

**TITULO:**

Estudio de caso: la trama productiva de las cucurbitáceas en Juan José Castelli,  
Chaco

19 a 21 de octubre de 2016

**Categoría:** Trabajo de investigación

**Quirolo, María Eugenia<sup>1</sup>**  
quirollo.eugenia@inta.gob.ar

**De Filippi, Pablo Hernán<sup>1</sup>**  
defilippi.pablo@inta.gob.ar

**Casco, Noelia<sup>2</sup>**  
casco.noelia@inta.gob.ar

**Goytía, Silvia Yanina<sup>1</sup>**  
goytia.yanina@inta.gob.ar

**Scnellmann, Leandro<sup>2</sup>**  
schnellmann.leandro@inta.gob.ar

---

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Estación Experimental Agropecuaria Sáenz Peña. Ruta 95, Km 1108, Presidencia Roque Sáenz Peña, Chaco, Argentina. Tel 0364-4438101 / Cel. 011 30212859

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Agencia de Extensión Rural Juan Jose Castelli, Chaco. Sarmiento N° 360, Juan José Castelli, Chaco – Tel (0364) 447 1167

## **Estudio de caso: la trama productiva de las cucurbitáceas en Juan José Castelli, Chaco**

### **Resumen**

La producción de cucurbitáceas en el área geográfica de J. J. Castelli, Chaco, se expandió a partir de finales de la década de noventa. En la actualidad, constituye una de las principales áreas de producción de estos cultivos en la provincia del Chaco y en la región Noreste de la Argentina. Esta expansión dio lugar a la configuración de un conglomerado productivo conformado por pequeños y medianos productores.

En la actualidad se observa que el desempeño de este conjunto de productores presenta limitaciones que no le permiten avanzar en una dinámica positiva de adopción de nuevas tecnologías, mejora de calidad de los productos y la orientación de la producción a nuevos mercados. Con el objeto de alcanzar una mayor comprensión de limitantes, este estudio se propone describir la trama productiva de las cucurbitáceas en J.J.Castelli, y analizar las interacciones entre sus distintos componentes.

Con información obtenida a través de entrevistas a productores e informantes calificados, se pudo determinar que la falta de cohesión productiva y social, juega un papel importante en dichas limitaciones. También son factores limitantes la falta de financiamiento y la falta de apoyo, por parte de las instituciones que operan en el territorio, tendiente a fortalecer las capacidades organizativas y los mecanismos de coordinación entre los productores.

**Palabras claves:** Horticultura; Cucurbitáceas; Innovación; Tramas productivas; Entornos periféricos

### **Abstract**

Cucurbit production has been expanded in J. J. Castelli, Chaco since the end of the nineties. Today, this geographical area is one of the main production areas in the Chaco and in the Northeast region of Argentina. This expansion was the result of the setting of a productive conglomerate conformed by small and medium producers.

Today it is observed that the performance of this group of producers has some limitations that do not allow them to move to a positive dynamic of adoption of new technologies, improved product quality and orientation to new markets. In order to achieve a better understanding of limitations, the present study will describe the production network of cucurbits in J. J. Castelli and will analyze interactions between its components.

With information obtained through interviews to producers and other qualified informants, it was determined that the lack of productive and social cohesion, plays an important role in these limitations.

The lack of funding and lack of support by the institutions operating in the territory, aimed at strengthening the organizational capacities and coordination mechanisms between producers are also important limiting factors.

**Keywords:** Horticulture; Cucurbits; Innovation; Production networks; Peripheral environments

**Clasificación temática orientativa:** Modelos organizacionales de la producción, estructura agraria y ruralidad

## 1. Introducción

El proceso de acumulación en las economías regionales extra-pampeanas descansó, históricamente, sobre la dinámica de absorción de los excedentes de producción por parte de las respectivas áreas del consumo interno de la Argentina (Rofman, 1999). En el caso de la provincia del Chaco, la integración a la economía nacional se dio principalmente, a través de la producción de fibra de algodón y la ganadera, y en menor medida, a través de la producción de otros cultivos como maíz, girasol y soja.

A partir de la década de los años noventa, la modernización del aparato productivo, sumado a la apertura externa, la acelerada inserción de la economía en el flujo comercial y financiero internacional y la ausencia de regulación estatal, transformaron la dinámica de acumulación de los agentes económicos involucrados en los diferentes procesos productivos (Rofman, 1999). Al mismo tiempo, la introducción de las semillas genéticamente modificadas, permitió la expansión de los cultivos de la zona pampeana, principalmente soja, a regiones antes consideradas marginales, como el Chaco. Estos procesos derivaron en una grave crisis del sector algodonero que, hacia finales de la década de los años noventa, generó una acentuada dinámica de destrucción del tejido social vinculado al cultivo de algodón y la consiguiente emigración de quienes quedaron excluidos de la actividad regional.

En el caso específico del Departamento General Güemes, donde el algodón ocupó históricamente el 80% de la superficie cultivable, los productores que tuvieron capacidad financiera para reconvertirse tecnológicamente y escala suficiente, sustituyeron el cultivo de algodón por otros cultivos extensivos, en especial soja; mientras que los productores de menor escala y sin posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías encontraron en el cultivo de cucurbitáceas<sup>3</sup> una nueva alternativa para acceder al mercado nacional. Así, se desarrolló en torno a la localidad de Juan Jose Castelli, cabecera del Departamento, una zona productiva dedicada a la siembra de sandías y zapallos, conformada por numerosas explotaciones de tipo familiar, que fue ampliándose a lo largo de los últimos quince años.

Esto fue posible, en gran medida, por las características climáticas y naturales que presenta esta área geográfica en particular, que son muy propicias para el cultivo de cucurbitáceas. En efecto, el área productiva se encuentra en una zona climática templada, con escasas precipitaciones, baja humedad ambiental y un período libre de heladas no inferior a 150 días. Por otra parte, el área presenta una gran variedad de suelos, que van desde suelos de textura fina (suelos pesados<sup>4</sup>) proveniente de loess, hasta suelos de textura gruesa arenosa que son conocidos como "caños", provenientes de la colmatación de antiguos cauces de ríos. Estos denominados "caños" son los más aptos para la producción de sandía, mientras que los suelos más pesados son los indicados para la producción de zapallo (Rojas, J. entrevista personal 10 de junio de 2016).

Más allá de estas condiciones favorables, y que las distintas variedades de sandías y zapallos se posicionan cada vez más en los esquemas de producción de los productores de esta zona, se observa que el desempeño del conjunto productivo presenta algunas características que hacen que la región no logre desarrollarse como un verdadero conglomerado dotado de capacidades dinámicas.

En primer lugar, los suelos de la zona están expuestos a un alto riesgo de degradación física por los sistemas de labranza predominantes de tipo convencional, la falta de cobertura, la

---

<sup>3</sup> Las cucurbitáceas son plantas anuales o perennes cultivadas comercialmente como anuales, generalmente en climas templados, ya que son sensibles a heladas y daños por enfriamiento. La familia de cucurbitáceas incluye cerca de 120 géneros y 800 especies (Della Gaspera, 2013), siendo de mayor interés agrícola las distintas especies de sandías, zapallos, pepinos y melones.

<sup>4</sup> Son aquellos que presentan texturas muy finas (arcillosos) o capas de difícil permeabilización. Estos suelos presentan mala aireación, baja infiltración, se encharcan con facilidad y dificultan las labores de labranza.

erosión eólica y los procesos de degradación de estructura que afectan negativamente los rendimientos obtenidos.

Además, el cultivo de las cucurbitáceas requiere de un manejo integral conservacionista, que incluya el cuidado del ambiente en general y del suelo en particular, como por ejemplo, realizar barbecho, labranza mínima, siembra directa y manejo integrado de plagas (Moreno *et al*, 2011); sin embargo, las practicas que realizan los productores se apartan totalmente de estas recomendaciones; por ejemplo, incluyen el laboreo del suelo previo a la siembra con rastras de discos, con arados de reja y vertedera o con vibrocultivadores.

