agroalimentarias radicadas en la zona, con unidades de producción primaria propia, se abastecen de agroquímicos directamente de las ET y alquilan el espacio físico a las agronomías locales. Estas últimas cobran un alquiler por dicho espacio y les ofrecen el servicio de logística.

El radio de acción de las agronomías y acopios es variable, dependiendo de la densidad territorial de los representantes exclusivos que tengan las diferentes firmas transnacionales de agro-insumos. En general, los clientes traspasan los límites del partido. Sin embargo, al momento de indagar sobre la procedencia de los clientes, los entrevistados manifestaban ciertas dificultades en determinar la localización de los mismos, dado que presentan una relación entre la tenencia de la tierra y el lugar de residencia muy complejo. Hay productores que residen en Balcarce, pero alquilan o tienen campos propios en otros partidos o viceversa. Para algunas agronomías ser parte de una red de distribución de las ET, les permite abordar la región del centro-sudeste de la provincia de Buenos Aires, a través del trabajo en equipo y colaborativo.



Al ser un mercado altamente competitivo, las agronomías y cerealeras implementan diferentes estrategias de captación de clientes. El “boca a boca”, “visita a campo” o “tranquerear”, son las más utilizadas por los vendedores de agroquímicos y comercializadores de granos, por su mayor eficacia.

En una acopiadora nos comentan:

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

Asimismo, el hecho de asistir a eventos locales y regionales, organizados por instituciones públicas y privadas, permiten a los técnicos comerciales más nuevos, menos conocidos en la región, hacerse conocidos en el ambiente.

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

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

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

Las empresas entrevistadas también asesoran vía capacitaciones y charlas, que organizan junto a técnicos de las ET y/o, en menor medida, con instituciones de investigación pública como la FCA-UNMDP y el INTA. Las capacitaciones que organizan las ET vía sus representantes oficiales, para productores, van adquiriendo cada vez mayor fuerza. Desde este accionar, las ET son agentes de difusión de innovaciones tecnológicas, desplazando el papel que tradicionalmente cumplían las instituciones públicas de investigación y desarrollo.

En general los eventos planificados para un grupo de productores, no siempre resultan ser un éxito. Es común que este tipo de eventos sean poco concurridos: *.. “hago una reunión acá porque salió un producto nuevo, y llamas a 50 productores, de los 50, vienen 10, es así. Es muy complicado juntar gente y que la gente se involucre y vaya.... (Entrevista 22, TC, 08/08/2018).* Por lo tanto, las agronomías cambian las estrategias, para fidelizar a los clientes, al organizar encuentros más personalizadas según la disponibilidad de los productores. *.. “si invitábamos a 50, venían 8..y no nos servía, entonces prefería visitas a campo: bueno, mañana vas a estar en el campo? sí, bueno listo, nos tomamos unos mates. Y era más productivo hacer ese “puerta a puerta” que hacer una reunión.” (Entrevista 22, TC, 08/08/2018)*

Lograr un buen vínculo con el productor, permite, que en ocasiones prime las relaciones de confianza y afinidad sobre los réditos económicos de las agronomías:

*... “lograr que el cliente te dé la posibilidad de hacer el negocio, o sea: “[nombre del entrevistado] tu colega me está ofreciendo esto, quiero hacerlo con vos, búscale la vuelta”. Poder hablar de eso, es fabuloso”... (Entrevista 20, TC, 25/06/2018)*

Durante los últimos años, tanto las agronomías como las empresas comercializadoras de granos han experimentado importantes cambios en las formas de vinculación con los clientes. Varias de estas innovaciones son impulsadas por las ET de agro-insumos. Entre estas innovaciones se encuentran las formas de facturación y las formas de pago.

