

Surgimiento, dinámica y rol de las plantineras en el aglomerado hortícola de La Plata

Emergence, dynamics and role of nursery garden from horticultural agglomerate of La Plata

Matías García*

Recibido: 7 de marzo 2016
Aprobado: 21 de noviembre 2016

Resumen

La caracterización de la actual dinámica del Cinturón Hortícola Platense tendría un mejor ajuste si se interpreta desde el enfoque de economías de aglomeración. Así, una actividad que se caracterizó históricamente por su producción atomizada y descentralizada, ahora muestra una concentración espacial y cercana articulación con los eslabones de aprovisionamiento de insumos y comercialización. El objetivo del trabajo es desarrollar la influencia y dependencia de un servicio existente en la zona hortícola platense: las plantineras. Se busca identificar las razones de su surgimiento, su evolución y actual importancia y dependencia. También describir su interrelación con las semilleras y agronomías. Finalmente, se caracteriza el rol de las plantineras en el aglomerado de empresas que conforma la horticultura platense. Se concluye que las plantineras pueden considerarse un caso de economía externa, causa y consecuencia a su vez del incremento de la competitividad en este espacio productivo.

Palabras clave:

Horticultura
Aglomerado económico
Competitividad
Plantinera

Abstract

The current dynamics of La Plata's Horticultural Belt seem to fit better if interpreted from the agglomeration economies perspective. Thus, an activity historically characterized by its fragmented and decentralized production nowadays shows a spatial concentration and close coordination with the links in supply of inputs and marketing. The aim of this work is to develop the influence and dependence on an existing service in La Plata's horticultural zone: the nursery garden. It seeks to identify the reasons for its emergence, evolution and current importance and dependence. Also to describe their interrelationships with seed companies and agrochemical shops. Finally, the nursery garden role in horticultural agglomerate of La Plata is characterized. It is concluded that nursery garden could be considered a case of external economy, cause and consequence of increasing competitiveness in the productive space.

Key words:

Horticulture
Agglomeration economies
Competitiveness
Nursery garden

* Doctor en Agronomía. Investigador Asistente del CONICET. Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata. Calle 60 y 118, (1900) La Plata, Buenos Aires, Argentina, garciamatias@agro.unlp.edu.ar

INTRODUCCIÓN

La horticultura de La Plata (provincia de Buenos Aires, Argentina), si bien se destacó desde el nacimiento de la ciudad y se ha transformado, en la segunda mitad del siglo pasado, en una de las principales regiones de producción de hortalizas de la provincia, muestra en los últimos veinte años una acelerada reestructuración organizacional y aún funcional. Esto es, no sólo se convierte en la región hortícola más importante del país, sino que además exhibe una gran influencia en todo el sistema hortícola nacional (Viteri et al., 2013).

A partir de la década de 1990, las ventajas comparativas (cercanía al mayor centro de consumo del país, condiciones agroecológicas favorables), junto a las ventajas competitivas (tecnología del invernáculo, mano de obra especializada, etc.), en interacción con el rol asumido por el horticultor boliviano permitieron una reestructuración de la horticultura no sólo platense, sino también regional, dando como resultado una diferenciación^[1] de la horticultura y una concentración de la producción espacial (Le Gall y García, 2010). Dicha concentración espacial podría tener relación con la dinámica que adquiere la horticultura platense en los últimos seis años.

En ese sentido, resulta destacable que las consideraciones del espacio o territorio en los estudios económicos de los últimos años buscan dilucidar los factores que explican o motivan tanto los procesos de concentración de actividades productivas y de servicios en delimitados espacios, como los que conducen a que determinadas localizaciones muestren un mayor dinamismo y capacidad competitiva que otras (Schejtman y Berdegué, 2004). Éstas revalorizan el territorio a partir de las innovaciones tecnológicas y organizativas, los nuevos determinantes de

[1] Se hace referencia a: i) ventajas productivas (mayor calidad del producto, mayor período de cosecha, menor costo por unidad de producto, mayor rendimiento, mayor eficiencia en el uso de los medios de producción) (García, 2010); ii) la retracción de la superficie y producción extra región platense; iii) el avance del horticultor boliviano en toda la cadena de producción-consumo, y en el eslabón de comercialización en particular; iv) las ventajas del transporte que posibilitan competir en regiones otrora imposibles económicamente (García, 2011).

la competitividad, los procesos de conocimientos y aprendizaje en el seno de las redes o conjuntos de agentes, y los impactos locales de la globalización (Cfr. Pedreño y Quaranta, 2002).

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

La Geografía Económica se define como el estudio de la localización, distribución y organización espacial de las actividades económicas. Desde tiempos remotos existe una tendencia de las actividades económicas a concentrarse en un territorio, debido a la existencia de ventajas que obtienen las empresas cuando se aglomeran, lo que genéricamente se les ha llamado Economías de Aglomeración (Fujita y Thisse, 2002; Fujita y Krugman, 2004). A nivel general, un Aglomerado Económico genera ventajas derivadas de la -valga la redundancia- economías de aglomeración. Se trata de externalidades, economías externas no planificadas o bien pasivas, ya que se generan por y para las empresas ubicadas en un espacio concreto de modo espontáneo, como subproducto de la actividad económica y no necesariamente como fruto de acciones conscientes (Navarro Arancegui, 2003).

En este marco, en los últimos años han surgido y consolidado en el área hortícola platense, empresas que producen y comercializan plantines con cepellón. Denominadas vulgarmente como “Plantineras”, se transmutan como un proveedor más, convirtiéndose el plantín en un insumo externo a la quinta.

El objetivo del presente trabajo es describir y analizar los inicios, evolución y rol de un tipo de empresa que surge en la horticultura platense, como es la plantinera. Dicho proveedor de insumos es interpretado como un caso más de sinergia en lo que se denomina el aglomerado hortícola platense, posibilitando y potenciando las ventajas y competitividad a través de su acción e interacción en el sistema productivo-económico

local. Es por ello que el propósito del artículo es, a través de la descripción y caracterización de las plantineras, aportar a la interpretación de la dinámica actual de lo que se entiende, es el aglomerado hortícola platense.

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

METODOLOGÍA

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

El trabajo de campo, realizado entre el segundo semestre de 2014 y el primero de 2015, incluyó entrevistas a productores (tanto los de origen boliviano, como también “criollos” e italianos), técnicos (del sector público y privado), comerciantes de agroquímicos, extensionistas (Universidad Nacional de La Plata -UNLP-, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria -INTA-), un representante de una empresa proveedora de bandejas plásticas, un desarrollista de semillas y, claro está, de dueños, técnicos y trabajadores de plantineras. De esta manera, se completaron 17 entrevistas, entendiéndose suficientes en el marco de los objetivos planteados, y habiéndose

saturado y reiterado la información recolectada.

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

Respecto al número de casos, los mismos deben adicionarse hasta la saturación de la teoría (Eisenhardt, 1989). Dicho autor sugiere que el número de casos apropiado depende del conocimiento existente del tema y de la información que se pueda obtener a través de la incorporación de estudios de caso adicionales. En el presente trabajo, se entrevistaron hasta que las mismas no aportaron nueva información (Eisenhardt, 1989), resultando un total de seis horticultores y seis informantes de plantineras.

INICIOS, EXPANSIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LAS PLANTINERAS EN LA PLATA

En este apartado se detallan los inicios, expansión y consolidación de las plantineras, paso necesario para poder describir su estructura actual y estrategias implementadas. Finalmente,

se puntualizan las razones que justifican su actual imposición en la actividad.