Por otra parte, las semillas híbridas se adoptan solo parcialmente (sobre todo, en cultivo de zapallo), siendo los porcentajes de adopción muy bajos en el segmento de pequeños productores (los cultivan menos de dos hectáreas). La utilización de semillas híbridas no solo es importante para obtener precocidad, y así ingresar prematuramente al mercado con el fin obtener buenos precios, sino también porque otorga uniformidad a los frutos y otras características que mejora sustantivamente su calidad comercial. (En la sandía la calidad comercial se manifiesta como un fruto más parejo y homogéneo, más precoz, con cáscara más gruesa (lo cual favorece el transporte los mercados concentradores), mayor concentración de azúcares, color de pulpa más roja, entre otros; mientras que en el zapallo anco la calidad de la semilla híbrida se muestra en la uniformidad del tamaño, mayor precocidad, mejor color de pulpa, menor cavidad de semillas y mayor duración de conservación en fresco (Moreno *et al.*, 2011)).

Finalmente, la forma de inserción en los mercados es también un factor que afecta el desempeño competitivo de este conjunto productivo. En el territorio predomina la venta de los productos a granel en el campo, lo que se conoce como venta “al barrer”; por lo tanto, la producción sale del territorio sin ningún tipo de valor agregado o diferenciación. Esta forma de comercialización prevalece aun cuando en la zona de producción se instaló una planta para el lavado, clasificación y empaque de zapallos y la infraestructura necesaria para el acondicionamiento de sandías en la chacra, cuyo funcionamiento debería darse en el ámbito de una asociación de productores.

En la literatura económica tradicional, cuando se estudia el desempeño competitivo de las empresas, se las suele contextualizar en términos de sectores productivos, complejos industriales, cadenas industriales, etc., sin otorgarle mayor relevancia a su localización.

Sin embargo, el espacio es un ámbito socialmente construido, dotado no sólo de los recursos naturales de su geografía física, sino también de una historia construida por los hombres que actúan en él; está dotado de valores, convenciones y normas, de acuerdos institucionales, que les dan forma a la organización a la producción (Lemos, Santos, y Crocco, 2003). Por lo tanto los resultados que se observan en el territorio, no solo se ven influidos por la forma espacial, la distancia y/o el movimiento, que de por sí solos tienen efectos, sino también por la forma espacial que adoptan los procesos sociales particulares y específicos en cada lugar y las relaciones sociales que en él se desarrollan (García y Rofman, 2013).

En las últimas tres décadas, la búsqueda de una mejor comprensión de los factores que subyacen en el desempeño competitivo de las empresas, dio lugar a una vasta literatura de distintas vertientes del pensamiento económico, donde la dimensión espacial fue rescatada a partir del intento de comprender las razones que llevaron al surgimiento del conglomerado de pequeñas y medianas empresas eficientes y competitivas en ciertos lugares en particular. Así, ganaron fuerza los aportes de la corrientes sajona (teoría del ciclo del producto y de especialización-localización flexible<sup>5</sup>), italiana (distritos industriales y la dinámica global-

---

<sup>5</sup> Markusen, 1985; Storper 1995; Scott, 1986.

local<sup>6</sup>) y francesa (con los *milieu innovateur* y la economía de proximidad<sup>7</sup>) (Lemos et al., 2003). A esto se suman otros aportes, como los realizados por la corriente neo-schumpeteriana evolucionista de la economía de la innovación, con el análisis de los sistemas nacionales de innovación, y en particular de la economía del aprendizaje (Lundvall y Johnson, 1994). Esta vertiente hace hincapié en el carácter localizado y específico de los procesos de aprendizaje y la innovación, donde el conocimiento tácito adquiere una importancia significativa en estos procesos, así como las instituciones y organizaciones, sus políticas y todo el entorno socio-cultural en el que operan los agentes económicos<sup>8</sup>.

La literatura evolutiva e institucionalista que trata el tema de los sistemas productivos localizados es muy vasta y ha avanzado mucho en el refinamiento analítico y empírico para identificar y establecer tipologías de aglomeraciones (Lemos et al., 2003). Sin embargo, los estudios empíricos se basan en gran medida en las experiencias en países desarrollados.

En los entornos periféricos<sup>9</sup>, un aporte importante fue el realizado por los investigadores de la *RedeSist*<sup>10</sup> coordinada por Jose Eduardo Cassiolato y Helena Lastres, quienes dentro del marco teórico evolutivo, desarrollaron los conceptos de *acuerdos productivos locales (arranjos produtivos locais)* y *sistemas productivos e innovativos locales (sistemas produtivos e inovativos locais)* (Cassiolato y Lastres, 1999). Estos conceptos representan unidades prácticas, que son objeto de investigación, y van más allá de la visión tradicional basada en la empresa, el sector o la cadena de valor; que establecen un nexo entre las actividades económicas y el territorio, el cual tampoco se restringen a un recorte clásico espacial (como nivel municipal o microrregión), sino que se centran en un grupo de diferentes agentes (empresas y organizaciones de I+D, educación, formación, promoción, financiación, etc.) y actividades relacionadas, que cubren el espacio que simboliza el lugar real donde se lleva a cabo el aprendizaje, se crean capacidades productivas e innovadoras y fluye el conocimiento tácito (Cassiolato & Lastres, 2003). Estos son los tres factores claves de la economía de la innovación y el aprendizaje. Sin embargo, como sostienen Lemos *et al.* (2003) dada la naturaleza "incompleta" de estos grupos localizados en los entornos periféricos, existen serias limitaciones a la explotación de estos tres factores asociados con las ventajas de la proximidad geográfica.

El argumento básico del enfoque conceptual y analítico adoptado por *RedeSist* es que donde hay producción de cualquier bien o servicio, siempre habrá un *arreglo* en torno a ella, que implique actividades y actores relacionados con la comercialización, así como la adquisición de materias primas, maquinaria y otros insumos. Estos acuerdos pueden ir desde los más rudimentarios hasta los más complejos y articulados. El tema de interés es que estos implican alguna forma de organización o coordinación de las acciones productivas individuales en el espacio social.

Siguiendo este marco conceptual, el presente estudio se propone caracterizar el entramado productivo de la producción de cucurbitáceas en el área geográfica de Juan Jose Castelli. Este objetivo no pretende encuadrar a la trama de las cucurbitáceas dentro de alguna de las

---

<sup>6</sup> Beccattini, 1995

<sup>7</sup> Rallet y Torre, 1995

<sup>8</sup> La literatura neo-schumpeteriana inicia y desarrolla estos conceptos en el momento preciso en que se empieza a discutir la inserción de las economías en un mundo "globalmente" integrado marcado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. En teoría, en la era de la globalización, con mercados más abiertos y medios de transportes y de comunicación más rápidos, debería disminuir la importancia de la localización.

<sup>9</sup> El término periferia describe una situación general, pero tiene un sentido estricto, dado el desarrollo desigual de la economía capitalista (Lemos, Santos, & Crocco, 2003)

<sup>10</sup> <http://www.redesist.ie.ufrj.br>

construcciones teóricas abstractas que surgen de la literatura (sistemas locales de innovación, distritos industriales, *clúster* o medios innovadores, etc.), sino más bien describir la trama de valor, tal como la define Caracciolo (2014), a través de sus articulaciones horizontales (relaciones entre pares), verticales (relaciones con sus proveedores de insumos y compradores) y diagonales (los servicios de apoyo técnico y financiero), con el fin de conocer los condicionantes territoriales que en última instancia, ponen límites a la acción colectiva, al aprendizaje y a la transferencia de conocimientos.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: en el apartado 2) se detalla la metodología utilizada para realizar el estudio; en el apartado 3) se describe el contexto de la producción de cucurbitáceas, en el 4) se realiza un análisis de los mercados donde se inserta la producción; en el apartado 5) se esboza y se describe la trama productiva y comercial de las cucurbitáceas; y en el apartado 6) se exponen las conclusiones.

