

# COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL PARTIDO DE SAAVEDRA (BUENOS AIRES)

M.C. SALDUNGARAY; V.P. CONTI; P. CHIMENO; A.O. GARGANO y M.A. ADURIZ<sup>1</sup>

Recibido: 29/04/03

Aceptado: 09/10/03

## RESUMEN

El objetivo fue identificar en el partido de Saavedra (Buenos Aires) los principales abastecedores de insumos y agentes de venta de granos y caracterizar la capacidad de almacenamiento a campo (CAP). Se obtuvo información de una encuesta agropecuaria del ciclo 1998-1999 realizada a una muestra representativa de productores, en seis áreas edáficas homogéneas (AEH). Los abastecedores de insumos fueron: 60% comerciantes (COM) y 40% cooperativas (COOP). Las empresas de comercialización fueron: COOP, COM, acopiadores-exportadores (AC-EXP) y otros (OTROS). En cosecha fina se utilizaron 38,5%; 34,7%; 20,9% y 6,0%, respectivamente. No hubo tendencia entre tamaño de los predios y volumen comercializado y la mayoría utilizó más de un agente. En las AEH 1A y 3 prevalecieron COOP, en 2 y 5 COM, y en 1B y 4 AC-EXP junto a COM. Los conglomerados más agrícolas fueron los que vendieron mayor volumen a los AC-EXP, compitiendo con COOP y COM locales. En cosecha gruesa la importancia de los distintos agentes fue similar. El 22,5% vendió todo a cosecha y sólo el 2,6% utilizó el mercado de futuros y opciones. El 79% de los productores posee CAP. Se concluye que el desarrollo de adecuadas infraestructuras de servicios y el fomento de nuevas formas organizacionales entre los distintos agentes que conforman la cadena comercial aumentarán la eficiencia de la comercialización.

**Palabras clave.** Caracterización, comercialización agrícola, capacidad de almacenamiento a campo.

## CROPS COMMERCIALIZATION IN SAAVEDRA COUNTY (BUENOS AIRES)

### SUMMARY

The objective was to identify in Saavedra County (Buenos Aires, Argentina) the main agricultural suppliers, crop purchasers and to characterize storage capacity (CAP). The information was obtained from a farming survey of 1998-1999 productive cycle. This was done on a representative sample of farmers, in six edaphic homogeneous areas (AEH). Crop purchasers were: 60% traders (COM) and 40% cooperatives (COOP). Commerciality firms were: COOP, COM, collectors-exporters (AC-EXP) and others (OTROS). Winter crops used them in 38.5%, 34.7%, 20.9 and 6.0%, respectively. No given tendency was found between the size of farms and the commercialized volume, and most of the farms used more than one agent. COOP prevailed in AEH 1A and 3, in 2 and 5 COM, and in 1B and 4 both AC-EXP and COM. The most agricultural cluster, sold more volume to AC-EXP, competing with local COOP and COM. In summer crops the importance of different agents was similar. The 22.5% sold all the crops at the time of harvest and only the 2.6% utilized future and options market. The 79% of farmers have CAP. Development of adequate service infrastructure and promotion of new organizational forms between different agents of commercial chain, would increase commercialization efficiency.

**Key words.** Characterization, crop commercialization, storage capacity.

---

<sup>1</sup>Departamento de Agronomía. Universidad Nacional del Sur. (8000) Bahía Blanca

## INTRODUCCIÓN

En la década del '90 se han producido en la Argentina profundas transformaciones macroeconómicas como consecuencia del proceso de globalización, la desregulación de los mercados y la apertura económica. A todo esto, se sumaron nuevos modelos de demanda originados en cambios significativos producidos en las preferencias de los consumidores (Webster, 1996) reclamando mayor calidad y seguridad de los productos que consumen, exigiendo mayor sustentabilidad a nivel ecológico (Martins, 1998), como así también disponer de ellos en el momento que los requieran.

Estos fenómenos impactaron fuertemente en el sector agropecuario modificando sustancialmente el escenario en que se desenvuelven las empresas que lo integran. Estas se ven obligadas a recrear y actualizar las formas organizacionales a fin de lograr una articulación eficiente entre el sector primario, el procesamiento industrial y la comercialización, con el objetivo de alcanzar una producción competitiva a nivel nacional e internacional. El proceso de apertura favoreció la incorporación tecnológica, de la cual los productores no estuvieron exentos (Estefanell *et al.*, 1997). La actividad agrícola se vio particularmente favorecida pues a través del cambio tecnológico se lograron, en general, aumentos no sólo en los niveles de producción sino también en la productividad, contrarrestando la tendencia decreciente que mostraban los precios de los granos. Esta mejora en la eficiencia del proceso de producción, incentivó a los productores a buscar mayor eficiencia en la comercialización (Obschatko y Estefanell, 2000). Según Obschatko (1994), cuando se disolvió la Junta Nacional de Granos, que cumplía una función de cobertura de riesgos a través del precio sostén, se fueron adoptando o reactivando algunas estrategias como los mercados de futuros y opciones en dólares y, además, se dispuso de un mayor acceso a créditos en el sector (Estefanell *et al.*, 1997). Por otro lado, tanto los productores como los distintos agentes que integran la cadena comercial se concientizaron de su relevante participación en la misma (Martins, 1998) y que para lograr competitividad a nivel de producto final, cada etapa debe ser eficiente (Estefanell *et al.*, 1997). Para ello, es necesario alcanzar una adecuada articulación entre los distintos agentes por los que va pasando el producto, desde el abastecimiento de insumos hasta llegar al consumidor final (Champredonde y Ercoli, 1998), y una mayor dinámica en cuanto a innovaciones tecnológicas en transporte, almacenaje, acondicionamiento y procesamiento (Green *et al.*, 1992).

Las nuevas estrategias de comercialización adquirieron una creciente importancia. Son relevantes desde el momento en que el productor toma la decisión de producir para vender (Caldentey, 1979) y fundamentales para que tenga éxito en su empresa (Trigo *et al.*, 1975). Estas fueron plasmadas en distintos canales de comercialización -cada uno de los cuales presenta una particular estructura de costos con una serie de ventajas y desventajas (Coscia, 1978)- que el productor puede elegir para tratar de mejorar la rentabilidad de su empresa.