A) INICIOS DE LAS PLANTINERAS

En la década de 1970, el inicio del cultivo en las quintas platenses se llevaba a cabo mediante el sistema de siembra “de asiento”^[2], por lo que los plantines eran solo y simplemente una etapa en el crecimiento del cultivo. Con el propósito de facilitar el control de malezas, aumentar la eficiencia de germinación, mejorar la uniformidad de la siembra y reducir el gasto en mano de obra y semilla, los productores comienzan a realizar plantines en almacigueras en el suelo, para luego trasplantarlos al lugar definitivo. No tardaron mucho en imponerse unos contenedores denominados bandejas o *speedling*^[3], obteniéndose un plantín acompañado por su correspondiente cepellón o pan de tierra (Fotos 1 y 2). De esta manera se aminora el stress post-trasplante incrementándose el porcentaje de implantes exitosos y reduciéndose el atraso que conlleva el trasplante a raíz desnuda^[4].

Los horticultores reconocen que “la cuestión de los plantines” siempre generó diversas disquisiciones y fue mutando en el tiempo: primero si

[2] Se hace referencia al método de iniciación del cultivo por el cual la semilla se deposita en una única operación en el terreno definitivo. Se opta por la denominación “siembra de asiento” al de “siembra directa”, que por uso y costumbre se asocia al caso en que la siembra se efectúa sobre el rastrojo del cultivo anterior sin efectuar labranzas.

[3] El término *speedling* surge de la contracción de las palabras inglesas de *seedling*-plántula- y *speed*-rápido- y alude a la velocidad con que se cumplen los primeros estadios de vida de las plantas. Su nombre es utilizado como sinónimo de “bandeja”.

[4] Por otra parte el uso de bandejas ha permitido implementar el método de almácigo en especies intolerantes al trasplante a raíz desnuda, básicamente las cucurbitáceas.

Foto 1. Plantín de “hoja” con su cepellón



Fuente: <http://www.produccion.lapampa.gov.ar>

convenía hacer plantines o era mejor la siembra directa; luego, hacer los almácigos en tierra o bien en bandejas (de telgopor primero y luego de polietileno). Hasta que en la segunda mitad de la década de 1990 surgen las primeras empresas productoras de plantines. En algunos casos de manera informal y hasta casual. Por ejemplo, uno de los primeros emprendedores y en la actualidad el principal productor de plantines hortícolas del país cuenta que en la década de 1990 “...era un floricultor y me hacía mis plantines. Fueron mis vecinos los que me preguntaron si les vendía, y ahí [1997] empecé. Arranqué haciendo plantines florícolas y hortícolas, pero ahora hago sólo hortícolas” (dueño de IL).

Por su parte, la dueña de la plantinera SN cuenta que conoce por primera vez a este tipo de empresas en Mendoza (se trata de ProPlanta), lo que la estimula regresar a La Plata y comenzar en forma precaria a producir y vender plantines también en 1997. Recuerda que cuando empezaron, ya estaba JP que revendía plantines florales de una empresa de la zona oeste del Gran Buenos Aires (GBA); oferta que en la región platense se complementaba con los plantines de ProPlanta que venían en colectivo desde Cuyo y eran comercializados por un representante de dicha empresa.

En esos años, el mercado de plantines era ínfimo. Ya que casi dos décadas atrás la discusión era si cada productor debía seguir haciéndose sus plantines, o bien comprarlos. Esa disquisición persiste un tiempo mientras se expanden y multiplican las plantineras en la región platense, saldándose de tal forma que hoy día la disyuntiva de autoproducir o comprar el plantín ya no existe en la horticultura de La Plata.

Foto 2. Bandeja vacía y otras con tomate



B) EXPANSIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LAS PLANTINERAS

Desde la aparición de las primeras plantineras en la zona platense a mediados de la década de 1990, su propagación durante los primeros 10 años -si bien lenta- fue inexorable. Y a partir de allí, tras el 2005/2006, se destaca una gran expansión, coincidente con el fuerte crecimiento de la producción platense, protagonizada básicamente por ex medieros y peones de origen boliviano (Waisman, 2011; García y Kebat, 2008), y la potenciación de un pequeño grupo de tecnologicados y grandes productores de la zona (Figura 1).

Esta particular dinámica se puede interpretar por cuanto en esos primeros años todavía no era fuerte la competencia, ni el conocimiento de la técnica y el negocio de los plantines. Surgen así y en ese momento, una serie de emprendedores que hoy día son los que hegemonizan el mercado de La Plata, por calidad y/o cantidad de plantines. Luego de 10 años, a partir del 2005/2006, se observó un boom protagonizado por plantineras de reducido tamaño. Las “nuevas” plantineras son iniciativas de pequeños productores (o ex-productores) que le dedican una porción de invernáculo a la producción de plantines con destino venta. El consiguiente aumento de la oferta se ve acompañado de su correspondiente demanda (y viceversa), ya sea por la aparición de nuevos productores en la zona^[5]

[5] Mientras que según el CHFBA'05 había en la zona sur del

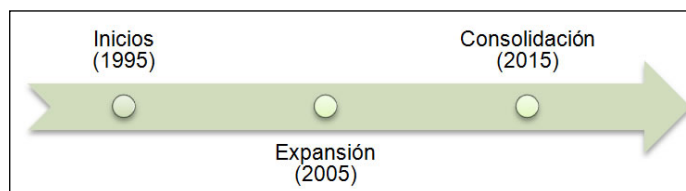
como de la imposición prácticamente total del plantín como insumo externo a la quinta.

De esta manera, los quinteros inician los cultivos de espinaca, radicheta, zapallito, rabanito y rúcula por siembra directa. El resto de las hortalizas en La Plata se hace por bandejas “... y si te lo piden lo haces” (dueña de SN), aludiendo a que en la actualidad se encuentran con solicitudes de acelga, remolacha y también de perejil por bandeja.

Los plantines (y también las bandejas) en la jerga del sector se dividen en “hoja, solanáceas y crucíferas”. Las solanáceas incluyen -en orden de importancia- el tomate seguido por pimiento y, en menor medida, berenjena. Básicamente los plantines de hoja se componen de los distintos tipos de lechuga y apio. Y cuando se habla de bandejas de crucíferas, se hace referencia a brócoli (el más relevante), luego repollo y por último coliflor. La importancia que poseen es que en La Plata prácticamente lo único que se cultiva a campo en invierno, son crucíferas.

Área Hortícola Bonaerense (La Plata básicamente, y en menor medida Florencio Varela y Berazategui) un total de 1.058 establecimientos hortícolas, en la actualidad dicho número se habría casi triplicado. Según datos de base Programa Cambio Rural informes anuales, Programa Periurbano del MAGPyA, y relevamientos propios de los agentes de desarrollo de INTA, existen unos 2.500 a 3.000 productores Familiares Capitalizados (FONAF 2 estratos más grandes) en la zona de La Plata, Florencio Varela y Berazategui (Pineda, 2014).

Figura 1. Expansión y consolidación de las plantineras



Fuente: elaboración personal

C) ESTRUCTURA Y ESTRATEGIAS DE LAS PLANTINERAS

Mientras que en 1995 había una o dos plantineras en toda la zona sur del Área Hortícola de Buenos Aires (La Plata, Berazategui y Florencio Varela), en la actualidad existen alrededor de veinticinco. Se estima que suman aproximadamente un total de

diez hectáreas de plantineras, demandando unos veinticinco trabajadores por cada hectárea.

En Florencio Varela hay dos plantineras chicas que venden a productores locales, mientras que se destaca una tercera por su escala de producción, que abastece principalmente a La Plata.