## 2. Metodología

El estudio tiene un enfoque cualitativo y se realiza integrando información proveniente de fuentes secundarias e información primaria recogida mediante entrevistas grupales e individuales realizadas a productores, así como entrevistas en profundidad realizadas a informantes calificados.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de marzo y junio de 2016, y consistió en la realización de dos entrevistas grupales, una con la participación de siete productores del estrato de medianos, y la otra con seis productores del estrato de pequeños. Adicionalmente, se realizaron entrevistas en profundidad a un productor y a dos técnicos que trabajan en el terreno, uno perteneciente al Ministerio de la Producción del Chaco y otro al Municipio de Juan José Castelli.

Para realizar las entrevistas se emplearon dos cuestionarios distintos, ambos con preguntas semi-estructuradas, uno para las entrevistas grupales, y otro para las entrevistas en profundidad.

A partir de la información obtenida, se estructura la trama productiva de la producción de sandía y zapallo en Juan José Castelli y se analizan las formas de inserción comercial en los mercados.

## 3. El contexto de la producción

La localidad de J. J. Castelli se encuentra en una zona climática templada, de clima subtropical continental, con un déficit hídrico acentuado en los meses de invierno y comienzos de la primavera, con lo cual la limitación climática es una constante que afecta la productividad de todos los suelos en distinto grado de acuerdo a la capacidad de retención de humedad que tengan (Bergamín, Sander, Lara, & Calvo, 2000).

La producción de cucurbitáceas se lleva a cabo sobre una gran variedad de suelos, que van desde suelos de textura fina (suelos pesados<sup>11</sup>) proveniente de loess, hasta suelos de textura gruesa arenosa que son conocidos como "caños", provenientes de la colmatación de antiguos cauces de ríos. Estos denominados "caños" son los más aptos para la producción de sandía, mientras que los suelos más pesados son los escogidos para la producción de zapallo (Rojas, J. entrevista personal 10 de junio de 2016).

El sistema de labranza que predomina en la zona es del tipo convencional, donde se realiza el laboreo del suelo antes de la siembra con rastras de discos, arados de reja y vertedera o con vibrocultivadores, aun cuando, el cultivo de cucurbitáceas en la región requiere, según la recomendación de los técnicos especialistas, de un manejo integral conservacionista, que

---

<sup>11</sup> Son aquellos que presentan texturas muy finas (arcillosos) o capas de difícil permeabilización. Estos suelos presentan mala aireación, baja infiltración, se encharcan con facilidad y dificultan las labores de labranza.

comprende el cuidado del ambiente en general y del suelo en particular. Por ejemplo, realizar barbecho, labranza mínima, siembra directa y manejo integrado de plagas (Moreno *et al.*, 2011).

Las prácticas de labranza convencional, sumadas a la escasa rotación de cultivos, exponen a los suelos a un alto riesgo de degradación física por falta de cobertura, a problemas de erosión eólica o a procesos de degradación de estructura, lo cual se traduce en la reducción de los rendimientos (Rojas, J. entrevista personal 10 de junio de 2016).

La siembra de los cultivos en la zona se da entre mediados de julio y principios de agosto, fecha que si bien es temprana para cultivo de zapallo y sandía, busca obtener la primicia en los mercados.

Participan de la actividad unos 330 productores (Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, MECON, 2011), aunque no todos producen con fines comerciales. Una fuente del Ministerio de la Producción del Chaco revela que, aproximadamente 230 productores cultivan estos productos con fines comerciales, y otros 100 lo hacen para autoconsumo, vendiendo eventualmente el excedente en los barrios de la localidad de Castelli. Los productores definidos como “comerciales”, pueden a su vez, clasificarse en tres estratos productivos: i) pequeños productores (60%) que cultivan hasta 5 hectáreas; ii) medianos productores (35%) que cultivan entre 5 y 25 hectáreas; y iii) grandes productores (5%) que cultivan más de 25 hectáreas.

Del estrato de pequeños y medianos, unos 46 productores participan en la Asociación Civil de Productores Frutihortícolas del Departamento General Güemes (en adelante, La Asociación), conformada en el año 2007 con el objetivo de realizar acciones colectivas relacionadas con la producción y comercialización de zapallo anco y sandía, y reforzar la posición de los productores frente a los proveedores de insumo y la demanda. En conjunto, estos productores siembran en total aproximadamente entre 800 y 1000 hectáreas de cucurbitáceas anualmente. La Asociación cuenta con una planta de lavado, clasificación y empaque de zapallos y con la infraestructura para el acondicionamiento de sandías en chacra.

Para el conjunto de los productores incluidos en el análisis, la producción de cucurbitáceas es una actividad complementaria que se integra a los sistemas productivos con otras actividades agrícolas y ganaderas. En el caso de los productores medianos y grandes, con la ganadería y la producción de otros cultivos extensivos como maíz, girasol, soja; y en el caso de los productores pequeños, con el cultivo de otros tipos de hortalizas (principalmente mandioca y batata), de ganado menor y de cerdos. Además estos productores cuentan con ingresos extra prediales provenientes de la asistencia social o de actividades no agropecuarias tales como la fabricación de ladrillos.

En su gran mayoría, los productores de cucurbitáceas de Castelli provienen de la actividad algodonera, que en la última década fue desplazada por completo del esquema productivo de los productores de esta zona. Esto se debió en gran medida a la pérdida de rentabilidad del textil. Sin embargo, la identificación de los productores con el cultivo de algodón aun hoy se encuentra muy arraigada, lo cual impacta en la toma de decisiones productivas y comerciales (Moreno *et al.*, 2011). Si bien los productores de Castelli encontraron en las cucurbitáceas una nueva forma de inserción en el mercado nacional, no se identifican como productores frutihortícolas.

#### 4. La oferta de sandías y de zapallos anco a nivel nacional

El destino principal de la producción de ambos cultivos es el mercado interno de productos frescos, siendo los principales centro de comercialización el Mercado Central de Buenos

Aires (MCBA), los mercados concentradores provinciales y los hipermercados. Una pequeña parte de la producción de zapallos, aproximadamente el 3%, se exporta a otros países y un 1,5% se destina a la industria del deshidratado, que casi en su totalidad se desarrolla en la provincia de Mendoza, aunque existen pequeñas plantas deshidratadoras en San Juan, La Rioja y Buenos Aires (Della Gaspera, 2013).

Los mayores volúmenes ingresados de zapallos se registran entre los meses de junio y septiembre de cada año. Esta oferta coincide con un aumento de la demanda por parte de los consumidores. Los zapallos que ingresan al mercado en estos meses proviene de las principales zonas de producción: Mendoza, San Juan, Salta, Buenos Aires, Santiago del Estero. Luego, a partir de la segunda quincena de noviembre y hasta fines de enero, ingresan al mercado los frutos producidos a contra estación, en las provincias de Salta, Jujuy, Chaco y Formosa. Cuando estas zonas no logran abastecer el mercado, se importan zapallos desde Brasil (Della Gaspera, 2013)

La cosecha en J. J. Castelli ingresa al mercado desde mediados de octubre y hasta fines de diciembre. Los frutos cosechados durante las primeras semanas encuentran precios que prácticamente se han triplicado con respecto a los niveles prevalecientes en los primeros meses del año. A partir de noviembre los precios comienzan a declinar hasta perder casi toda la ganancia conseguida en los meses pico. Por lo tanto, la estrategia de “*entrar al mercado lo más pronto posible*” o “*hacer primicia*”, en el territorio, se vuelve primordial.