En lo que respecta a las *formas de facturación* se registran diferentes opciones: 1) Facturación de la Agronomía; 2) Facturación a Cuenta y Orden; y 3) Facturación Directa de la ET. En el primer caso, es la empresa local que compra la mercadería y luego la vende y factura a su nombre. El sistema de Cuenta y Orden, consiste en mercadería puesta en el depósito de la agronomía en concesión y una vez que se retira la mercadería se liquida a la ET. Cuando los clientes superan un determinado volumen y valor de compra, la ET factura directamente al cliente. Con el avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación, las *formas de pago* se han ido diversificando. Entre estas se pueden encontrar: contado, cheque o depósito, canje de cereal y tarjeta rural. Esta última opción es uno de los sistemas más difundidos en los últimos años dado los beneficios para compradores y vendedores. Al productor le permite especificar en el momento de compra y al vendedor asegurarse del cobro del importe de la factura. A través de estas alternativas/herramientas financieras-crediticias, las agronomías y los acopios/cereales se convierten en financieras de los productores adquiriendo un rol destacado dentro del territorio, actuando como intermediarias entre los productores y las instituciones crediticias.

#### 4. Conclusiones

En el presente trabajo se dieron a conocer los resultados de un estudio eminentemente exploratorio acerca de cómo las empresas radicadas en Balcarce vinculadas a la comercialización de agro-insumos y cereales intervienen en la construcción del territorio, tomando como variables de análisis las relaciones con proveedores -principalmente transnacionales- y clientes multi-situados.

Tomamos sólo la reconstrucción del territorio a partir de la dinámica de actores como agronomías, acopios, empresas multinacionales, empresas agropecuarias, entre otros. Estos actores son heterogéneos no sólo en cuanto a su función/rol comercial y de capacitación, sino también en cuanto a su origen, dimensión, trayectorias, estrategias e intereses. Respecto al origen, si bien durante los últimos años se evidencia la presencia de capitales foráneos, estos no limitan el desarrollo de agronomías locales cuyos dueños son oriundos de Balcarce. En cuanto a sus trayectorias encontramos agronomías locales que surgen de la iniciativa de ingenieros agrónomos con experiencia en el rubro, que deciden instalar sus propios negocios. Asimismo, actores extra-locales cuya experiencia proviene de la conformación de pool de siembra o fondos de inversión. Todos tienen en común, el interés de

obtener rédito económico, ganar mercado y posicionarse como líderes. No obstante, el interés que mantienen las ET sobre las agronomías radica en la necesidad de acceder al territorio local, aprovechándose de las relaciones construidas con los clientes basadas en la confianza y fidelidad. Por su parte, las agronomías adquieren el “prestigio” de ser representantes exclusivos de una marca líder a nivel nacional, así mismo obtener ciertos beneficios de la compra-venta. Los clientes buscan el mejor servicio y el precio más bajo. Con respecto a las estrategias de las empresas entrevistadas para captar mercado, fidelizar a los clientes y obtener rédito económico, no difieren en gran medida entre una u otra firma. No obstante, algunas tratan de diferenciarse ofreciendo un servicio adicional.

Si bien las firmas están localizadas en un lugar en particular (Balcarce), su ámbito de interacción se extiende más allá de los límites políticos del partido. Esto se comprueba tanto desde las interacciones que mantienen con los proveedores como con los clientes, muchos de los cuales tienen una localización multi-situada al tener parcelas distribuidas por diversos partidos y los productores residir en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Se pudo observar cómo la lógica global de las Empresas Transnacionales penetra en el territorio local, imponiendo sus estrategias organizativas, siendo las agronomías y acopios locales y regionales los intermediarios entre lo local y lo global. En este sentido, se coincide con Hernández (2015) en señalar la capacidad de control que tienen las empresas transnacionales sobre el mercado, y el rol del Estado como su garante y regulador. El sistema de organización de la empresa basado en el esquema: representación exclusiva, se traduce en mayores exigencias, objetivos más elevados para obtener mejor calificación y, por ende, mayores beneficios, se convierte en un círculo vicioso que resulta difícil salir para las agronomías y cerealeras.