En esta última ciudad hay más de veinte, aunque sobresalen cinco, las que, junto a las de Florencio Varela concentran más del 70 % de la oferta de plantines de la región.

Si bien el crecimiento del sector hortícola platense posibilitó y propició la expansión de las plantineras, este proceso no estuvo libre de tensiones. En este sentido, la fuerte competencia generada obligó a plantearse una serie de estrategias de trabajo en diferentes nichos. Así, se identifican plantineras que se especializaron en plantines de hoja, buscando satisfacer la demanda de los pequeños y medianos productores, mayoritariamente bolivianos. Esta estrategia puede sostenerse mediante la oferta de plantines en cantidad, o bien administrando una serie de acciones caracterizadas como “de resistencia”. En forma dicotómica, algunas plantineras se focalizan en los grandes productores, generalmente demandantes de plantines de solanáceas de alta calidad y con aplicación de la última tecnología (injertadas, en macetas, etc.). En esta polarización surgen plantineras con características y estrategias intermedias, aunque conservando diferentes combinatorias.

De esta manera se puede identificar en la actualidad a las tres plantineras más grandes por calidad y/o cantidad (JQ, RS e IL). Luego hay otras tres medianas (SN, PW y ET) para, finalmente, llegar al grupo más numeroso pero de

reducida escala. Como se evidenciará a continuación, las estrategias adoptadas no necesariamente se condicen con el tamaño.

Por ejemplo, IL es sin dudas la plantinera más grande (también a nivel país) ya que produce anualmente en sus 20.000m² de invernáculos, alrededor de 200 millones de plantines hortícolas^[6]. En los últimos tiempos, la competencia, su distancia a la zona de producción (se encuentra en Florencio Varela) y la carencia de energía barata para calefaccionar^[7], la obligó a especializarse en plantines de hoja (representando un 70 % del total de su producción) relegando a las crucíferas (20 %) y solanáceas (10 %). Su clientela habitual es la de horticultores bolivianos, mayoritariamente pequeños (al igual que ET).

JQ y RS asumieron decisiones contrarias a IL, ya que se especializan en solanáceas, prevaleciendo la primera en su escala (también con dos hectáreas de plantinera) y buscando, la segunda, diferenciarse en calidad. Ambas se focalizan en medianos y grandes productores. Un resumen de estas características se puede visualizar en la Tabla 1.

[6] Para tener un marco de referencia, a nivel país se destaca ProPlanta (de Mendoza) que hace unos 120 a 130 millones de plantines por año. El resto de las plantineras de la zona hace individualmente un 20 % de lo que produce IL, si bien es verdad que éste se concentra en plantines de hoja (Fuente: técnico de empresa proveedora de bandejas plásticas).

[7] Estos dos condicionantes (distancia y energía para calefaccionar) se desarrollarán en el siguiente apartado del artículo.

Tabla 1. Síntesis de las plantineras y sus principales características en cuanto a tipo de escala, superficie, tipo de plantín especializado, perfil de productor y ubicación

	Escala		Especializado	Perfil de productor	Ubicación
IL	Gran escala	2 ha	70 % hoja	bolivianos pequeños y medianos	Florencio Varela
JQ	Gran escala	2 ha	70 % solanáceas	medianos y grandes	La Plata
RS	Gran escala	1,5 ha	70 % solanáceas	medianos y grandes	La Plata
SN	Mediana escala	0,5 ha	50 % solanáceas	pequeños y medianos	La Plata
PW	Mediana escala	0,5 ha	50 % solanáceas	pequeños y medianos	La Plata
ET	Mediana escala	0,5 ha	70 % hoja	bolivianos pequeños y medianos	La Plata
Resto (19)	Pequeña escala	0,2 has	80% hoja	bolivianos pequeños	La Plata

Fuente: elaboración personal

En las firmas intermedias, ET si bien hace todo tipo de plantín, se concentra “por obligación” en hoja. Situación en espejo les ocurre a SN y PW, que pretenden en sus 5.000m² de invernáculo, especializarse en solanáceas (50 % del total producido) pero deben producir plantines de hoja (25 %) y crucíferas (25 %), aunque no les genera similar rentabilidad que las solanáceas: explican que existe el riesgo que sus clientes recurran a otra plantinera si sólo les ofrecen solanáceas y nada de hoja y crucíferas. Este comportamiento del productor que describen SN y PW da cuenta de un perfil de mediano a pequeño, que produce hoja y algo de solanáceas; diferente al perfil en que se concentra (pero no se limita) JQ y RS en donde prevalece el mediano y gran productor que hace solanáceas y eventualmente algo de hoja.

En cuanto a las pequeñas plantineras, se trata de productores (o ex-productores) que le dedican un espacio de su quinta a producir y vender plantines. Comercializan mayoritariamente hoja y crucíferas, aunque algunos ofertan también solanáceas debido a la ventaja que presentan de no tener los invernáculos con una alta carga de bacterias, típico problema en plantineras cuyos invernáculos no tienen descanso. También buscan diferenciarse en el precio (mediante un comportamiento que se describe en la siguiente sección) y ofrecen posibilidades de financiamiento, entre otros. Es decir, pretenden satisfacer los requerimientos particulares del pequeño productor de cercanía, mayoritariamente de origen boliviano.

Finalmente, es pertinente aclarar que las ventajas y desventajas de trabajar con los diferentes tipos de productores tienen disímiles interpretaciones^[8].

En la actualidad, la aparición de nuevas plantineras es observada como factible, en coherencia con el también posible aumento de la producción en la región. Este incremento local se explica no por un crecimiento total nacional, sino por la contracción de la producción hortí-

[8] Por ejemplo, para una técnico de IL “Y siempre digo: yo prefiero vivir del pequeño productor boliviano y no del otro. El boliviano viene y te paga la bandeja, el otro siempre exige financiar, o te da un cheque a no sé cuantos meses, o te dice ‘esperá que me pague el supermercado’. En síntesis, prefiero trabajar con 5 medianos o chicos bolivianos que con uno grande, toda la vida...”

cola en la región norte y oeste del GBA y su concentración en La Plata. Esto, a su vez, no sólo explica la concentración de las plantineras en La Plata sino que también -conexamente- condiciona el destino de la producción.

En este último sentido, las plantineras grandes y medianas concentran el 80 % de las ventas en quintas de La Plata, siendo que las pequeñas ni se plantean otra plaza que no sea la local/de cercanía. En segundo lugar aparece como destino Mar del Plata (10-15 %), donde se envía -en camiones que traen mercadería y vuelven vacíos-, bandejas de tomate y pimiento básicamente, y en menor cuantía apio (plantines de hoja que no tienen viabilidad económica). El resto (alrededor del 5 %) a otras regiones hortícolas pero siempre de la provincia de Buenos Aires (Escobar, por ejemplo).

Otras regiones hortícolas destacadas en “fresco”, tales como Salta y Corrientes, poseen grandes plantineras con moderna tecnología, desechándose así esos mercados. Más aún, más que oportunidad, el caso de Corrientes es observado como una amenaza para las plantineras platenses ante la posibilidad de colocación de sus productos en la capital bonaerense. Sucede que dicha provincia no precisa calefaccionar para obtener plantines de solanáceas. Si bien como debilidades aparecen el mayor costo por el flete y el paralelo sufrimiento de la plántula, hasta no hace muchos años se enviaban a La Plata plantines en ómnibus desde Mendoza.