En este sentido, en el contexto mencionado, se plantea como hipótesis que los productores del partido de Saavedra están comenzando a experimentar estos cambios y que los mismos se reflejan en las estrategias y sistemas de comercialización adoptados. El presente estudio complementa trabajos anteriores realizados en el Partido sobre caracterización agropecuaria (Gargano *et al.*, 2001; 2002a) y pretende analizar los principales aspectos vinculados a la comercialización de los principales productos agrícolas.

En función de lo anteriormente explicitado, se plantearon los siguientes objetivos:

1. Identificar los principales agentes abastecedores de insumos utilizados para la producción agrícola y las formas de pago más adoptadas.
2. Realizar una tipología de las empresas de comercialización e identificar los agentes más elegidos.
3. Analizar algunos aspectos importantes del proceso de comercialización, como los plazos de pago y el transporte de granos y sus limitantes.
4. Caracterizar la capacidad de almacenamiento de granos a campo.

En un trabajo posterior se analizarán la comercialización ganadera y, en forma complementaria, las asociaciones de productores. Esta última es una de las estrategias de integración horizontal más utilizada para la producción y la comercialización agropecuaria (Obschatko, 1994).

## MATERIALES Y MÉTODOS

En un trabajo previo se realizó una encuesta a los productores agropecuarios del partido de Saavedra

(Buenos Aires) sobre las actividades agrícolas y ganaderas del ciclo productivo 1998-1999 y se determinaron los agrosistemas predominantes (Gargano *et al.*, 2001) e índices físicos agrícolas y ganaderos (Gargano *et al.*, 2002 a; b). El análisis se hizo sobre una muestra representativa de los predios (20.8% del universo) en las seis áreas edáficas homogéneas (AEH) que tiene el Partido.

Para el presente trabajo la información utilizada a partir de la mencionada encuesta fue la siguiente: abastecedores de los insumos utilizados y formas o plazos de pago más habituales, lugares de venta de los productos, modalidades de cobro más frecuentes, utilización del mercado de futuros y opciones, transporte de granos, capacidad total y porcentaje de utilización del almacenaje propio, y requerimiento de este servicio a los acopiadores.

La información anteriormente detallada se ordenó según AEH, estratos por superficie y conglomerados (productores agrupados por sistemas productivos similares), a fin de efectuar un análisis comparativo cuantitativo y cualitativo. Los estratos por superficie (ha) fueron distintos según AEH: 1A y 1B: 100-200, 201-400, 401-800, 801-2000; AEH 2: 100-300, 301-600, 601-1000, 1001-2000; AEH 3: 100-200, 201-400, 401-1000; AEH 4: 100-400, 401-800 y AEH 5: 100-900, 901-1600. Los conglomerados fueron: cuatro para las AEH 1A, 1B y 2; tres para el AEH 4 y dos para las AEH 3 y 5 (Gargano *et al.*, 2001).

Las distintas empresas de comercialización se identificaron en función de la localidad en la cual se encuentran ubicadas sin hacer mención del nombre de la firma. En los casos en que existía más de un agente en el mismo lugar, dentro de un mismo tipo de empresa, se les asignó a cada uno de ellos un número y una letra identificatoria.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Abastecimiento de insumos agrícolas

Los insumos fueron provistos por cooperativas (COOP) y comerciantes (COM). Como puede observarse en la Figura 1, en el AEH 1A fue donde más se utilizaron las COOP para adquirir los insumos agrícolas, con el 61% de los casos relevados. Las AEH 3 y 4 requirieron en forma equitativa a las COOP y los COM mientras que en las restantes se prefirieron más a estos últimos. Los promedios del Partido para COOP y COM fueron 40 y 60%, respectivamente. Estos dos tipos de abastecedores de insumos fueron casi siempre de localidades cercanas a los establecimientos y ello sería atribuible a la relación de confianza y a la posibilidad de acceder, a través de ellos, a planes de pago acordes a sus necesidades.

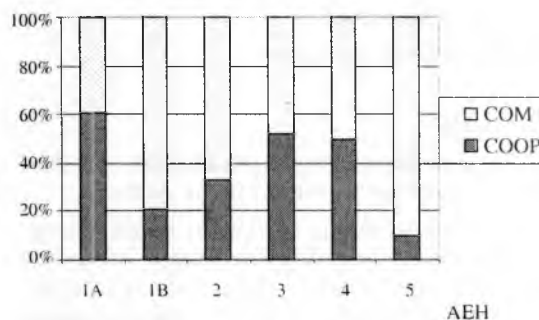


FIGURA 1. Proporción de cada tipo de abastecedor de insumos en cada área edáfica homogénea (AEH).

Por otro lado, se analizaron las formas o plazos de pago más habituales (Cuadro N° 1). A excepción de las AEH 1B y 5, predominó el pago diferido después de la cosecha, ya sea en efectivo o mediante entrega de granos (plan canje), siendo esta última forma de pago la más relevante. En el AEH 1B la mitad de los productores abonaron sus insumos en forma diferida pero antes de la cosecha. En el AEH 5 predominó también esta modalidad, no observándose pagos a cosecha. Cabe aclarar que en esta última área se presentó una situación muy particular, ya que el 60% de los productores tienen vinculación con un COM (uno es el dueño y el resto son familiares) y no aportaron datos completos.

CUADRO N° 1. Formas de pago de los insumos agrícolas (% de predios).

AEH	contado (\$) (0 - 7 días)	Diferido		
		Antes de cosecha (\$)	Después de cosecha	
			(\$)	(granos)
1A	19	33	22	26
1B	18	50	11	21
2	24	5	28	43
3	5	40	25	30
4	6	31	25	38
5	25	75	-	-
Promedio	16	34	21	29

## Identificación de los tipos de empresas de comercialización

Se diferenciaron cuatro:

### COOP

En general estas firmas realizan el acopio de asesoramiento agronómico a sus asociados.