Los productores estiman que aproximadamente un 20% de la producción de Castelli puede ser colocada en esta ventana de tiempo. La posibilidad de vender en primicia está determinada, en gran medida, por el manejo productivo realizado, la elección de las semillas (híbridas) y por las condiciones climáticas. La producción que no llega a ser colocada en este breve periodo de tiempo, se vende cuando los precios ya se encuentran en declive. Los frutos de zapallo bien maduros y no dañados pueden conservarse durante algún periodo de tiempo, pero los que presentan algún defecto deben ser comercializados tan pronto como sea posible.

La conservación prolongada es una práctica habitual que suele emplearse en otras zonas productivas, como Mendoza, San Juan o Rio Negro, para abastecer al mercado en los meses de precios altos. Sin embargo, en J. J. Castelli no es factible implementarla porque los costos que conlleva no son compensados por los precios que se pueden percibir más adelante por los frutos<sup>12</sup>.

La comercialización de sandías presenta características similares a las del zapallo, aunque la estacionalidad de la oferta presenta otro comportamiento. La oferta de sandías comienza en el mes de septiembre con un volumen que es incipiente, y se extiende hasta el mes de marzo. El grueso de la producción se comercializa entre los meses de noviembre y febrero. Las principales regiones productoras son Corrientes, Formosa, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero y también puede haber ingreso al mercado de sandías procedentes de Brasil.

Al igual que con los zapallos, al momento en que ingresa la cosecha los precios se encuentran en su nivel más alto, y al cabo de unas dos o tres semanas comienzan a declinar. Esto explica la urgencia por cosechar y vender, pero a diferencia de los zapallos, las sandías se conservan mal y no perduran durante más de una o dos semanas antes de que comiencen a deteriorarse.

El carácter perecedero de la producción y el hecho de que el número de productores en el territorio es mucho más grande que el de compradores, sumado la ausencia de información de precios, pone en desventaja al productor individual frente a los compradores, quienes tienen mayor capacidad de negociación, con lo cual terminan aceptando las condiciones de transacción que les impone el adquirente.

---

<sup>12</sup> Aplicando las técnicas de conservación, el zapallo puede guardarse durante seis o siete meses como máximo.



En este contexto las estrategias asociativas son prácticamente inexistentes -a pesar de la existencia de La Asociación-; más aún, los comportamientos de competencia y la rivalidad por conseguir compradores prevalecen sobre los de colaboración.

## 5. La trama productiva y comercial de las cucurbitáceas

### 5.1 El eslabonamiento vertical

Los proveedores de insumos.

Con respecto a la provisión de insumos y semillas, los productores entrevistados refieren que el abastecimiento se da a través de tres empresas localizadas en J. J. Castelli, y tres firmas extra territoriales, radicadas en Concordia (Entre Ríos), Formosa (Formosa) y Pampa del Infierno (Chaco). También llegan a la zona las principales empresas de semillas, tanto nacionales como multinacionales, que ofrecen una gran diversidad de semillas híbridas. A diferencia de las semillas conocidas como “variedad”, la semillas híbridas mejoran notablemente los rendimientos y la calidad comercial<sup>13</sup>, al otorgar uniformidad a los frutos, además de favorecer la obtención de “primicia”. El número de empresas de semillas que intervienen en la zona es difícil de determinar ya que varía de una campaña a otra, porque hay semilleros que “*algunos años aparecen y otros no*”. Pero muchas compañías mantienen presencia en el territorio llevando a cabo ensayos en los campos de los productores de la trama. Inclusive, una multinacional de semillas llevo de viaje a Chile a un grupo de productores de Castelli para intercambiar experiencias con productores de Bolivia, Perú y Chile.

En el caso de los productores medianos y grandes, la compra de materiales se realiza de manera directa a las empresas o a través de La Asociación. De acuerdo a lo expresado por los productores, la compra de insumos y semillas híbridas para la siembra de sandía se hace prácticamente en su totalidad a través de La Asociación “*la Asociación de productores trae semillas de Corrientes y otros lugares y no solo les vende a sus asociados, si no que les vende a los demás*”, aunque también refieren que algunos productores asociados comenzaron a prescindir de La Asociación para la compra de insumos a fin de evitar el costo de intermediación “*antes era el 3% para La Asociación, pero después se empezaron a cortar para que no pase por La Asociación y los semilleros con tal de vender...no les importa nada*”

Por otra parte, los entrevistados también hicieron referencia a la existencia de una empresa mendocina que produce y comercializa frutas y hortalizas a gran escala, tanto en el mercado interno como para la exportación, que provee a los productores de los insumos (semillas y agroquímicos) y luego les compra lo producido. El control del comprador sobre la producción, en este caso, se limita solo al ámbito de la circulación, manteniendo los productores cierta autonomía en el manejo productivo y el tipo de tecnología utilizada, aunque, los productores que participan de este tipo de contrato refieren que “*realizan buenas prácticas agrícolas[...] tratan de no aplicar tantos productos químicos*”. En total son cinco productores que en conjunto siembran (exclusivamente) para esta empresa alrededor de 300 hectáreas.

---

<sup>13</sup> En los frutos de sandía la calidad comercial se manifiesta como un fruto más parejo y homogéneo, más precoz, con cáscara más gruesa (lo cual favorece el transporte los mercados más distantes), mayor concentración de azúcares, color de pulpa más roja, entre otros; mientras que en los zapallos anco en la uniformidad del tamaño, mayor precocidad, mejor color de pulpa, menor cavidad de semillas y mayor duración de conservación en fresco (Moreno, Di Giano, Giancola, Schnellman, & Alonso, 2011).

En cuanto al segmento de los pequeños productores, en general, la provisión de insumos se realiza por los mismos canales utilizados por los productores grandes y medianos. Además, el Municipio (de Juan Jose Castelli) les provee de manera gratuita semillas y gasoil para las labranzas, previo empadronamiento en un Registro. En este segmento también se dan casos de provisión de insumos por parte de los compradores, pero, los productores señalan que por la financiación recibida los compradores les realizan descuentos en los precios que les pagan por los frutos. *“nos trae la semilla y después se cobra cuando está la fruta, pero quiere que le hagamos a menor precio [...] y nos buscan la vuelta...una vez que nos enganchan por una lata de semilla”*.

Con relación a la entrega de semillas por parte del Municipio, los productores manifiestan no estar satisfechos, ya que lo que reciben no alcanza para cubrir sus necesidades, con lo cual, quienes disponen de medios económicos deben acceder al mercado y quienes no disponen de los medios suficientes, terminan “atrapados” en los tipos de contratos antes mencionados.

En suma, existen diversos canales para el abastecimiento de los insumos necesarios para la producción; en general hay disponibilidad de semillas y los agroquímicos se consiguen en cantidad óptima, aunque puede haber problemas puntuales con alguna variedad de semilla *“que funciona bien en la zona”* que no se produce o no se importa lo suficiente.

### **Los cosecheros**

La cosecha de las cucurbitáceas en J.J. Castelli se realiza de manera manual.

Los productores pequeños, cuya modalidad de comercialización predominante es la venta al menudeo, emplean la mano de obra familiar para cosechar los frutos a medida que van madurando.

Los productores medianos y grandes demandan la mano de obra de *“changarines”<sup>14</sup>*, que en la época de cosecha se concentran en la balanza donde se pesan los camiones (en adelante, la balanza). Generalmente, los *changarines* trabajan en grupos de ocho a diez personas liderados por un *“cabecilla”* quien negocia con el productor el precio de la cosecha.

El precio de la cosecha generalmente se paga por tonelada cargada, y oscila entre un 1.5% y 2% del valor de la carga; el monto recaudado se reparte entre los miembros del grupo.