D) RAZONES DE LAS PLANTINERAS

El fenómeno de aparición, expansión y consolidación de las plantineras en La Plata y la consecuente imposición de los plantines como un insumo externo a la quinta tiene diversas razones, para nada excluyentes entre sí:

~*Incremento del riesgo relativo.* Antes del año 2002, 1.000 semillas de pimiento valían US\$140 (que eran \$140). Luego de la devaluación, eso se transforma en \$600-700; mientras que en el 2015 son \$1.400 aproximadamente. Esto hace que el costo de la semilla se incremente en forma significativa y, por ende, el riesgo ante fallas en la autoproduc-

ción del plantín adquiere gran relevancia.

~*Costo absoluto reducido*. El costo para el productor dada la tercerización de la producción del plantín es poco significativo (Tabla 2), ya sea en relación al costo total de producción en general, como de las semillas en particular^[9].

~*Incremento del riesgo absoluto*. Las tareas del productor son muchas y múltiples, por lo que suelen ocurrir olvidos en el riego (por ejemplo, en verano se riegan los plantines hasta tres veces por día), problemas con la calefacción/aireación, errores en las dosis de aplicación, entre otros. De esta manera, el riesgo “técnico/productivo” que implica fracasar en la autoproducción de plantines se incrementa en forma inversamente proporcional a los tiempos disponibles del productor.

~*Tiempo y complejidad*. Existe disonancia entre dificultad/facilidad de producción de los diferentes tipos de plantines y disponibilidad de tiempo del productor para hacerlas. Mientras que los de solanáceas se producen principalmente en momentos en que el productor tiene más tiempo (invierno), su dificultad es alta; contrariamente, la bandeja de hoja es fácil de producir, pero el período de máxima demanda de esos plantines coincide con la época de mayor trabajo en la quinta (verano).

~*Especialización*. El trabajo hortícola induce a especializaciones y más en una horticultura cada vez más competitiva como la platense. Producir plantines implica tiempo, conocimiento y dedicación. “No es lo mismo que vos te pongas a hacer el plantín o que hagás lo que vos sabés hacer, que es plantar [sic]. Es decir, no podemos estar haciendo mil cosas, ya que terminas descuidando el cultivo” (productor WI).

~*Seguridad*. Como se detalla en el siguiente apartado, si el productor encarga veinte bandejas, tendrá en forma garantizada veinte bandejas conteniendo un plantín en cada celda.

~*Programación*. El costo de perder una bandeja no sólo es el de las semillas y la mano de obra

invertida, sino que se debe incluir el desajuste en la programación de cultivos, apareciendo así “tiempos muertos” o improductivos.

~*Relación riesgo-costos*. Sin pretender resultar redundantes, vale la siguiente argumentación. Si bien comprar una bandeja de tomate es caro, el riesgo que falle la autoproducción es elevado. Y más aún, es muy complicado conseguir esa/s bandeja/s que falla/ron, necesaria/s para completar la plantación. Paralelamente, si bien es fácil conseguir bandejas de hoja, su ínfimo costo (alrededor de \$20 bandeja, es decir \$0,061 el plantín) promueve su compra.

~*Flexibilidad*. Si el productor hace su propio plantín, los tiempos son rígidos. No sólo debe planificar y ejecutar con antelación la siembra, sino que cuando el mismo está listo, se debe plantar en un período de tiempo muy acotado, y a veces surgen diferentes imprevistos que retrasan el trasplante definitivo y puede ocasionar el descarte de la plántula. Las plantineras otorgan cierta flexibilidad para el retiro de las solanáceas, mientras que en el caso de hoja -como se describe a continuación- es totalmente funcional a la disponibilidad del productor.

~*Naturalización*. Los nuevos productores (principalmente bolivianos) no sólo carecen de los conocimientos y experiencia necesaria para la producción de plantines, sino que además naturalizaron el aprovisionamiento externo de estos.

Entonces, tercerizar la tarea en empresas especializadas, que tienen ajustados sus manejos y costos, es sin duda una forma de reducir el riesgo relativo y absoluto, ganando además en flexibilidad y tranquilidad.

FUNCIONAMIENTO, SERVICIOS Y ROL DE LA PLANTINERA

En este apartado se desarrollan las características de las plantineras, en cuanto a insumos utilizados, tiempos y precios de referencia, entre otros (“la plantinera hacia adentro”). También se explora acerca de las diferentes modalidades comerciales que ponen en práctica (“la plantinera hacia afuera”), para luego discutir los motivos o variables que determinan su elección por parte de los productores. Por último, se describen y anali-

[9] Como dato de referencia, mientras que el Costo Total de Producción en 2014 de una hectárea de tomates era de \$450.000, el servicio de plantinera para esa superficie rondaba los \$13.200, lo que representaba menos del 3 % (Fuente: informantes clave).

zan las interacciones existentes entre las plantineras, semilleras, agronomías y productores.

A) LA PLANTINERA HACIA ADENTRO

El costo de una bandeja se compone básicamente de financiamiento, *speedling*, mano de obra, semilla, energía, sustrato y agroquímicos. Veamos cada uno de ellos.

No todas las plantineras ofrecen financiamiento, y las que lo tienen es, en palabras de la dueña de SN “*contra mi voluntad*”. La posibilidad de financiación y aún sus condiciones dependen del cliente (si es un cliente habitual o buen cliente, si es “confiable”, etc.). Dicha premisa se basa en el entendimiento -para las plantineras- que hay muy pocos productores que cancelan la deuda en tiempo y forma; el resto paga si “*la verdura valió o si no les cayó piedra*”. Aún así, aseveran que es el mal menor, ya que “... *peor es perder clientes (y a veces el cliente y la deuda) por no financiar o no seguir financiando a clientes con deudas...*” (dueña de SN).

En cuanto al *speedling*, existe una única empresa proveedora de bandejas de plástico, suplantando a las de telgopor que, además de más onerosas, son de menor funcionalidad.

La bandeja “descartable” se usa entre dos y tres veces y tiene un precio de \$7, mientras que la reforzada (denominada *standard*) sale \$9 y tiene cuatro y hasta cinco usos. Por su volumen de compra, las plantineras grandes logran un precio de hasta \$1 menos por cada *speedling*. Existen siete modelos que se diferencian básicamente en el tamaño de las celdas y, por ende, en el número de celdas. Los *speedling* que se usan en la horticultura platense varían según el plantín a producir:

- ~Hoja: 288 ó 325 celdas
- ~Crucíferas: 200 celdas
- ~Solanáceas: 162 ó 200 celdas

Existe la tendencia a que las celdas sean cada vez más diminutas, logrando de esta manera disminuir costos, ya que ello posibilita más plantines por metro cuadrado y menos sustrato. El problema es que el consiguiente menor cepellón exige, no sólo un manejo más cuidadoso, sino también que las entregas sean estrictamente en las fechas

pautadas, lo mismo que la plantación. En este sentido, no sorprende que la lechuga se haga en bandejas con muchas celdas (325)^[10], permitiendo esta semilla barata asumir este mayor riesgo.

Contrapuesta situación ocurre con las solanáceas, donde se estilan bandejas con 200 y hasta 165 celdas. De esta manera, si bien hay menos plantines por bandeja, el mayor volumen de sustrato y consecuente tamaño de la raíz, otorga mayor margen para cometer errores y/o soporta más tiempo hasta el trasplante y/o hasta el siguiente riego, o resiste condiciones climáticas más extremas. Riesgo que se entendió necesario reducir para los plantines caros como los de solanáceas (precio que se desglosa y explica más adelante por el valor de las semillas y la necesidad de calefacción).