Se registraron las siguientes: Pigüé, con sucursales en las localidades de Dufaur y Saavedra (Pigüé, Pigüé-Dufaur y Pigüé-Saavedra); Puán, con sucursal en Goyena (Puán y Puán-Goyena); Tornquist y Felipe Solá.

### COM

Son firmas acopiadoras o consignatarias locales. No necesariamente acopian sino que son los intermediarios en la venta de granos. Se identificaron firmas pertenecientes a: Pigüé, Goyena, Saavedra, Tornquist, Bahía Blanca, Arroyo Corto, 17 de Agosto, Puán y Dufaur.

### Acopiadores-exportadores (AC-EXP)

Son firmas que comercializan grandes volúmenes para exportar. Algunos COM pueden estar incluidos también en este tipo de empresas dado que para determinados productores actuaron como agentes exportadores.

Se registraron, principalmente, agentes de Pigüé y grandes firmas o agroindustrias radicadas en Bahía Blanca.

### Otros (OTROS)

En esta categoría se incluyeron agentes que resultaron poco relevantes, tales como corredores de cereales, molinos, agroindustrias y comercios menores o arreglos particulares.

### Comercialización de la cosecha fina

Los tres tipos de empresas o firmas de comercialización más usados en el partido de Saavedra son las COOP, los COM y los AC-EXP que captaron el 38,5%, el 34,7% y el 20,9% del volumen producido, respectivamente. El resto se vendió a otros agentes menos relevantes o bien no fue comercializado.

Se analizaron los estratos por superficie, los conglomerados y se identificaron los agentes de comercialización más utilizados.

En el Cuadro N° 2 se observa en primera instancia que, en general, no hubo tendencias definidas entre el tamaño de los predios y volumen comercializado y que la mayoría de los productores no utiliza exclusivamente a un solo agente de comercialización.

Las ventas a las COOP predominaron en 1A y 3 y en el resto de las AEH prevalecieron las ventas a los COM. Sin embargo, como se mencionó, en el total del Partido fue mayor la proporción de ventas a las COOP, probablemente debido a que la producción total del AEH 1A fue mayor.

En el AEH 1A el 79% de las empresas eligieron la comercialización con COOP, destacándose en cuanto al volumen comercializado los tres primeros estratos, lo cual indicaría, al menos para este AEH, que es la alternativa más conveniente en el caso de las empresas de menor tamaño. Este predominio de las COOP no sólo responde a la ubicación próxima de las mismas a los predios sino que, además, podría deberse también a una fuerte tradición cooperativista de los descendientes de franceses establecidos en la zona de Pigüé (*Fondation, Developpment et vie de la colonie aveyronnaise de Pigüé-Argentine*, 1993; Sarramone, 1994). En el estrato más grande prevalecieron los AC-EXP ocupando el segundo lugar en importancia en el AEH en cuanto al volumen captado, aunque son muy pocos los productores que los eligen, por lo anteriormente mencionado. El AEH 3 fue la que ofreció el mayor porcentaje de su producción a las COOP, por las mismas raíces cooperativistas que en el AEH 1A pero, en este caso, dado por el establecimiento de la colectividad española mallorquí en la localidad de Goyena. Del volumen total producido, las COOP y los COM recibieron el 95,3%.

Los COM con mayores porcentajes -aunque con valores similares- son los de las AEH 2 y 5, si bien cuando se analiza a nivel de estratos no se mantiene este predominio en todos ellos. Tal es el caso de los estratos 2 del AEH 2 y 1 del AEH 5 en donde alrededor del 40% de la producción se vende a las COOP. En el AEH 1B los COM y los AC-EXP prevalecieron con similar importancia. En esta AEH fue donde más se destacaron los AC-EXP. Estos también tuvieron una participación relevante, aunque menos marcada en las AEH 4 y 1A. En general, se observa que los estratos más grandes fueron los que más comercializaron con los AC-EXP, posiblemente debido a que estos últimos son demandantes de grandes volúmenes. En el AEH 4 hubo un ligero predominio de los COM sobre las COOP y

CUADRO N° 2. Distribución de la venta de la cosecha fina (%) a las empresas de comercialización en cada estrato y área edáfica homogénea (AEH).

AEH	ESTRATO	n	Tipos de empresas de comercialización							
			Cooperativas		Comerciantes		Acopiadores-exportadores		Otros	
			%	n	%	n	%	n	%	n
1A	1	6	71,1	4	28,9	2	0,0	0	0,0	0
	2	7	76,7	6	23,3	4	0,0	0	0,0	0
	3	8	61,8	7	20,7	3	0,0	0	17,5	2
	4	7	37,4	5	9,9	3	52,0	2	0,7	1
prom. pond.			<b>50,9</b>		<b>15,6</b>		<b>27,6</b>		<b>5,8</b>	
1B	1	6	32,1	2	67,9	5	0,0	0	0,0	0
	2	10	22,2	3	69,0	7	0,0	0	8,8	2
	3	10	17,7	3	73,0	6	5,8	1	0,0	0
	4	12	27,1	4	18,3	5	54,6	7	0,0	0
prom. pond.			<b>24,7</b>		<b>36,8</b>		<b>36,7</b>		<b>1,1</b>	
2	1	13	6,1	1	62,9	7	26,9	2	0,0	0
	2	8	38,2	4	23,7	3	9,4	1	28,7	2
	3	5	0,0	0	68,6	4	31,4	2	0,0	0
	4	5	42,0	3	47,3	3	0,0	0	10,7	2
prom. pond.			<b>28,9</b>		<b>47,4</b>		<b>11,4</b>		<b>11,9</b>	
3	1	5	54,9	3	45,1	2	0,0	0	0,0	0
	2	6	26,4	1	64,4	3	9,3	1	0,0	0
	3	12	57,7	7	37,7	6	1,5	1	2,3	1
prom. pond.			<b>55,5</b>		<b>39,8</b>		<b>1,9</b>		<b>2,1</b>	
4	1	11	73,1	7	18,0	3	5,2	1	3,6	1
	2	9	19,2	6	43,1	3	37,7	3	0,0	0
prom. pond.			<b>32,8</b>		<b>36,8</b>		<b>29,6</b>		<b>0,9</b>	
5	1	4	43,3	2	10,7	1	0,0	0	46,1	1
	2	7	24,8	3	65,4	4	7,0	1	2,9	1
prom. pond.			<b>31,1</b>		<b>46,7</b>		<b>4,6</b>		<b>17,6</b>	

(1) Las superficies (ha) fueron: AEH 1A y 1B: 100-200, 201-400, 401-800, 801-2000; AEH 2: 100-300, 301-600, 601-1000, 1001-2000; AEH 3: 100-200, 201-400, 401-1000; AEH 4: 100-400, 401-800 y AEH 5: 100-900, 901-1600.