Los frutos deben ser siempre cosechados y manipulados con cuidado, evitando los golpes y daños, causa de posibles futuras podredumbres. En general, la fuerza de trabajo no está cualificada o no reúne los conocimientos requeridos para realizar la cosecha y el correcto manipuleo de las frutas, aunque algunos productores tienen cosecheros con los que trabajan desde hace muchos años, lo cual facilita el continuo aprendizaje de las rutinas de cosecha. Pero, la opinión generalizada de los productores es que la mano de obra para la cosecha además de ser insuficiente no está calificada para realizar esta tarea.

Otra función que cumplen los *changarines* en la trama, es el de intermediar entre los compradores y los productores. Dado que el punto donde se concentran es donde paran los camiones que vienen a comprar (la balanza) *“los changarines manejan toda la información de quienes son los que andan en la zona y que calidades de productos que andan buscando”*. *“Muchos de ellos salen a buscar el comprador con tal de conseguir trabajo para ir a cargar”*

### Los intermediarios

---

<sup>14</sup> Nombre con que se conoce a la mano de obra temporal, rural o urbana, contratada para realizar tareas menores.

Los productores recurrentemente mencionan en sus conversaciones a los intermediarios como actores importantes de la comercialización. Es que, según relatan los productores, los precios prevalecientes en el territorio dependen en gran medida del accionar de estos agentes.

En total son entre seis y ocho intermediarios, dos locales y el resto foráneos, los que participan de la trama. Al ser pocos, se pueden coordinar entre ellos y también con los compradores que llegan en camiones para determinar los precios que van a ofrecer por las frutas.

*“Se reúnen los camioneros o los mismos compradores, entonces se ponen de acuerdo y dicen “vamos a salir a pagar dos pesos” y es dos pesos”*

*“Vos los ves a la noche, pasas a las ocho y media por el hotel, y están todos en la vereda hablando entre los cinco o seis compradores, “che, mañana a qué precio salimos a comprar”, “y salimos con dos (pesos), y el que pueda a uno con ochenta, métale”*

Además, estos actores recorren la colonia buscando lotes de sandía y de zapallo para hacer sus negocios. Como señala un productor, *“Él (intermediario) te compra el lote, pero siempre viendo de que a ellos le sirva. Yo capaz en ese lote saque un diez mil, suponerle, y ellos te van a dar cinco mil”*.

Son muy pocos los productores que manejan directamente la comercialización sin pasar por los intermediarios. El determinante es la capacidad financiera del productor, y generalmente los productores más pequeños son los que están “atrapados” en este sistema.

*“Esperan que vos produzcas, y ellos están, te vienen a la chacra y te dicen (ofrecen un precio), y si vos quieres les vendes, y como hay muchos productores que están como con los ojos vendados, siembran y después no saben a dónde ir con la mercadería”*.

*“Hay productores que no saben qué hacer con la mercadería, le dan a otros, el otro sin hacer nada gana más el productor”*.

*“Con todo el grueso se queda el otro, y el productor se queda con la migajas, salvo para las semillas y alguna otra chirola”*.

## Los compradores

El perfil de los compradores depende de la modalidad de comercialización utilizada. Cada modalidad de comercialización implica la utilización de un circuito comercial, que puede ser más “largo” o más “corto” dependiendo del número de agentes que median entre el productor y el consumidor. Entre estos dos extremos, existen una serie de alternativas en las que los productos pasan algunas veces a través de dos o más intermediarios y otras, llegan al consumidor de manera más directa, por ejemplo, a través de un supermercado. En general el número de agentes que intervienen en la cadena de comercialización está directamente relacionado con la distancia que recorre la mercadería; pero no siempre es el caso.

En el territorio se utilizan principalmente tres formas de comercialización. La principal, en cuanto al volumen porcentual canalizado, es la venta “al barrer” en el campo, donde los compradores llegan en camiones desde sitios localizados a gran distancia; le sigue en importancia la venta por unidad de producto, donde los compradores vienen de distancias intermedias; y la tercera, la venta directa en puestos de comercialización, instalados a vera de la Ruta Provincial N° 9.

Las dos primeras modalidades de comercialización son complementarias, y son las que predominan en los productores medianos y grandes; en tanto que la venta directa en los puestos ruter, es la modalidad más utilizada por el segmento de pequeños productores.

A continuación se describe con mayor detalle cada una de las modalidades de comercialización.

- Venta “al barrer” por kilogramo

Consiste en vender de acuerdo a un cálculo de los kilos de rendimiento obtenidos en un lote a un precio determinado por kilogramo, donde el productor puede o no hacerse cargo del costo de cosecha y del embolsado (en caso de que se realice). Con esta modalidad se mueven grandes volúmenes de producción; la mercadería sale en camiones (equipos) que recorren distancias grandes y transportan una carga de 28 a 30 toneladas cada uno.

En esta modalidad de comercialización, el contacto productor-comprador -y eventualmente la operación- se realiza antes de la cosecha.

Hay casos en que el contacto se realiza mucho antes de que las frutas estén listas para su cosecha. El caso más extremo se da cuando los compradores proveen los insumos, como sucede con los cinco productores que siembran para una empresa mendocina. En otros casos, los productores comienzan a contactar a posibles compradores unas semanas o días antes de cosechar. Por ejemplo, relata un productor: *“una semana antes de arrancar yo empiezo a enviar fotos, y el que venga primero, va al campo, mira y si le gustó, listo”*.

También es habitual que los compradores que tienen puestos en mercados ubicados en grandes centros de consumo, como Buenos Aires, Santa Fe o Rosario se instalen en la zona durante la época de cosecha y salgan a recorrer las chacras en busca de mercadería:

*“Un muchacho joven boliviano viene en una camioneta, para en los hoteles y de ahí sale a recorrer los campos y compra [...] Y el acá contrata el camión entonces llega el camión, se carga la mercadería y se manda, y él se sigue quedando nomás. El sigue haciendo negocios, el compra y manda, compra y manda”*.

*“Esos dos hermanos trabajan así también. Ellos tienen dos mercados, dos puestos vamos a decir, uno en Entre Ríos y otro en Santa Fe, y ellos mandan mercadería a Entre Ríos y Santa Fe, y ellos andan y andan y andan, día y noche andan”*.

*“Los de Buenos Aires son como cuatro hermanos que trabajan juntos y así como uno está acá, otro puede estar en Lomitas y otro puede estar en Santiago, mientras el otro se queda en la Casa Central y maneja todo el negocio. Y cuando se termina la cosecha en un lado se van para el otro”*.

Pero, en la mayoría de los casos, el contacto con los posibles compradores comienza cuando las frutas ya están listas para ser cosechadas. Lo más usual es que los productores acudan a la balanza a procurar cerrar trato con algún comprador o intermediario. *“Ellos (los camioneros) se instalan ahí y ahí les llegamos en enjambre a buscar compradores”*. Claramente, en este último caso, es cuando se concretan las ventas en condiciones más desfavorables para el productor.

Con respecto a los mercados de destino, el grueso de la producción se envía a Buenos Aires, Mendoza, Rosario, Córdoba y Mar del Plata. En menor medida, a Salta, Entre Ríos, Tucumán, Santiago del Estero y San Juan. Un productor refiere que envía, desde hace dos años, un equipo de distintas variedades de zapallo a una empresa comercializadora localizada en Chile. Sobre las características y calidades de las frutas demandadas, señalan los entrevistados que las preferencias de los compradores varían según el destino de la mercadería. Los compradores localizados en los grandes centros de consumo demandan sandías grandes ovaladas de un peso promedio de 15 kilos, y zapallos anquito grandes y cilíndricos de 1,20 a 1,5 kilos de promedio. *“Para los mercados grandes, ahí va la fruta buena, la grande”*. *“Los compradores te barren el campo y te sacan lo grande [...] lo de 9 y 10 kilos va quedando”*.

Esta fruta en general es la que se utiliza para la confección de bandejas donde los frutos se venden fraccionados en rodajas.

Los frutos de menor tamaño, se venden a compradores de centros intermedios de consumo como Tucumán, Resistencia o Santiago del Estero, para el consumo familiar o la venta por unidad. Los compradores que vienen desde Tucumán, particularmente, demandan sandías pequeñas y redondas de cuatro a cinco kilos.