Una vez trasplantados los plantines, la bandeja no tiene utilidad para el productor, pero sí para las plantineras ya que pueden usarse más de una vez, solicitando éstas que las devuelvan. De esta circunstancia comenzaron a aprovecharse las plantineras pequeñas, que pagando \$1 o hasta \$2 se hacen de una bandeja que vale entre \$6 y \$9. Cuando una bandeja de lechuga se vende en promedio \$20, de los cuales \$7 son del *speedling*, reducir este último a \$1 permite una diferencia significativa, ya sea vendiendo más barato y/u obteniendo una mayor ganancia (mientras que -paralelamente- el costo se eleva en la plantinera que se ve privada de reutilizar las bandejas). Esta situación se reconoce posibilitada en el marco de una pérdida de fidelidad de los productores a los vendedores de insumos, según aseveran tanto desde las plantineras como las agronomías.

Con el objetivo de reducir la sustracción de las bandejas entre plantineras, se acordó hacer una marca con pintura a las mismas, teniendo cada plantinera un color. Esto funcionó sólo un tiempo, hasta que dejó de respetarse el color. En la actualidad se cobra una señal de entre \$2 y hasta \$5 (dependiendo de si son descartables o reforza-

[10] Sin embargo, surgió de las entrevistas la cuestión por la cual las bandejas de 325 celdas sólo estaban disponibles para las grandes plantineras, a pesar de poseer todos el mismo proveedor. Sucede que la matriz de 325 fue solventada por algunas de ellas, obligando a las demás a utilizar las bandejas de 288 celdas.

das) por las bandejas (lo que representa apenas un 30-55 % del valor a nuevo), logrando de esta manera reducir el contrabando de *speedling*^[11]. Se lograría una mayor eficiencia si se cobrara de seña el valor del *speedling* a nuevo. Sin embargo, además de señalar una intensa competencia en el mercado de las plantineras, se reconocen atomizados y principalmente poco o nada organizados. “Si todas las plantineras cobraran de seña lo mismo, se podría implementar. De lo contrario hay una competencia desleal, que si bien parece una pequeña diferencia financiera, en el momento de la venta influye” (técnica de IL).

La recuperación de bandejas ocurre cuando un productor se acerca a la plantinera en búsqueda de solicitar el reembolso de la seña, o bien al existir compras periódicas de plantines (cada 15 a 30 días) se van devolviendo cuando se reciben otras bandejas.

Otra variable importante en el costo de las plantineras es la mano de obra. Si bien parte del trabajo se encuentra mecanizado, el resto no está ni puede estarlo (por ejemplo, el repique), ya que para realizarlo se precisa mano de obra en cantidad y calidad. Las tareas que se llevan a cabo van desde la preparación del sustrato, llenado del *speedling*, siembra, riego, envío a la cámara de germinación y luego al invernadero hasta la etapa final. Se suele aplicar algún tipo de solución nutritiva, como así también agroquímicos (poco significativo económicamente hablando), además de tareas de control, monitoreo y eventual repique. Estos costos se diluyen a medida que aumenta la escala de producción. La contribución de la mano de obra en el precio de las

[11] Otra modalidad es la adoptada por ET que no cobra seña, pero sí vende más caro la bandeja.

bandejas va a estar relacionada -claro está- con el tiempo necesario para lograr un plantín en condiciones de trasplante, cuestión que depende tanto de la especie como de la época del año. Un detalle del mismo se puede ver en la Tabla 2.

Las semillas tienen un precio que varía en forma significativa según especies y aún variedades. Un ejemplo puede dilucidar esta cuestión. Mientras un paquete de mil semillas de tomate o pimiento asciende a no menos de \$1.400, la misma cantidad de simientes de brócoli esta en \$140, mientras que de lechuga ronda los \$0,5. Esto explica en gran parte los disímiles precios entre bandejas de diferentes plantines. La otra variable de importancia es -como se detalla a continuación- la calefacción.

La calefacción es un insumo substancial para la producción de solanáceas. Fundamentalmente se usa para evitar heladas y, si es posible, para lograr temperaturas por encima del cero vegetativo^[12]. Si el costo de la energía lo permite, se les brinda a los plantines una mayor temperatura buscando llegar a la óptima de cada variedad, logrando así no sólo acortar el proceso, sino además obtener una planta más vigorosa.

La calefacción por gasoil es problemática ya que los equipos fallan (se tapan, no prenden, etc.), y además es onerosa en relación al gas natural. Ilustra la situación el hecho relevado que lo que gasta una plantinera (IL) en calefacción con gasoil en un día, otra (ET) lo costea en un mes con gas. Esto limita la producción de plantines de solanáceas y obliga a dichas plantineras a concentrarse en hoja y crucíferas.

[12] El cero vegetativo es la temperatura por debajo de la cual la planta deja de crecer y desarrollarse.

Tabla 2. Número de plantines por bandeja, tiempo de producción del plantín, costo de la bandeja y en forma desagregada servicio de bandeja para tomate, pimiento, lechuga y brócoli

	Nº celdas/bandeja	Tiempo de producción	\$/bandeja	Servicio de bandeja
Tomate	162 - 200	30-60 días según verano-invierno	\$400-410 (Elpida)	\$50-70
Pimiento	200	75-90 días en invierno	\$490-530 (Almuden)	\$70-80
Brócoli	200	25-45 días según verano-invierno	\$48	-
Lechuga	288 - 325	20-35- días según verano-invierno	\$18 a 22	-

Fuente: elaboración personal con base en información suministrada por cinco plantineras de la región de La Plata y Florencio Varela, en el segundo semestre del 2014

De esta manera, si bien el costo de las bandejas que se muestran en la Tabla 2 se componen de los mismos elementos, estos poseen variaciones significativas que explican los diferentes precios finales de venta.

Para las bandejas de hoja, el insumo más caro es el *speedling*. Luego le sigue la mano de obra, el sustrato, los agroquímicos y por último la semilla.

En el caso de las crucíferas, incrementa su importancia el valor de la semilla y la mano de obra, dado el mayor tiempo necesario hasta la obtención del plantín en condiciones de trasplante.

Por último, las solanáceas muestran un precio muy superior, basado en el considerable costo de la semilla y la necesidad de calefacción, cuestión que los de hoja y crucíferas no precisan (con la excepción del apio, buscando con ello evitar la vernalización). Por ello, en orden de importancia económica, aparece primero la semilla, seguido por la calefacción, mano de obra y *speedling*, cerrando sustrato y agroquímicos. El mayor precio del pimiento por sobre el tomate se explica por el mayor tiempo de producción.

B) LA PLANTINERA HACIA AFUERA

Una plantinera planifica y lleva a cabo su producción en base a dos modalidades de venta: i) por encargo o pedido; y ii) por demanda o disponibilidad.

Mientras que en sus inicios trabajaban sólo *a pedido*, IL comenzó a disponer un stock para compras imprevistas, lo que reconocen les permitió crecer. El argumento era que el productor no siempre estaba bien organizado, y el mercado a veces induce a la necesidad de plantines al instante. Esa venta *a disponibilidad* en la actualidad se sesgó a los de hoja y crucíferas, exigiéndose el pedido con anticipación de bandejas de solanáceas. Justifica lo anterior que el productor que hace tomate o pimiento es -obligado por el costo de producción implícito en esos cultivos-, mucho más ordenado, por lo que no es necesario trabajar así con estas especies, que además implican una alta inversión para la plantinera. Más allá de este comportamiento, es habitual la planificación de bandejas excedentes para sola-

náceas en un rango que va entre el 10-20 % de lo que se encarga. Primero, por el temor a fallas que hagan que no se pueda cumplir con el pedido; y en segundo lugar, si esas bandejas no son necesarias para completar pedidos, pueden ser vendidas bajo la modalidad de *a disponibilidad*.