(2) Cantidad de predios.

ambos no difirieron mucho de los AC-EXP. Esta similitud entre los dos primeros se atribuye a que en los estratos más chicos se comercializó la mayor parte de la producción con las COOP mientras que en los estratos más grandes casi el 80% fue captado conjuntamente por los COM y los AC-EXP.

En general, los conglomerados comercializaron la cosecha fina con diferentes agentes (Cuadro N° 3), en coincidencia con los estratos. Las COOP sobresalieron especialmente en el grupo IV del AEH 1A y el I del AEH 3. Los COM se destacaron sólo en las AEH 1B y 2 con el 64% y 53% de las empresas, respectivamente y, en ambos casos, con volúmenes importantes aportados por sus respectivos

grupos III en los cuales predominó la producción de cosecha fina sobre la gruesa (Gargano *et al.*, 2001).

Los AC-EXP son importantes por el volumen que comercializaron en los grupos I y III del AEH 1A y I y II de 1B. En general, son conglomerados agrícolas o mixtos que además poseen los mayores porcentajes de cosecha gruesa a nivel Partido (Gargano *et al.*, 2001). Los grupos III del AEH 4 y II del AEH 5 comercializaron con los AC-EXP un importante volumen de cosecha fina, si bien son más ganaderos y realizan menos cosecha gruesa. No obstante, se sabe, que los AC-EXP demandan principalmente oleaginosas por la importancia que éstas han adqui-

CUADRO N° 3. Distribución de la venta de la cosecha fina (%) a las empresas de comercialización en cada conglomerado y área edáfica homogénea (AEH).

AEH	Conglomerado	n (1)	Tipo de empresas de comercialización							
			Cooperativas		Comerciantes		Acopiadores-exportadores		Otros	
			%	n	%	n	%	n	%	n
1A	I	4	53,4	4	0,0	0	42,9	1	3,6	1
	II	6	63,4	5	18,3	3	0,0	0	18,3	1
	III	8	30,1	5	22,6	6	46,3	1	1,1	1
	IV	7	99,2	6	0,8	1	0,0	0	3,6	0
1B	I	4	0,0	0	16,5	3	83,5	1	0,0	0
	II	13	35,9	5	18,1	7	43,6	4	2,5	2
	III	11	18,7	4	81,3	9	0,0	0	0,0	0
	IV	8	20,5	2	52,1	4	21,5	1	0,0	0
2	I	4	41,6	3	49,3	2	0,0	0	9,1	1
	II	8	27,5	3	32,0	3	27,8	3	12,6	1
	III	13	14,6	2	73,1	10	12,3	2	0,0	0
	IV	5	0,0	0	42,0	1	0,0	0	42,0	1
3	I	10	86,3	7	8,8	4	0,0	0	3,7	1
	II	8	10,3	2	88,1	6	1,6	1	0,0	0
4	I	4	30,8	2	47,7	2	21,4	1	0,0	0
	II	4	64,6	4	26,2	2	9,3	1	0,0	0
	III	7	22,7	3	25,1	3	49,5	2	2,6	1
	IV	4	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
5	I	6	27,9	2	6,5	3	0,0	0	3,6	1
	II	3	55,6	1	0,0	0	44,4	1	0,0	0

(1) Cantidad de predios

rido en los últimos años (CREA, 1998). Por otra parte, estos exportadores están impulsando cambios porque están logrando captar productores acercándose a las zonas de producción compitiendo con acopiadores y cooperativas locales, algunos de los cuales quizás aún no han podido adaptarse o modernizarse ante este nuevo escenario.

El análisis de los distintos agentes de comercialización del Cuadro N° 4 - que se complementó con los volúmenes de comercialización del Cuadro N° 2 - se presenta a continuación por AEH:

**AEH 1A:** Todos los productores que optaron en esta área por las COOP eligieron la 1c de Pigüé y dentro de los COM hubo preferencias por el 2a también de la misma localidad. Esto demuestra la ventaja y la fuerte influencia que puede tener un agente localizado en una ciudad importante y cercana a los establecimientos. Tanto AC-EXP como OTROS fueron poco elegidos a pesar de que, como se indicó, los primeros ocuparon el segundo lugar en cuanto al volumen comercializado en el AEH (Cuadro N° 2).

**AEH 1B:** Dentro de los COM los más elegidos fueron 2c de Pigüé y 2g de Saavedra. Al igual que en el AEH 1A, 1c de Pigüé fue la COOP más requerida. Los AC-EXP, que junto con OTROS fueron poco elegidos, lograron mayor relevancia que en el AEH 1A en cuanto a cantidad y volumen comercializado.

**AEH 2:** Dentro de los COM las preferencias estuvieron concentradas entre 2c de Pigüé y 2g de Saavedra. La COOP más elegida, al igual que en 1A y 1B, fue la 1c de Pigüé.

**AEH 3:** Dentro de las COOP es notable la predominancia de 1a de Puán, probablemente por la cercanía de la misma a los predios. El principal COM adoptado fue 2c de Pigüé. Sólo se utilizaron dos AC-EXP de Pigüé pero, como ya se analizó, con escasa relevancia en cuanto a volumen.