Por lo tanto, observamos un territorio atravesado por débiles relaciones horizontales tanto entre las firmas expendedoras de agroinsumos, así como entre estas y otros actores locales. Dominan las relaciones horizontales que las empresas extra-locales mantienen con otras sucursales de la misma empresa instaladas en otros partidos. Pero sobre todo, se visibiliza un territorio fuertemente atravesado por relaciones verticales entre empresas transnacionales, comercios y productores.



### Bibliografía:

Astegiano, N. (2015) Red de Agronegocios en el norte de la Provincia de Córdoba. *Revista Síntesis*. Artículos basados en tesis de grado. N° 6. ISSN 1851-8060

Balsa, J; López Castro, N; Moreno, M (2014) Actores Agrarios y Concentración productiva en el agro pampeano. Diagnóstico y propuesta de un modelo asociativo alternativo” En Dabat, G y Paz, S (comp) *Commodities agrícolas: Cambio Técnico y Precios*. Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal, Goroni; Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

Barsky, O (1993). La evolución de las políticas agrarias en Argentina. En: Bonaudo, M y Pucciarelli, A. (comp) *La problemática agraria. Nuevas aproximaciones*, Tomo III. Colección Los Fundamentos de las Ciencias del Hombre Nro. 121, Bs. As., Centro Editor de América Latina.

Barsky, O y Dávila, M (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos del campo? Los sujetos sociales. En: *La rebelión del Campo. Historia del conflicto agrario argentino*. Editorial Sudamericana. Bs. As.

Bassi, N.; Iorio, C.; Cendón, M. L. (2011) Lógica de Funcionamiento de un Pool de Siembra Local. VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Centro Interdisciplinario de Estudios Agrarios. Buenos Aires (ISSN 1851-3794)

Bisang, R.; Anlló, G.; Campi, M. E Albornoz, I. (2009) Cadenas de valor en la agroindustria. En: Kosacoff, B. y Mercado, R. (Eds.) *La Argentina ante la nueva internacionalización de la producción. Crisis y oportunidades*. Buenos Aires, CEPAL / PNUD.

Bruno, M. Viteri, ML; Sili, M. (2018) Multiplicidad de actores en la construcción de territorios urbano-rurales: El rol de las empresas comercializadoras de agro-insumos y granos. X Congreso ALASRU. Ruralidades en América Latina: Convergencias, disputas y alternativas en el siglo XXI. Montevideo, Uruguay.

Carabajal, M. I. (2013) Transnacionalización Agropecuaria y Reconfiguraciones Territoriales. En: KULA. Antropólogos del Atlántico Sur. N° 9 Noviembre. Pp. 47- 57

García, M. y Merchán, A. (2016) Las agronomías. Evolución y rol en el aglomerado hortícola de La Plata. Pre Congreso ALASRU La sociología rural en la encrucijada: vigencia de la cuestión agraria, actores sociales y modelos de desarrollo en la región. Santiago del Estero. <http://congreso.prealasru.unse.edu.ar/documentos/grupo6/G6T.pdf>. Acceso: Noviembre de 2017.

García, M. y Merchán, A. (2016) Las agronomías. Evolución y rol en el aglomerado hortícola de La Plata. Congreso Pre Congreso ALASRU La sociología rural en la encrucijada: vigencia de la cuestión agraria, actores sociales y modelos de desarrollo en la región. Santiago del Estero. Disponible en: <http://congreso.prealasru.unse.edu.ar/documentos/grupo6/G6T.pdf>.

Gras, C y Hernandez, V (2013) *El agro como negocio: producción, sociedad y territorios en la globalización*.- 1a. ed. - Buenos Aires: Biblos, 2013. 365 pp.

Grass, C. (2013) "Expansión agrícola y agricultura empresarial. El caso Argentino". *Revista de Ciencias Sociales*, DS-FCS, vol. 26, n.º 32, julio 2013.