Las bandejas de solanáceas se encargan como mínimo una semana antes de la fecha de siembra. Las plantineras señalan que lo ideal sería que dejaran una señal equivalente al costo de la semilla, aunque rara vez lo consiguen. Por lo que terminan negociando un monto que ronda el 30-40 % de la bandeja, que finalmente garantiza que se retiren las mismas, y completen el pago.

Por su parte, el resto de los plantines (de hoja y crucíferas) se venden bajo la modalidad *a disponibilidad*. La excepción suele ser el apio, procurando el cliente con el pedido anticipado garantizarse una planta de calidad y, paralelamente, la posibilidad de trasplantar en forma escalonada (“Entonces se pide 30 bandeja para el 1º, 30 bandejas para el día 10 y otras 30 para el día 20” [productor NP]), que permita al productor una disponibilidad de oferta a lo largo del tiempo.

Estas dos modalidades de venta no implican la inexistencia de otras, o bien de combinaciones. Un ejemplo es el caso de una plantinera mediana (PW), la cual se destaca por su “servicio al cliente”. El productor llama por teléfono o radio y consulta por la disponibilidad para dentro de 15 días de determinados plantines de hoja o crucíferas. Si hay posibilidad, se anota el interés o la “reserva”. Dos días antes de la fecha insinuada la plantinera llama avisando que los plantines que se habían consultado (no pedido) se encuentran a disposición, otorgando prioridad por sobre el que viene a retirar en el día sin reservar. Entonces la venta no es por encargo, sino que existe un “pre-encargo”. El sistema sería piramidal, teniendo la máxima prioridad quien encargó, seguido de quien consultó con tiempo (reservó) y por último el que solicita bandejas en el día para retirar.

Las consultas y encargos de plantines por teléfono y principalmente por radio (Nextel) no sólo son posibles, sino que son usuales, asegurando que dicha modalidad de interacción re-

presenta entre el 80-90 % del total. Mucho más común es en el caso de compra de bandejas de hoja y crucíferas, no tan así con las solanáceas, en donde lo habitual es el contacto en el negocio. Sucede que debido a la inversión y riesgo que implican ese tipo de cultivos, el productor siente la necesidad de acercarse, dialogar y consultar en la plantinera^[13].

Esta ventaja de comercialización sin la necesidad de la presencia física (del comprador ni del producto) se complementa con el servicio de envío de las bandejas a las quintas.

Esta prestación también es común y sin costo. No hay descuentos si el productor decide ir a buscar los plantines, como tampoco se cobra un recargo si el cliente solicita que se lo lleven a la quinta. Tampoco se exige un número de bandejas mínimo para el envío, concretándose el mismo en el día o -a más tardar- a las 24 horas.

A pesar de esta facilidad, algunos productores aseguran que ir a la plantinera -aún para bandejas de hoja- es una ventaja ya que *“se puede elegir las bandejas que te vas a llevar. Si llamas por teléfono, te mandan las que van quedando, las que no se eligen, que no son malas, pero tampoco son las mejores... Significa que pueden faltar algunos plantines, o bandejas desaparejas, o pasadas o chicas”* (productor WI).

Por último, el pago se realiza contra entrega en quinta. Todo este sistema diluye el problema tanto de cercanía como de movilidad, dado que la consulta, concreción de la compra, envío de las bandejas y pago la pueda hacer el productor sin moverse de su quinta y a costo cero.

Suele ocurrir que llegado el momento de retirar las solanáceas encargadas, el productor no lo haga por diferentes motivos (*“se me llenó de agua el invernáculo”*, *“no conseguí bromuro”*, etc.). Ante esta situación, la plantinera puede amenazar con cobrar algún tipo de plus por el tiempo que persisten las bandejas, ocupando lugar y requiriendo cuidados (fumigación, riego, etc.). En otros casos, puede que se vendan esos plantines y que cuando el productor vaya a retirarlos, se encuentre con una tanda

de plantas más pequeñas o bien deba esperar un tiempo más hasta que se logren las nuevas bandejas. En una situación contrapuesta, el adelanto (por ejemplo, ante una ola de calor), retraso en el tiempo pautado o pérdida de las bandejas encargadas, es problema de la plantinera.

Finalmente, resulta pertinente describir una sub-modalidad de trabajo de las plantineras: el *servicio de plantín*. Se denomina así a la bandeja que se genera con semillas que el productor acercó, quedando el resto de los insumos y el trabajo, a cargo de la plantinera. Se fundamenta la práctica en el interés por parte de los productores de ajustar costos, buscando conseguir el insumo fundamental más barato de lo que ofrece la plantinera (la semilla en el caso de las solanáceas; en el resto de las hortalizas no tiene sentido por la poca significancia en el costo total de la bandeja). El productor puede llevar directamente las semillas que quiere se la transformen en bandejas a la plantinera. O bien durante la negociación del encargo, *“...le preguntas a qué precio consiguen tal variedad, pudiendo aceptar o decir que la conseguís más barato, la comprás y se la alcanzás...”* (productor NP).

Esta modalidad es aceptada con reparos por las plantineras medianas y chicas, siendo rechazada por las grandes. No sólo porque pretenden apropiarse -entienden que de forma legítima^[14]- de los beneficios que genera la venta de las semillas, sino porque aducen que es la única forma de garantizar la calidad y cantidad del plantín encargado. Al trabajar por lote, con trazabilidad, les posibilita identificar cada planta desde que se siembra hasta que se entrega al productor. Si llegara a haber problemas (y suele haberlos) afirman saber cómo y a quién recurrir, ya que la cantidad y calidad de plantas encargadas deben garantizarse, y de existir fallas corresponde responder la plantinera ante el productor. En ese sentido, el productor suele comprar las semillas con tiempo, y aducen desconocer el cómo y en dónde las guardan (*“muchos productores compran la*

[13] Como la excepción que confirma la regla, existen casos de productores que *“nos piden una hectárea de tomate y no les conocemos la cara”* (técnica de IL).

[14] *“Todo bien con las agronomías, pero el negocio de los plantines lo hago yo, por ende, el insumo principal [la semilla] lo debería vender yo”* (dueña de SN).

semilla y luego las dejan cuatro días en la guantera de la camioneta y luego te la llevan [...] o tienen semillas del año pasado” [técnico de JQ]). Por ello insisten en que la única manera en que garantizan las plantas acordadas es proveyendo ellos las semillas.

c) MOTIVOS DE ELECCIÓN DE UNA PLANTINERA

No solo que hay varias razones que explican la preferencia por tal o cual plantinera, sino que a su vez tienen diferente significancia entre los productores y aun según el tipo de plantín pretendido. Las variables consideradas más importantes por los productores son:

~*Precio*. Si bien son poco significativas, existen algunas diferencias de precio entre plantineras^[15]. Sucede que hoy día la mayoría de los productores posee radio, siendo una práctica muy extendida la de consultar precios a varias plantineras. Pero claro está, para pequeños productores, aun mínimas diferencias en el precio multiplicadas por el número de bandejas por compra y el número de compras por año^[16] hace de esta, una variable a considerar.