**AEH 4:** Las COOP que predominaron dentro de las elegidas fueron 1a de Puán y 1f de Felipe Solá. El principal COM al igual que en las AEH 1B, 2 y 3 fue 2c de Pigüé. Como AC-EXP se destacó 3m de 17 de Agosto y le siguieron en importancia 3b y 3d de Pigüé y 3l de Puán. Cabe recordar la importancia de estos tres últimos, ya que sumados comercializaron el 30% del volumen ofrecido para la venta del AEH, en el que participaron los predios de mayor superficie.

**AEH 5:** El 60% de los productores que eligieron a las COOP optaron por la 1c de Pigüé. El COM más

importante fue 2l de Tornquist, seguido por tres firmas de Pigüé. En OTROS se destacaron una agroindustria y un corredor de Bahía Blanca reuniendo casi el 20% del volumen comercializado del AEH.

En síntesis, la única COOP perteneciente al partido de Saavedra que es la de Pigüé con sus sucursales, fue la que predominó ampliamente sobre otras que corresponden a partidos aledaños. Le siguió en importancia la que se encuentra en la localidad de Goyena, que pasó a ser sucursal de la de Puán. Estas COOP han podido subsistir a pesar de los cambios que se fueron dando en los últimos años en el comercio de granos (CREA, 1998). Lo mismo ocurrió con algunas firmas acopiadoras o agronomías muy arraigadas en la zona que deben competir con exportadores y agroindustrias con mucho poder de compra, las cuales estimulan al productor para que efectúe las ventas en forma directa.

Si bien los productores manifestaron no haber experimentado cambios en los últimos 4 ó 5 años en cuanto a los agentes con los cuales comercializan sus cosechas, se ha observado que algunos diversificaron sus ventas.

### Comercialización de la cosecha gruesa

Se realizó también un análisis a nivel de estratos por superficie y conglomerados. La importancia de las distintas empresas de comercialización de la cosecha gruesa fue muy similar a la de la cosecha fina. Los porcentajes promedio del volumen comercializado en el Partido con cada tipo de empresa de comercialización fueron: 42,4; 34,7; 17,0 y 5,7 para COOP, COM, AC-EXP y OTROS, respectivamente. Sólo el 0,2% no vendió.

En el Cuadro N° 5 se observa que en las AEH la distribución de las ventas entre los distintos tipos de agentes tuvo, en general, una tendencia similar a la de la cosecha fina. Las COOP predominaron en las AEH 1A y 3, aunque en ésta última área fue más marcada que la observada en cosecha fina. Los COM se destacaron en las AEH 2 y 5 y los AC-EXP en la 4. En el AEH 1B la distribución entre COOP, COM y AC-EXP no difiere mayormente y se produjo una competencia muy pareja entre los dos últimos.

Al igual que en cosecha fina, no hubo relación entre el tamaño de los predios y volumen comercializado. Es destacable el caso del estrato 1 del AEH 1A en el que un sólo productor vende a las COOP la mayor parte de la cosecha gruesa y



CUADRO N° 4. Identificación de los agentes más importantes (1°, 2° y 3°) dentro de cada tipo de empresa de comercialización y cantidad de empresas que los utilizan (n) en las áreas edáficas homogéneas (AEH).

AEH		Tipos de empresas de comercialización											
		Cooperativas			Comerciantes			Acopiadores-exportadores			Otros		
		1°	2°	3°	1°	2°	3°	1°	2°	3°	1°	2°	3°
1A	agentes (1)	1c	----	----	2a	2b	2c-2d-2e-2f	3a-3c	----	----	4a	4b	----
	n (2)	22	----	----	6	2	1- 1- 1- 1	1 - 1	----	----	2	1	----
1B	agentes	1c	1b	1a-1d	2c-2g	2l	2k	3i-3j	3g-3h-3f-3d	----	4c-4i-4j	----	----
	n	6	3	2 - 2	10 -10	7	6	2 - 2	1 - 1- 1- 1	----	1- 1- 1	----	----
2	agentes	1c	1a-1e	----	2c	2g	2a	3b-3d-3e-3f-3k	----	----	4e	4h	----
	n	4	2 - 2	----	9	7	4	1- 1- 1- 1- 1	----	----	3	1	----
3	agentes	1a	1e-1f-1g	----	2c	2i	2a	3d-3g	----	----	4e	----	----
	n	8	1 - 1 - 1	----	9	3	1	1 - 1	----	----	1	----	----
4	agentes	1a-1f	1c	1e-1g	2c	2g-2j	2a-2k-2m	3m	3b-3d-3l	----	4e	----	----
	n	3 - 3	3	1 - 1	3	2 - 2	1 - 1 - 1	2	1-1-1	----	1	----	----
5	agentes	1c	1b-1d	----	2l	2a-2m-2n	----	3b	----	----	4c-4d	----	----
	n	3	1 - 1	----	2	1 - 1 - 1	----	1	----	----	1 - 1	----	----
TOTAL	agentes	1c	1ª	----	2c	2g	2ª	3d	3b	----	4e	4ª-4c	----
	n	38	15	----	32	19	13	4	3	----	5	2 - 2	----

(1) Los distintos agentes identificados por localidad según tipo de comercialización son:

#### Cooperativas

1ª: De Puán  
1b: De Pigué-Dufaur  
1c: De Pigué  
1d: De Tornquist  
1e: De Puán-Goyena  
1f: De Felipe Solá  
1g: De 17 de agosto

#### Comerciantes

2ª: Pigué 1  
2b: Arroyo Corto  
2c: Pigué 2  
2d: Pigué 3  
2e: Pigué 4  
2f: Pigué 5  
2g: Saavedra  
2h: Molino 1 (Pigué)

2i: Puán  
2j: 17 de agosto  
2k: Tornquist 1  
2l: Tornquist 2  
2m: Pigué 6  
2n: Pigué 7  
2º: Tornquist 3

#### Acopiadores-exportadores

3ª: Pigué 1  
3b: Pigué 6  
3c: Bahía Blanca 1  
3d: Pigué 2  
3e: Saavedra  
3f: Bahía Blanca 2  
3g: Molino 2 (Pigué)  
3h: Bahía Blanca 3

3i: Bahía Blanca 4  
3j: Pigué 8  
3k: Molino 1 de Pigué  
3l: Puán  
3m: 17 de agosto

#### Otros

4ª: Molino 1 (Pigué)  
4b: Corredor Pigué  
4c: Bahía Blanca 4  
4d: Corredor Bahía Blanca  
4e: Molino 2 (Pigué)  
4h: Pigué 1  
4i: Bahía Blanca 2  
4j: Pigué 4

(2) n = número de empresas



CUADRO N° 5. Distribución de la venta de la cosecha gruesa (%) a las empresas de comercialización en cada estrato y área edáfica homogénea (AEH).