Cabe aclarar que estas sandías pequeñas, de menos de cinco kilos, son consideradas por los productores como “descarte”; generalmente no las venden y las utilizan para la alimentación del ganado. Son pocos los productores que consiguen compradores para el descarte. El productor P.R. comenta al respecto:

*“Ese descarte se lo carga para la zona de Tucumán [...] Arreglamos el precio y lo cargan ellos, ellos traen sus changarines, pagan a su gente; yo lo único que pongo es el tractor y el acoplado... a mi poner las personas no me sirve. Pero yo no la dejo a esa mercadería que quede en el campo, porque esa mercadería me salva mucho [...] si la dejo ahí yo pierdo de comprar semillas para sembrar 3 o 4 hectáreas”.*

Bajo esta modalidad de comercialización se distribuye aproximadamente el 80% de la producción de cucurbitáceas de J.J. Castelli. La mercadería sale, en general, recién cosechada, a granel y sin ningún proceso de acondicionamiento. Solo en algunas ventas de zapallo, los compradores demandan que las frutas se carguen embolsadas en bolsas red de polipropileno.

- Venta por unidades

Bajo esta modalidad las frutas se venden por unidades, por ejemplo, de a 100, 300 o 500, haciéndose una estimación de su peso promedio para la determinación del precio. En la jerga de los productores, a esta modalidad de comercialización también se la conoce como venta “por punta”.

Las transacciones realizadas de esta manera son de menor volumen que las realizadas “al barrer”. Habitualmente, en una transacción se completa un chasis de camión (de 8.000 kilos) o una camioneta con un acoplado. El destino de las ventas son las ciudades situadas a distancias intermedias, por ejemplo, Sáenz Peña, Resistencia, Villa Ángela, en la provincia de Chaco, o la ciudad de Corrientes. Este modo de intercambio se utiliza para abastecer circuitos de comercialización cortos, como supermercados, ferias o playas de venta mayorista y minorista.

*“Yo trabajo con dos Supermercados grandes de Resistencia... ellos vienen y te compran de todo, te llevan el (zapallo) colorado, el coreano, el kabuto. Suponerle, si ellos tienen que dentrar [sic] el martes con la mercadería al mercado, yo tengo que estar el domingo cosechándoles todo, el lunes a la tarde se carga y el martes a primera ya está en el mercado, todo fresco”.*

*“Cuando ellos llegan acá, la mercadería ya tiene que estar cosechada. Se cargó y se van, ellos no esperan, por eso ellos te llaman y te dicen, yo quiero tantas bolsas de kabuto, tantas rejillas de coreano, de colorado tanto. Eso va todo enrejillado [sic]”.*

Los frutos que se envían a estos mercados son de tamaño pequeño a mediano, ya que tienen como objetivo el consumo familiar o a la venta por unidad en comercios minoristas.

- Venta en puestos a la vera de la Ruta Provincial N°9 (RP 9):

Desde que comienza la cosecha en el mes de octubre, y hasta los últimos días del mes de diciembre, los pequeños productores, de menos de dos hectáreas, instalan sus puestos de comercialización a la vera de la Ruta Provincial N°9, en un tramo de 15 kilómetros que conecta las localidades de Colonia Zaparín y Juan Jose Castelli. Esta Ruta, localizada en el

Norte de la Provincia, conecta a la zona conocida como el *Impenetrable Chaqueño*, con los principales centros urbanos de la Provincia y de la Región, a través de una malla vial que comprende también a la Ruta Nacional N°95, y a las Rutas Provinciales N°4 y N°7.

Los puestos son pequeñas estructuras precarias, sin paredes, y de techo de chapa sin más instalaciones que una balanza donde se pesan las frutas que se venden al menudeo. La atención del puesto, en general, está a cargo de algún integrante de la familia, ya que el productor no abandona las labores de la chacra.

Las frutas que se exhiben están estivadas en pilas para ser vendida por unidad, o bien, embolsadas en envases de malla abierta de polipropileno (bolsas red) que contienen de 18 a 20 kilogramos cada uno. Los frutos que se pueden encontrar en estos puestos no son los de mejor calidad y suelen ser no uniformes, de tamaño irregular. Esto es resultado del empleo de prácticas culturales inadecuadas, y sobre todo, de la utilización de semillas de baja calidad.

Los compradores suelen ser personas que transitan la ruta por motivos de turismo, laborales, o con otros fines que no son los de la comercialización de cucurbitáceas, es decir, consumidores finales.

En la ruta se pueden encontrar alrededor de 50 puestos en cada temporada y se estima que cada uno puede llegar a comercializar una a dos toneladas de fruta por semana.

#### Observaciones adicionales sobre las formas de comercialización

Si bien el esquema de comercialización predominante en el territorio es el descrito anteriormente, existen casos aislados donde se entrecruzan las distintas formas de comercialización con los distintos tamaños productores; por ejemplo, hay pequeños productores que, agrupándose entre cuatro o cinco, completan equipos de 30 toneladas que venden a compradores de ciudades lejanas; también productores medianos que instalan puestos de comercialización en la ruta (no más de cinco o seis casos); además, resalta el caso de un productor que cultiva 300 hectáreas propias de cucurbitáceas y tiene dos puestos de venta en grandes centros de consumo, uno en el Mercado de Productores de Rosario y otro en el MCBA. Pero sin lugar a dudas, el caso más sobresaliente es el del productor P.R., quien articula en su estrategia de inserción en los mercados, todas las modalidades de venta hasta aquí explicadas. A continuación se expone brevemente las formas de operar del productor P.R. Este productor posee un total de 50 hectáreas, de las cuales, destina 20 a la producción de cucurbitáceas y otras hortalizas (verduras de hoja, mandioca, choclo, batata). De enero a octubre vende sus productos en la feria franca de J. J. Castelli, y cuando comienza la temporada de cucurbitáceas, monta su puesto de venta al costado de la RP 9, a la altura de su chacra. El puesto es atendido por el productor y su familia, y por empleados que además de vender, despachan la mercadería.

A diferencia de los puestos descritos anteriormente, el de P.R. es amplio y construido de caños de aluminio y lona. Resalta por sus carteles donde figuran su nombre e información de contacto. Según relata P. R., el puesto en la ruta le permite, además de realizar transacciones de venta al menudeo, exhibir la “*mercadería buena*” y captar la atención de los compradores de mayor volumen. “*Como si fuese una vidriera, yo en mi puesto pongo buena mercadería... hay de todo, lleno este el galpón de punta a punta [...] Entonces el (comprador) viene, mira mi mercadería, le gustó la fruta, vamos al campo a mirar [...] y si arreglamos le cargo*”.

Además de vender a grandes supermercados de Resistencia y de otras ciudades cercanas, P. R. despacha mercadería a Buenos Aires, Quilmes, Bahía Blanca, Mendoza, Santiago del Estero, Tucumán, Entre Ríos, y Corrientes. Desde hace dos años exporta zapallos a Chile, gracias a los contactos que pudo realizar en un viaje organizado por un semillero internacional.

Para él es muy importante “*estar en contacto con los de afuera durante todo el año*” para concretar las ventas. Los clientes suelen llamarlo para pedir que siembres determinadas variedades, tanto de sandías como de zapallos.

En momentos en que le falta mercadería para cumplir con algún pedido, lo completa con producción de otros productores vecinos. P. R comenta que tiene un grupo de 10 a 15 productores a los que “*les hace vender*”.

Todos los productos sin excepción, sean de P. R. o sean de otro productor, salen del campo acondicionado e identificado con una etiqueta que lleva su nombre y teléfono. Por eso, P. R. exige a sus “socios” que la mercadería sea buena, porque es él quien pone en peligro su reputación y corre riesgo de perder al cliente.