~*Disponibilidad*. Para un productor de hoja es muy importante -casi fundamental- la disponibilidad con que cuenta la plantinera, ya que la frecuencia de plantación puede ser semanal o quincenal durante gran parte de año. Por ejemplo, IL es reconocida y valorada como una plantinera que siempre tiene stock de plantines de hoja, y principalmente en verano, momento de mayor demanda. Además es consciente de ello, por cuanto sólo al cliente usual se le garantiza la provisión en los momentos de déficit; o bien la venta en esos pe-

[15] Es claro que no es lo mismo la diferencia de precio para una bandeja de hoja que para solanácea, siendo definitorio para esta última.

[16] Esto se fundamenta en el hecho de que los pequeños productores sesgan su producción a cultivos de hoja, el cual demanda más plantines por unidad de superficie (100.000 versus alrededor de 28.000 por hectárea para lechuga y tomate bajo invernáculo, respectivamente) y muchísimas más por unidad de superficie y por año que en el caso de las solanáceas (la lechuga puede tener unos seis ciclos por año, mientras que el tomate hasta dos. Esto hace que se demanden hasta 600.000 plantines de lechuga por hectárea y año, versus hasta 56.000 de tomate por hectárea y por año).

ríodos de faltantes generalizados conlleva un compromiso a que luego compren allí durante el resto del año. Esta cuestión se desarrolla más adelante en “concesiones”.

~*Confianza*. Un elemento valorado por los productores es el cumplimiento de lo acordado. Esto es, el respeto estricto de la fecha de entrega de las bandejas, que la variedad del plantín entregado sea la solicitada, que todas las celdas tengan su plantín y sólo uno por celda^[17]. Cuestiones que repercuten -sin duda- en la organización y eficiencia productiva de las quintas.

~*Calidad del plantín*. Un plantín de calidad es aquel “... con las condiciones de ser plantado, que tenga un alto porcentaje de prendimiento y pueda dar una producción satisfactoria” (Ferratto et al., 2010, p. 214). Es decir, un plantín de buen tamaño y rústico, con buena sanidad y cuya raíz se encuentre completa. Las diferencias y/o especializaciones relevadas hacen que algunos productores tengan plantineras para diferentes cultivos en función de la calidad requerida.

~*Concesiones*. Contrariamente a la estrategia de tener proveedores de plantines esporádicos y/o específicos para cada cultivo, otros consideran importante comprar siempre en la misma plantinera. Con ello se adquiere el informal rótulo de *cliente habitual*, y así logran una serie de concesiones, tales como disponibilidad en épocas de déficit, bandejas seleccionadas y financiamiento, entre otros.

~*Cercanía*. Si bien ha perdido importancia esta característica, no ha desaparecido como ventaja. Aún con el actual servicio que ofrecen las plantineras, que posibilita la consulta y compra por radio, envíos gratis y pago en quinta, la cercanía reduce los costos a las plantineras por fletes y favorece acercarse a los productores (quienes mayoritariamente carecen de vehículo), condición substancial para la compra de solanáceas o bien para elegir las bandejas a llevarse.

[17] A veces sucede que por falta de mano de obra las plantineras envían bandejas sin repicar, es decir, celdas con dos, tres, cuatro y hasta cinco plantines o bien sin plantín; en ningún caso se puede plantar eso.

D) INTERACCIÓN PLANTINERAS, SEMILLERAS, AGRONOMÍAS Y PRODUCTORES

Las plantineras, al igual que las agronomías, son además lugares de búsqueda de asesoramiento. Las recomendaciones solicitadas frecuentemente sobrepasan a las cuestiones específicas del plantín: las consultas incluyen formas de conducción del cultivo, fertilización, riego, etc. Esto ocurre en el marco donde el asesoramiento privado es limitado, mientras que el del Estado, si bien ha crecido en los últimos quince años, no alcanza a satisfacer -en cantidad y calidad- la demanda existente (Cieza, 2004; Seibane, 2013). Este servicio casi obligatorio implica la existencia de técnicos en las plantineras que deben capacitarse constantemente, llevándolo a cabo a través de las empresas de agroquímicos, semillas, plásticos, etc. Más específicamente, articulan (al igual que las agronomías) con las empresas de semillas en la difusión y hasta experimentación de los materiales.

Para la difusión de materiales, reciben asesoramiento y capacitaciones por parte de las semilleras para actuar no sólo como simples vendedores, sino también como promotores. La dispersión en el área productiva y el fluido contacto que tienen con los productores, los hace actores fundamentales para la difusión del modelo tecnológico actual y de nuevos materiales en particular, ya sea en forma directa (recomendando tal o cual variedad) como indirecta. En este último caso, las plantineras (y agronomías) publicitan eventos y charlas organizadas por las empresas de semillas, ya sea en unidades demostrativas propias^[18] como en quintas de productores. La realización de estas jornadas en quintas de productores “referentes” se reconocen como más efectivas no sólo por llevarse a cabo en establecimientos productivos reales y con manejos que no necesariamente apuntan a la exposición del material. Sucede que el material a mostrar no suele superar los tres o cuatro lomos, existiendo en el resto del invernáculo

[18] Por caso, Seminis posee en la localidad de Arana (partido de La Plata) una Unidad Demostrativa Hortícola en donde cultiva sus materiales y realiza jornadas para técnicos y productores.

otro material, lo que posibilita una comparación directa y “a la vista”.

Las plantineras cumplen entonces un rol en este juego de pinzas que ejecutan las empresas de semillas, que incluye a las agronomías y a un grupo de productores “referentes”. Claro está que éstas reconocen el límite de este proceder, al aseverar que se puede estar más o menos convencido de las bondades del producto, y lo pueden recomendar más que otro. Pero finalmente, el éxito del productor es también un objetivo que ellos -lógicamente- comparten.

Otra modalidad de inserción o articulación de las plantineras en el sistema hortícola platense es a través del involucramiento en la experimentación comercial de los nuevos materiales. Una vez que está la semilla comercial, las empresas trabajan de dos maneras con las plantineras. Primero haciendo las tandas, a costo de las semilleras, para después distribuir gratuitamente pequeñas cantidades de bandejas a distintos productores, con el doble objetivo que lo vayan probando y la semillera evalúe su comportamiento a “campo real”. Un protagonismo mayor asumen cuando se realizan acuerdos escritos entre una semillera y plantinera (o agronomía). El mismo consiste en el otorgamiento de la exclusividad de venta de un determinado material -generalmente no masivo- a cambio que la plantinera se ocupe activamente de ajustarlo y difundirlo en determinada zona. Para esto, los técnicos de las plantineras deben trabajar en experimentación y probar manejos, fertilización, etc. Un ejemplo de este tipo de articulación es el de Semillas Emilio, quien tiene la exclusividad de un tomate de Syngenta que funciona exitosamente para Mar del Plata y en cultivos tardíos para La Plata, que es el TL42524. “*Si vos quieres ese tomate, se lo tenes que comprar a ellos*” (técnico de JQ).

Algunas plantineras rechazan trabajar en este último nicho, argumentando que difícilmente se respeta la exclusividad acordada, mientras que la exigencia de venta de semillas es significativa. Por otro lado, la exclusividad hace que las plantineras y aun las agronomías que no posean dicho privilegio hablen mal del material en cuestión; “...*por ende, todos hablarían mal de esa variedad*” (dueño de IL).

REFLEXIONES FINALES

El presente trabajo describe y analiza los inicios, evolución y rol que asumen las plantineras en el marco de lo que se interpreta como el aglomerado hortícola platense.