Grosso, S.; Arrillaga, H.; Bellini, M., Qüesta, L.; Guibert, M. Lauxmann, S. y Rotondi, F. (2009) Impactos de los pools de siembra en la estructura social agraria y en la gestión de la agricultura. Una aproximación de las transformaciones en el centro de Santa Fe. En: VI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

Guibert, M.; Grosso, S.; Arbeletche, P.; & Bellini, ME. (2011). De Argentina a Uruguay: espacios y actores en una nueva lógica de producción agrícola. *Pampa* (Santa Fe), (7, Supl. 1), 13-38. Recuperado en 17 de enero de 2019, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S231402082011000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S231402082011000200003&lng=es&tlng=es).

Hernández, V. (2015) Empresas, Innovaciones y Mercado de Agroinsumos, del productor al consumidor. *Revista de Ciencias Sociales*, DS-FCS, vol. 28, n.º 36, enero-junio, pp. 99-120.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Clasificador Nacional de Actividades Económicas (CLANAE 2010) Notas Metodológicas.

Lódola, A. (2008) Contratistas, cambios tecnológicos y organizacionales en el agro argentino. Santiago de Chile, Naciones Unidas. [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/115\\_lodola.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/115_lodola.pdf)

Lódola, A.; Fossati, R. (2004). Servicios Agropecuarios y contratistas en la provincia de Buenos Aires. Régimen de tenencia de la Tierra, Productividad y Demanda de Servicios Agropecuarios. Documento de Trabajo N° 115, Universidad de Belgrano.

Lombardo, P y Tort, M (2018) *Contratismo de servicios de maquinaria en el agropampeano: heterogeneidad de actores y vínculos*. Orientación Gráfica Editora. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

Massey, D. (2004). *Lugar, identidad y geografías de la responsabilidad en un mundo en proceso de globalización*. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, 57, 77-84

Massey, D. (2012). *Espacio, lugar y política en la coyuntura actual*. *Urban NS04*, 7-12.

Mosciaro, M. (2011) Caracterización de la Producción y Comercialización de Papa en Argentina. Área de Economía y Sociología Rural. EEA INTA Balcarce

Mosciaro, M. (2011) Caracterización de la Producción y Comercialización de Papa en Argentina. Área de Economía y Sociología Rural. EEA INTA Balcarce.

Murdoch, J. (2006). Post-structuralism and relational space. *Post-Structuralist Geography*. SAGE Publications, 1-25.

Muzlera, J. (2010) Constratismo de Maquinaria Agrícola en la Región Pampeana. Organización del Trabajo y sus Estrategias de Capitalización. *Revista Pilquen*. Año XII. N° 13

Muzlera, J. (2016) Tipos de productores y uso de la tierra en Balcarce y 25 de Mayo (2010-2015). Tras la herencia de los mega pools. *Revista PILQUEN*. Sección Agronómica. N° 15 ISSN 1851-2852 <http://www.curza.net/revistapilquen/index.php/Agronomia>

Reboratti, C. (2006). La Argentina rural entre la modernización y la exclusión. En publicación: Amalia Geraiges de Lemos; Arroyo; Silveira *América Latina: cidade, campo e turismo*. CLACSO, San Pablo. Diciembre 2006 ISBN 978-987-1183-64-7 Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/10reborat.pdf> (Fecha de consulta: Enero 2019)

Saquet, M. (2015). *Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades. Una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial*. La Plata, Argentina: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.

Sili, M. (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Ediciones INTA.

Sili, M. (2018). La acción territorial. Una propuesta conceptual y metodológica para su análisis *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 20(1), 11-31 doi: <http://dx.doi.org/10.22296/2317-1529.2018v20n1p11>

Tella, G. (2013) Plan Estratégico Balcarce 2020: ciudad inclusiva, región integrada. Ediciones Azzuras. Martínez.

Teubal, M., Domínguez, D, Sabatino, P, (2005) Transformaciones agrarias en la Argentina. Agricultura industrial y sistema agroalimentario. En: *El campo argentino en la encrucijada. Estrategias y resistencias sociales, ecos en la ciudad (39-78)*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Alianza.