Finalmente, P. R. es miembro de La Asociación, pero no participa en ella activamente.

## 5.2 Dimensión horizontal: las relaciones entre los productores

La dimensión horizontal de la trama se caracteriza por un conjunto de productores que opera, salvo en unas pocas excepciones, desarticuladamente.

Se puede notar que la relación entre los productores está más marcada por la competencia por cerrar transacciones que por la colaboración, lo cual dificulta la coordinación de acciones colectivas.

Esta competencia se manifiesta sobre todo en el momento de la comercialización. Es muy habitual que además del regateo habitual entre el productor y el comprador, haya también una puja entre productores para conseguir el cliente. Uno de los relatos más escuchados es: “*Estas peleando el precio, 70 centavos, con un camionero y otro (productor) de atrás le hace (seña para bajar precio a 60 ctvs.) y después viene otro atrás (seña para bajar precio a 50 ctvs.)*”. Además, los productores narran que cuando se cierra el trato de palabra, muchas veces la venta puede perderse si es interceptado por otro productor en el momento en que el camión realiza el trayecto a la chacra para realizar la carga. Por eso es común que cuando se cierra un negocio, el productor solicite una seña:

*“Si un camionero viene y me dice yo te cargo a tantos pesos, me tenés que dejar seña...y si no venís perdiste...esa es la única ventaja para nosotros”*

*“Si uno cerró un trato hoy a un precio, hay que pedir seña sino va con otro por unos pocos centavos y perdés la venta”*

La Asociación Civil de Productores Frutihortícolas del Departamento de General Güemes, es la única agrupación formal de productores que funciona en el territorio. Se constituyó en el año 2007, y en sus inicios, su creación generó muchas expectativas entre los productores, principalmente, en la mejora de la comercialización. La Asociación se creó para dar respuestas a la problemática de todos los productores involucrados en la actividad de cucurbitáceas, sin embargo, hoy en día cuenta solo con 42 miembros, y la cantidad de productores que participan activamente de sus reuniones y asambleas es aún menor.

En el año 2011 la Asociación fue beneficiada con un aporte no reembolsable con el que se adquirió la toda la infraestructura necesaria para realizar clasificación, acondicionamiento y empaque de zapallos, así como el acondicionamiento de sandías en chacra. La instalación de la planta estuvo pensada para que la producción saliera del territorio con alguna forma de valor agregado y para diversificar los mercados, incrementando el envío de zapallos al exterior. Sin embargo, lo máximo que se llegó a procesar fueron dos o tres equipos (menos de 100 toneladas), y las instalaciones nunca fueron aprovechadas.

Los productores mencionan distintos motivos por la falta de utilización de esta infraestructura. En primer lugar, el hecho de tener que transportar los productos desde las

chacras hasta la planta procesadora, genera costos adicionales que no se recuperan con el precio percibido por la producción procesada.

El segundo motivo tiene que ver con la falta de acuerdos en cuanto al manejo de la Asociación en general, y con la falta de capacidad para organizar los distintos procesos involucrados, a saber, la recepción de mercadería, la clasificación de los productos, las ventas y distribución de lo producido entre los productores. Es decir, el problema radica en la falta de mecanismos de coordinación. Como solución consideran que la Asociación debería contar con algún gerente que centralice todas las decisiones, y sobre todo, que conozca el mercado y tenga experiencia para llevar a cabo las negociaciones con los compradores.

El tercer motivo, y relacionado con el punto anterior, es la falta de financiamiento para poner en marcha las operaciones de la planta, contratar personal, pagar a un gerente, etc.

Con todos estos impedimentos, una de las pocas acciones que lleva adelante La Asociación es la intermediación para la compra de semillas híbridas de sandía, pero poco a poco, también va perdiendo fuerza en este aspecto.

Finalmente, si bien el panorama general es de competencia y falta de colaboración, en el territorio se pueden encontrar algunas excepciones de integración entre productores para llevar adelante acciones colectivas de comercialización, como por ejemplo, el grupo de productores coordinador por P. R. o las ventas de gran volumen realizadas por pequeños productores.

### 5.3 La dimensión diagonal

Las conexiones diagonales de la trama están dadas por las distintas instituciones y empresas que brindan servicios de apoyo a los productores, principalmente asistencia técnicas, apoyo a la comercialización y financiamiento.

Para satisfacer estas demandas, tanto los pequeños como los medianos productores, dependen de los servicios brindados por el Estado en sus tres niveles administrativos: nacional, provincial y municipal.

El apoyo técnico es brindado principalmente por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), a través de su Agencia de Extensión Rural de J. J. Castelli, y por la Delegación de Apoyo Territorial y Agencia del Ministerio de Producción de la Provincia del Chaco. La asistencia técnica brindada por la Provincia está especialmente dirigida a productores con más de diez hectáreas en producción y a los productores nucleados en La Asociación. En tanto que el Municipio de Castelli atiende a los productores de hasta dos hectáreas, a través de su Secretaria de la Producción. Esta Secretaria, asimismo, asiste a los productores mediante la entrega de semillas de sandía y zapallo, y brinda apoyo logístico a La Asociación para la organización y difusión de las jornadas técnicas (MECON, 2011).

Los productores entrevistados refieren que toda la asistencia técnica recibida proviene del sector público, principalmente del INTA, y que no recurren a los servicios de asesores privados dada la imposibilidad de poder cubrir este costo. Además, hay productores que no consideran necesario recurrir a un asesor para que los guíe técnicamente, ya que consideran suficientes sus conocimientos tácitos: *“nosotros nos criamos y sabemos lo que es mantener plantas”* y *“con lo que sabemos hacemos lo que podemos”*.

Con respecto al financiamiento, no existen líneas de créditos oficiales destinadas específicamente a la producción de cucurbitáceas o a la horticultura en general, y el acceso al financiamiento bancario está muy restringido, ya sea por las condiciones estructurales de los productores (irregularidad en la tenencia de la tierra, falta de inscripción impositiva, etc.) que les impide calificar como sujetos de crédito, o por su costo financiero elevado.



Por lo tanto, el financiamiento del capital de trabajo corre íntegramente por cuenta de los propios productores. Solo una pequeña parte, el segmento de productores que siembra menos de dos hectáreas, recibe algún tipo de asistencia en forma de semillas o de gasoil para las labranzas. Este tema, el de la entrega gratuita de semillas, genera algunas controversias entre los entrevistados. Los productores del estrato de medianos se quejan de que las semillas muchas veces terminan en manos de personas que no son “verdaderos productores”, dicho esto en alusión a aquellos productores que se dedican al cultivo de cucurbitáceas solo esporádicamente. Argumentan que, al cubrir de esta manera el costo principal, luego venden la producción a precios que están por debajo a los prevalecientes en el mercado, perjudicando al conjunto de la trama, ya que una vez que “*tiran para abajo*” los compradores “*se plantan*” en esos precios. Los pequeños productores, por otro lado, reclaman que las semillas y el gasoil que reciben son insuficientes para cubrir su demanda de insumos. De alguna manera arguyen lo mismo que los productores medianos, a saber, que en la lista de beneficiarios hay productores que no siembran sandía y/o zapallo de manera recurrente, y esto los perjudica porque una misma cantidad de productos debe repartirse entre “*gente que se dedica*” (a las cucurbitáceas) y oportunistas. En ese sentido, los productores manifiestan que preferirían recibir financiamiento para comprar los insumos en lugar de recibir cantidades insuficientes de semillas y gasoil. Con referencia al dialogo que mantienen con las autoridades dicen: “*Le dijimos que no queremos que nos regalen, que nos cobren, que nos financien, entonces va el que las va a ocupar realmente y no el que (las recibe y) las va a vender [...] entonces vos perdés porque no podes sembrar y las semillas se las lleva el que no es verdadero productor*”

En suma, los productores de deben buscar formas alternativas de financiar el capital de trabajo. En palabras de los productores: “*hay que tener la plata para todo, la semilla...todo hasta la siembra*”. “*No vale la pena estar parado todo el día por un valecito. Más vale vender dos lechones y listo*”. “*Todo por cuenta propia, todo al contado*”.