AEH	ESTRATO	n	Tipos de empresas de comercialización							
			Cooperativas		Comerciantes		Acopiadores-exportadores		Otros	
			%	n	%	n	%	n	%	n
1A	1	6	88,5	1	11,5	1	0,0	0	0,0	0
	2	7	66,5	5	33,5	4	0,0	0	0,0	0
	3	8	81,2	5	18,8	4	0,0	0	0,0	0
	4	7	30,7	4	26,6	3	13,3	1	29,3	1
prom. pond.			<b>54,8</b>		<b>23,3</b>		<b>6,9</b>		<b>15,1</b>	
1B	1	6	29,2	1	70,8	3	0,0	0	0,0	0
	2	10	16,8	2	70,8	5	7,4	1	5,1	1
	3	10	29,7	2	61,5	3	0,0	0	0,0	0
	4	12	28,9	3	22,9	4	48,2	6	0,0	0
prom. pond.			<b>27,3</b>		<b>34,9</b>		<b>36,3</b>		<b>0,7</b>	
2	1	13	10,4	1	76,1	4	13,5	1	0,0	0
	2	8	19,2	2	49,6	4	31,2	1	0,0	0
	3	5	0,0	0	86,0	4	14,0	2	0,0	0
	4	5	54,3	3	45,7	1	0,0	0	0,0	0
prom. pond.			<b>25,0</b>		<b>62,3</b>		<b>12,7</b>		<b>0,0</b>	
3	1	5	85,7	2	14,3	1	0,0	0	0,0	0
	2	6	67,2	4	32,8	2	0,0	0	0,0	0
	3	12	82,5	7	16,6	5	0,8	1	0,0	0
prom. pond.			<b>79,9</b>		<b>19,4</b>		<b>0,7</b>		<b>0,0</b>	
4	1	2	32,6	2	17,0	2	36,4	2	13,9	1
	2	9	14,8	1	24,9	3	60,3	3	0,0	0
prom. pond.			<b>18,6</b>		<b>23,2</b>		<b>55,2</b>		<b>3,0</b>	
5	1	4	49,9	2	16,6	1	0,0	0	33,6	1
	2	7	24,8	1	59,4	4	15,8	1	0,0	0
prom. pond.			<b>28,2</b>		<b>53,7</b>		<b>13,7</b>		<b>4,5</b>	

(1) Las superficies (ha) fueron: AEH 1A y 1B: 100-200, 201-400, 401-800, 801-2000; AEH 2: 100-300, 301-600, 601-1000, 1001-2000; AEH 3: 100-200, 201-400, 401-1000; AEH 4: 100-400, 401-800 y AEH 5: 100-900, 901-1600.

(2) Cantidad de predios.

representa el valor más alto del Partido. Los tres estratos más chicos comercializaron el resto de su producción totalmente con los COM a excepción del estrato 4 que vendió también a AC-EXP y OTROS. En el AEH 3 también se prefirieron a las COOP y los COM probablemente por la cercanía y tradición anteriormente mencionadas. En las AEH 2 y 5, donde prevalecieron los COM, se destacaron por el número de predios los tres estratos más chicos del AEH 2 y el más grande del AEH 5. En el resto de los estratos de ambas AEH, por el contrario, predominaron las COOP.

Coincidentemente con la cosecha fina, los AC-EXP se destacaron en los estratos más grandes de las AEH 1B y 4, seguramente por los volúmenes

importantes que éstos generalmente requieren. Esta situación se estaría dando como respuesta a los cambios que se han producido en los últimos años debido a que la demanda internacional es cada vez más exigente, requiriendo calidad y cantidad para las agroindustrias y principalmente las aceiteras (CREA, 1998).

El análisis por conglomerados se muestra en el Cuadro N° 6. En el AEH 5 se destacó un productor del grupo II que vendió toda su cosecha gruesa a un AC-EXP que es el segundo agente importante en el AEH y que compró la cuarta parte del volumen total comercializado. En el AEH 4 los más relevantes fueron los AC-EXP en cuanto al volumen comercializado, aunque éste corresponde sólo al 25% de los

CUADRON° 6. Distribución de la venta de la cosecha gruesa (%) a las empresas de comercialización en cada conglomerado y área edáfica homogénea (AEH).

AEH	Conglomerado	n (1)	Tipo de empresas de comercialización							
			Cooperativas		Comerciantes		Acopiadores-exportadores		Otros	
			%	n	%	n	%	n	%	n
1A	I	4	75	3	0	0	25	1	0	0
	II	6	69	5	31	4	0	0	0	0
	III	8	29	5	33	6	0	0	38	1
	IV	7	100	1	0	0	0	0	0	0
1B	I	4	10	2	15	3	75	2	0	0
	II	13	37	5	35	6	27	3	1	1
	III	11	0	0	100	3	0	0	0	0
	IV	8	0	0	88	3	0	0	0	0
2	I	4	38	3	62	2	0	0	0	0
	II	8	29	2	45	4	26	2	0	0
	III	13	5	1	93	6	2	1	0	0
	IV	5	0	0	0	0	0	0	0	0
3	I	10	90	9	10	4	0	0	0	0
	II	8	23	2	77	3	0	0	0	0
4	I	4	27	1	27	1	46	2	0	0
	II	4	43	2	45	1	13	1	0	0
	III	7	10	1	8	2	76	2	7	1
	IV	4	0	0	0	0	0	0	0	0
5	I	6	17	2	83	4	0	0	0	0
	II	3	0	0	0	0	100	1	0	0

(1) Cantidad de predios

productores. No se realizaron cultivos de cosecha gruesa en los grupos IV de las AEH 2 y 4.