Las plantineras pueden determinarse como una externalidad positiva que deriva de estos tipos de aglomerados, y son parte causal -y también consecuencia- de la competitividad que posee el sector. Su origen, dinámica y rol puede desglosarse de la siguiente manera:

~*Irrupción de las plantineras.* La aglomeración económica posibilita y estimula la irrupción y desarrollo de las plantineras, proveedores especializados que ofrecen un servicio o insumo más accesible, a menor costo y riesgo, con calidad y ofreciendo flexibilidad, lo que no sólo encuentra viabilidad, sino que además potencia el área.

~*Innovación constante.* Paralelamente, el aglomerado económico favorece la innovación y el aprendizaje que posibilita la observación y comparación de las diferentes trayectorias y resultados de cada empresa allí ubicada. En el caso de La Plata, ya sea mediante un proceso consciente o subconsciente de selección e imitación de las prácticas “exitosas”, la innovación y discusión consecuente pasó del autoabastecimiento de semillas para siembra directa, a realizar almacigueras en tierra, para finalmente evaluar (y adoptar) la compra de los plantines.

~*Especialización de los productores.* La especialización y concentración en sus competencias esenciales que exige el aglomerado económico a empresas pertenecientes a diferentes eslabones de la cadena de valor, aumenta su capacidad innovadora (Maskell, 2001). En el caso del eslabón de la producción hortícola platense, la especialización resultante no sólo se limita a los tipos de cultivo, pasando de producir más de diez especies (Vigliola, 2007) a concentrarse en dos o tres, existiendo los tomateros, pimenteros, lechugeros, etc. (Viteri et al., 2013). También dicha especialización

repercutió en el acortamiento o limitación del número de etapas que se asume en las quintas de La Plata. Hoy día el productor inicia su tarea con el trasplante de un plantín y lo finaliza con el empaque (ya que vende “en quinta” mayoritariamente), recortando no sólo las etapas de cosecha de semillas, siembra y generación del plantín, sino también la de la venta en mercados. Por lo que la especialización en “producir” (en forma estricta) ocurre en los cultivos y aún en las etapas de producción.

~*Especialización de las plantineras.* Algo similar sucede en el (ya no tan) nuevo eslabón o proveedor de insumos externos: la plantinera. La fuerte competencia en la horticultura de La Plata estimula la subdivisión de las actividades del proceso productivo, especializándose y logrando así una mayor eficiencia tanto individual como en forma agregada. Las plantineras se especializan, buscando adaptarse a las necesidades y posibilidades de los diferentes tipos de productores y sus particulares necesidades, incrementando aún más su aptitud y capacidad.

~*Articulación.* Por último, estos nuevos proveedores se insertan en un complejo entramado articulando con otros proveedores (semilleras, agronomías), actores (productores en general, referentes en particular), otorgando y proveyendo una mayor fortaleza y eficiencia, potenciando así al aglomerado.

De esta manera, el artículo posibilita y contribuye a una mejor interpretación de la dinámica del sector, apoyándose en el enfoque de las economías de aglomeración, y demostrando que las plantineras pueden caracterizarse como un elemento más que se comporta como causa y consecuencia del incremento de la competitividad del aglomerado hortícola platense. Dinámica que armoniza con la apreciación de Pérez en cuanto a que la concentración y especialización rural existente en América Latina “se acentúa en función de la existencia de ventajas competitivas, y se acrecienta la dependencia de la actividad agrícola de las empresas industriales y de distribución” (Pérez, 2001, p. 22).

BIBLIOGRAFÍA

- CIEZA, R. (2004). Asesoramiento profesional y manejo de nuevas tecnologías en unidades de producción hortícolas del Gran La Plata, Argentina. *Scientia Agraria*, 5 (1-2), 79-85.
- EISENHARDT, K. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550.
- FERRATTO, J. Y RODRÍGUEZ FAZZONE, M. (EDS.) (2010). *Buenas Prácticas Agrícolas para la Agricultura Familiar. Cadena de las principales hortalizas de hojas verdes en Argentina*. Buenos Aires: FAO.
- FUJITA, M. Y THISSE, J. F. (2002). *Economics of Agglomeration, Cities, Industrial Location, and Regional Growth*. Cambridge: University Press.
- FUJITA, M. Y KRUGMAN, P. (2004). The New Economic Geography: Past, Present and the Future. *Papers in Regional Science*, 83 (1), 139-164.
- GARCÍA, M. (2010). Inicios, consolidación y diferenciación de la horticultura platense. En A. Svetlitz de Nemirovsky (Coord.) (2010). *Globalización y agricultura periurbana en la Argentina. Escenarios, recorridos y problemas* (pp. 73-89). Ciudad de Buenos Aires: FLACSO.
- GARCÍA, M. (2011). Proceso de acumulación de capital en campesinos. El caso de los horticultores bolivianos de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8 (66), 47-70.
- GARCÍA, M. Y KEBAT, C. (2008). Transformaciones en la horticultura platense. Una mirada a través de los censos. *Realidad Económica*, (237), 110-134.
- LE GALL, J. Y GARCÍA, M. (2010). Reestructuraciones de las periferias hortícolas de Buenos Aires y modelos espaciales ¿Un archipiélago verde? *EchoGéo*, (11), 1-15.
- MASKELL, P. (2001). Growth and the territorial configuration of economic activity. En *DRUID Conference 2001*, (pp. 1-24).
- NAVARRO ARANCEGUI, M. (2003). Análisis y políticas de clusters: teoría y realidad. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 53, 14-49.
- PEDREÑO, A. Y QUARANTA, G. (2002). Trabajo y sociedad en los campos de la globalización agroalimentaria. *Areas*, (22), 8-27.
- PÉREZ, E. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. En N. Giarracca (Comp.) *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* (pp. 17-29). Buenos Aires: CLACSO.
- PINEDA, C. (2014). Renovación del invernadero en la producción familiar de hortalizas de hoja. Importancia en los resultados financieros y económicos. *Boletín Hortícola*, 18 (52), 5-7.
- SCHETMAN, A. Y BERDEGUÉ, J. (2004). Desarrollo territorial rural. *Debates y Temas Rurales*, (1), 1-54.
- SEIBANE, C. (2013). *Estrategias de intervención públicas para el desarrollo territorial en el Cinturón Hortícola Platense* (177 p.). Tesis de Maestría, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).
- VIGLIOLA, M. (2007). *Manual de Horticultura*. Buenos Aires: Hemisferio.
- VITERI, M. L.; GHEZÁN, G. E IGLESIAS, D. (2013). *Tomate y Lechuga: Producción, comercialización y consumo en la Argentina*. INTA.
- WAISMAN, M. A. (2011). Superando dualismos: trayectorias socio-productivas en el abordaje de las transformaciones en la estructura social hortícola platense. *Mundo Agrario*, 12 (23), 1-39.
- Yin, R. (1989). *Case study research: Design and methods*. London: Sage.

Matías García es Ingeniero Agrónomo (UNLP), Magister en Estudios Sociales Agrarios (FLACSO) y Doctor en Agronomía (UNLP). Investigador Asistente del CONICET, Profesor Adjunto de la Universidad Nacional Arturo Jauretche y Jefe de Trabajos Prácticos en la Universidad Nacional de La Plata. Se especializa en cuestiones de desarrollo rural en general, y de las dinámicas socioproductivas del sector hortícola platense. Participa en equipos de investigación y de extensión de la FAUBA, Humanidades y Agronomía (UNLP), Instituto de Ingeniería y Agronomía (UNAJ). Ha dirigido y codirigido tesis de grado y de postgrado (de maestría y doctorales). Ha sido autor de libros, y numerosas publicaciones en revistas, Congresos y Seminarios a nivel nacional e internacional.