Con respecto al apoyo a la comercialización, se destaca la inversión en infraestructura realizada por el Estado Nacional en el marco del Programa de Competitividad del Norte Grande. Como uno de los componentes de este programa en el año 2011 se financio la instalación de una planta de lavado, clasificación y empaque de zapallos e infraestructura para el acondicionamiento de sandías en chacra, así como actividades de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) bajo sistema de riego y en secano, para la posterior identificación de las mismas con etiquetado de BPA. Toda esta infraestructura e iniciativas se dejaron en manos de La Asociación, y a pesar de que en un principio generaron mucho entusiasmo y expectativas entre los productores, por distintos motivos (que se expondrán más adelante) nunca llegaron a implementarse o a ponerse en pleno funcionamiento.

## 6. Conclusiones

La producción de cucurbitáceas en el área geográfica de J. J. Castelli comenzó a desarrollarse hace aproximadamente quince años, después de la crisis algodonera de finales de la década de los noventa. Poco a poco, esta zona fue expandiendo la producción a medida que, progresivamente, los productores fueron volcándose a estos cultivos, como una alternativa de diversificar su producción e insertarse en el mercado nacional.

La expansión de estos cultivos en la zona dio lugar a la configuración de un conglomerado productivo conformado por pequeños y medianos productores, proveedores de insumos, e intermediarios; y por los compradores que cada año llegan al territorio y se funden en la trama.

Al analizar cada uno de los componentes de la trama productiva y comercial se pueden advertir algunos puntos críticos que impiden que se pueda avanzar en una dinámica positiva

de adopción de nuevas tecnologías, mejora de calidad de los productos y la orientación de la producción a nuevos mercados.

La trama está compuesta por pequeños y medianos productores, cuyo nivel tecnológico es bajo, con relación a la tecnología disponible y utilizada en otros entornos productivos, y cuya capacidad de gestión es precaria. Además, la fuerza de trabajo empleada para realizar la cosecha posee un bajo nivel de cualificación y no posee un sistema continuo de aprendizaje, lo cual es fundamental para lograr mejoras sustantivas en la calidad de los productos.

Por otra parte, la falta de financiamiento al capital de trabajo incide directamente en la elección de los materiales y de los insumos a utilizar en la producción, lo cual en última instancia, afecta la calidad de los productos obtenidos.

La trama en general se caracteriza por falta de cohesión y bajos niveles de capital social, lo cual opera en detrimento de la circulación de conocimientos, tanto tácitos como codificados, a través de las redes formales e informales de actores. Esta falta de cohesión, además, no permite la acumulación en el territorio, es decir, el aprendizaje colectivo local del conocimiento tácito, ni permite los acuerdos institucionales como formas particulares de cooperación bajo las reglas de la competencia y rivalidad. A esto se suma que las instituciones de apoyo a la producción, si bien brindan asistencia técnica, no abordan las cuestiones relacionadas con el fortalecimiento de las capacidades organizativas o los mecanismos de coordinación entre productores.

En consecuencia, los productores operan individualmente perdiendo posición negociadora ante los proveedores y demás intermediarios en las cadenas comerciales. Por otra parte, la naturaleza perecedera de los productos, sumado a la distancia a los mercados, agrega complejidad a la situación descrita, ya que hace que los productores sientan la necesidad de desprenderse rápidamente de las mercancías, lo cual genera una puja y una fuerte competencia entre ellos por captar a los compradores.

En ese sentido, uno de los aspectos principales a mejorar, es el fortalecimiento del capital social territorial así como de las capacidades organizativas de los productores pertenecientes a La Asociación.

Otros aspectos de la comercialización a mejorar son el fortalecimiento de los circuitos cortos de comercialización, que permiten poner en valor el patrimonio agro-alimentario territorial, además de contribuir al desarrollo local.

La mejora en estos aspectos depende en gran medida del diseño de políticas públicas que contemplen las especificidades del entramado productivo. En ese sentido, este documento pretende aportar conocimientos sobre las especificidades de la actividad en el territorio y los puntos críticos de la trama que deben ser sorteados.

Finalmente, una cuestión que no se desprende directamente del análisis de la trama, pero que merece atención especial es como afecta el pasado como productores algodoneros a su presente como productores de cucurbitáceas, y como podría afectar a su futuro (a las posibilidades de innovación). De manera similar, debería ponerse atención a si la diversificación de actividades de los productores afecta a la toma de decisiones productivas y comerciales de cucurbitáceas. Si bien estas dos cuestiones merecen esfuerzos adicionales de investigación, el caso del productor identificado como P.R. puede brindar alguna intuición ya que dicho productor no proviene de la actividad algodonera, es el único identificado como netamente frutihortícola, y su desempeño productivo y comercial supera ampliamente el desempeño promedio de los demás productores de la trama.

## 7. Bibliografía

- Bergamín, G., Sander, P., Lara, C. F., & Calvo, S. C. (2000). Impacto socioeconómico y ambiental del monocultivo del algodón: Un enfoque integral para un estudio de caso (Chaco). *ITEA. Producción vegetal*, 96(3), 185-206.
- Caracciolo, M. (2014). Los Mercados Y La Construcción De Tramas De Valor En La Economía Social Y Solidaria. Recuperado a partir de <http://base.socioeco.org/docs/ess-los-mercados-y-la-construccion-de-tramas.pdf>
- Cassiolato, J. E., & Lastres, H. M. M. (Eds.). (1999). *Globalização e inovação localizada: Experiências de Sistemas Locais no Mercosul*. Brasilia, Brasil: Ministério da Ciência e Tecnologia, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia.
- Cassiolato, J. E., & Lastres, H. M. M. (2003). O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. En *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local* (p. 556). Rio de Janeiro: Relume Dumará Editora.
- Della Gaspera, P. (2013). Producción y mercado del zapallo en Argentina. En *Manual Del Cultivo Del Zapallo Anquito (cucurbita Moschata Duch.)* (Publicaciones Regionales). Estación Experimental Agropecuaria La Consulta, Mendoza, Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Recuperado a partir de [http://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-manual\\_de\\_zapallo.pdf](http://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-manual_de_zapallo.pdf)
- García, A., & Rofman, A. (2013). Poder y espacio: Hacia una revisión teórica de la cuestión regional en Argentina. *Problemas del desarrollo*, 44(175), 101–124.
- Lemos, M., Santos, F., & Crocco, M. (2003). Arranjos Produtivos Locais Industriais Sob Ambientes Periféricos: Os Condicionantes Territoriais Das Externalidades Restringidas E Negativas. En *Anais do XXXI Encontro Nacional de Economia ANPEC - Associação Nacional dos Centros de Pósgraduação em Economia* Recuperado a partir de <http://www.anpec.org.br/encontro2003/artigos/E31.pdf>
- Lundvall, B.-åke, & Johnson, B. (1994). The Learning Economy. *Journal of Industry Studies*, 1(2), 23-42. <http://doi.org/10.1080/13662719400000002>
- Ministerio de Economía y Finanzas Publicas (2011, junio). Programa de Competitividad del Norte Grande. Resumen Plan de Competitividad del Conglomerado Productivo Hortícola Ampliado de la Provincia del Chaco.
- Moreno, A., Di Giano, S., Giancola, S. I., Schnellman, L., & Alonso, I. (2011). *Causas que afectan la adopción de tecnología en medianos productores de sandía y zapallo anco de Juan José Castelli, provincia de Chaco. Enfoque cualitativo*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Rofman, A. (1999). Economías regionales. Modernización productiva y exclusión social en las economías regionales. *Realidad económica*, 162, 107–136.