#### Oportunidad de venta de la cosecha y limitantes en el servicio de transporte

En general, las cosechas fina y gruesa se vendieron en oportunidades similares. El 25% de los productores vendió todo a cosecha para cumplir con obligaciones financieras, el 47% seguramente obtuvo mejores precios al vender todo el grano en una fecha posterior a la cosecha, mientras que el 28% restante vendió parte a la cosecha y parte en meses posteriores.

El 77,5% de los productores manifestó no tener limitaciones para conseguir transporte. El resto informó que se presentaron dificultades cuando hubo elevados rindes y en plena época de cosecha. Sólo el 7% dispone de transporte propio.

#### Modalidades de pago de la producción

Fueron agrupados de la siguiente manera: contado (0 a 7 días) y diferido (de 7 a 15 días y mayores a 15 días). Se encontraron coincidencias en cosecha fina y gruesa. Con relación a los productores que comercializaron con COOP y COM predominó el pago diferido entre 7 y 15 días. Las COOP y COM pagaron con esa modalidad al 47% de los productores de cosecha fina y al 53 y 52%, respectivamente, de los de cosecha gruesa. El pago al contado ocupó el segundo lugar en importancia en ambos tipos de cosecha. Con los AC-EXP y OTROS ocurrió lo contrario, ya que fueron los que más realizaron pagos al con-

tado, en particular los primeros. Esto puede responder a que estos agentes son, en general, empresas grandes con mayor solvencia económica. Los AC-EXP ofrecen pagos a menores plazos, con relación a otras firmas, para disponer de volúmenes que les permita atender obligaciones asumidas con los mercados externos. Prácticamente, no se detectaron pagos con plazos mayores a los 15 días.

#### Mercado de futuros y opciones

Sólo el 2,6% de los productores utilizaron el mercado de futuros y opciones. El 34% mostró falta de interés, otro porcentaje similar respondió que les falta información, un 3% dijo que le interesaría adoptarlo, el 3,3% que no lo adopta por problemas financieros y el 13,2% lo atribuyó a otras causas, tales como: escasa disponibilidad de volumen de granos, el riesgo que implica, hacer una entrega anticipada al corredor, por indecisión, falta de tiempo, alto costo de las primas y/o por la existencia de contratos previamente pactados. Posiblemente, dentro de los no interesados, algunos no están realmente bien informados sobre el mecanismo de este mercado por ser relativamente nuevo y poco difundido en la región.

#### Almacenamiento de granos

En el Cuadro N° 7 se observa que la capacidad de almacenamiento a campo o propia (CAP) relevada en el Partido, que representa el 63% de la producción total de cereales y oleaginosas está concentrada,

CUADRO N° 7. Disponibilidad de capacidad de almacenamiento propia (CAP) en las distintas áreas edáficas homogéneas (AEH).

AEH	CAP (Tn)	CAP del Partido (%)	CAP/ Producción	Poseen CAP	Poseen CAP y requieren acopiador
				% de predios	
1A	8.583	20	0,46	82	65
IB	16.254	38	1,16	79	20
2	5.950	14	0,48	71	32
3	5.250	12	0,51	87	20
4	3.898	8	0,65	70	21
5	3.322	8	0,48	91	50

principalmente, en las áreas 1A y 1B (58%). Por otra parte, se puede apreciar que un alto porcentaje de los productores en cada una de las AEH posee CAP.

Cabe aclarar que, como era de esperar, el servicio de acopio resultó ser mayor en aquellas empresas que no poseen CAP. En el AEH 1B, sin embargo y a diferencia del resto de las AEH, el porcentaje de empresas que no dispone de silos propios y que requieren este servicio fue pequeño, debido a que la mayoría de estos productores vendió su producción a cosecha. Con relación a las empresas que poseen CAP, se destacaron como mayores demandantes del servicio de acopio las AEH 1A y 5, lo cual se justifica pues en estas AEH se registraron valores bajos de la relación CAP/producción y porque son las áreas que tuvieron los mejores rindes correspondientes a los principales cultivos: trigo, girasol y maíz (Gargano *et al.*, 2001). El AEH 5, por ser la menos agrícola del Partido justifica la baja CAP encontrada, aunque sus rindes favorables fundamentan la necesidad de requerir el servicio adicional de un acopiador.

Del Cuadro N° 8 se desprende que en el Partido, de las empresas que poseen CAP, el 42% la utilizó totalmente, el 49% no la empleó completamente y el 9% restante no hizo uso de ella. Las razones que motivaron a los productores a no utilizar su CAP fueron las siguientes: el 45% entregó su producción al acopiador; el 28% no hizo agricultura, el 18% vendió su producción a cosecha y el 9% fracasó en las mismas.

CUADRO N° 8. Utilización de la capacidad de almacenamiento propia (CAP) en cada área edáfica homogénea (AEH).

AEH	Utilizan toda la CAP	Subutilizan la CAP	No utilizan la CAP
	% de predios		
1A	61	35	4
1B	27	70	3
2	45	32	23
3	30	65	5
4	50	36	14
5	50	40	10
Total Partido	42	49	9

Los motivos por los cuales se subutilizó la CAP fueron: el 69% tuvo una producción inferior a la CAP disponible, el 24% entregó parte de su producción a un acopiador y el resto debido a que pagó sus deudas con granos o porque fracasó en sus cosechas.

Las empresas que no poseen CAP entregaron su producción al acopiador (63%), vendieron su producción a cosecha (25%) o se dedicaron a la ganadería (9%).

Dentro de las empresas que subutilizaron su CAP, el 75% de ellas empleó entre el 51 y 99% de la misma. Observando el Cuadro N° 8 se destaca que, a excepción de las AEH 1B y 3, en el resto de las AEH predominó la utilización total de la CAP. La subutilización de la CAP observada en las AEH 1B y 3 se basa fundamentalmente en que en ambas se encontró un sobredimensionamiento de silos en relación a la producción obtenida (Cuadro N° 7). En el AEH 3, que registra el mayor porcentaje de propietarios-arrendatarios del Partido (Gargano *et al.*, 2001), los silos propios se adicionaron a los del predio arrendado con lo cual la CAP total excedió a la producción alcanzada.

En todas las áreas se observó un porcentaje muy bajo que no empleó CAP, destacándose el AEH 2 con el valor mayor (23%), debido a que algunos se dedicaron exclusivamente a la ganadería y otros entregaron su producción al acopiador.

## CONCLUSIONES

La compra de insumos y venta de productos predominó en los comercios y cooperativas cercanas a los predios, seguramente porque existe una relación de confianza y/o por tradición familiar.

En la mayoría de los casos, el pago de los insumos preferentemente a cosecha responde, a dificultades financieras.

Las cooperativas y los comerciantes locales, probablemente se están esforzando por ofrecer servicios adicionales -como por ejemplo el acondicionamiento de granos- en respuesta a demandas cada vez más exigentes de los productores. Las firmas exportadoras, por su parte, están incrementando su presencia acercándose al productor, ofreciendo ventajas financieras.

Los productores tienen la posibilidad de pagos al contado en el caso de vender a exportadores, sin

embargo estos agentes no son muy utilizados aún, quizás porque demandan volúmenes importantes o calidades que no se pueden satisfacer. Se ha detectado interés por parte de los productores por tratar de conseguir un mejor precio para sus granos vendiendo en momentos posteriores a la cosecha, aunque no se observó lo mismo respecto a la alternativa de la utilización del mercado de futuros y opciones que ofrece mayor certidumbre en cuanto al precio final a obtener.

La capacidad de almacenamiento de los establecimientos del Partido es suficiente en un año de producción normal aunque, en muchos casos, igualmente utilizan acopiadores porque quizás éstos ofrezcan condiciones óptimas de almacenamiento.

En un estudio posterior se podría continuar avanzando en el conocimiento de la cadena de los productos agrícolas, desde que el productor vende su grano hasta llegar al consumidor final y, de esta manera, poder analizar mejor las distintas estrategias

de comercialización que disponen los productores del Partido.

El desarrollo de servicios, adecuadas infraestructuras, el fomento de nuevas formas organizacionales entre los distintos agentes que conforman la cadena comercial y el apoyo a su modernización, son puntos a tener en cuenta para lograr la transformación necesaria adecuada a los nuevos cambios. Este desafío de crecimiento al cual se enfrentan los distintos agentes permitirá que los productos lleguen al consumidor final con la calidad exigida en el mercado internacional, logrando no sólo mejores precios sino también un eventual desarrollo de nuevos mercados.

#### AGRADECIMIENTOS

A los productores agropecuarios por la información brindada, a la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur y a la Municipalidad del partido de Saavedra por sus contribuciones financieras.

#### BIBLIOGRAFÍA

- CALDENTEY, P. 1979. Comercialización de productos agrarios. Ed. Agrícola Española. Madrid. Cap. I - VII: 11- 120.
- COSCIA, A.A. 1978. Comercialización de productos agropecuarios. Ed. Hemisferio Sur, Cap. V - IX: 69-179.
- CHAMPREDONDE, M., y M. ERCOLI. 1998. Los productores agropecuarios en la Cadena Agroalimentaria del Trigo Argentino, C.A.A.T.A, 64 pp.
- CONSORCIOS REGIONALES DE EXPERIMENTACION AGRICOLA. 1998. Profundos cambios en el comercio de granos. *Rev. CREA* 208: 8-15.
- ESTEFANELL, G.A.; M. C. de BASCO; F. CIRIO; E. S. de OBSCHATKO; C.H. RAS y H. TORRES SOTO. 1997. El sector agroalimentario argentino en los '90. IICA, 170 pp.
- FONDATION, DEVELOPPMENT ET VIE DE LA COLONIE AVEYRONNAISE DE PIGUE-ARGENTINE. 1993. Les aveyronnais dans La Pampa. 9° Ed. Toulouse-Privat, 286 pp.
- GARGANO, A.O.; M.A. ADÚRIZ; M.C. SALDUNGARAY; P. CHIMENO y V.P. CONTI. 2001. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 1. Identificación y descripción de los conglomerados. *Rev. Arg. Prod. Anim.* 21 (1): 53-56.
- GARGANO, A.O.; P. CHIMENO; M.C. SALDUNGARAY; M.A. ADÚRIZ y V.P. CONTI. 2002a. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 2. Análisis físico agrícola. *Rev. Facultad de Agronomía* 22 (1): 27-33.
- GARGANO A.O.; M.C. SALDUNGARAY; P. CHIMENO; M.A. ADÚRIZ y V.P. CONTI. 2002b. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 3. Análisis físico ganadero. *Rev. Facultad de Agronomía* 22 (2-3): 139-147.
- GREEN, R.; G. GUTMAN y R. ROCHA. 1992. La comercialización de productos alimentarios en Argentina y Brasil. *Invest. Agr. Econ.* 7 (2): 291-301.
- MARTINS, M. 1998. Nuevas demandas del consumidor de alimentos. *Rev. CREA* 216: 20-22.

- OBSCHATKO, E. 1994. Efectos de la desregulación sobre la competitividad de la producción argentina. Fundación ARCOR, Grupo Editor Latinoamericano: 5-111.
- OBSCHATKO, E. y G.A. ESTEFANELL. 2000. El sector agroalimentario argentino 1997-1999, IICA, 96 pp.
- SARRAMONE, A. 1994. Bearnese, gascones y otros franceses en La Pampa. Ed. Biblos Azul, 264 pp.
- TRIGO, E.J.: A. QUAGLIANI y E. DIAZ-BONILLA. 1975. El uso de variables no tradicionales en el análisis de la estructura de mercado. INTA-EPGCA, Serie Investigación 21, 41 pp.
- WEBSTER, F.E. 1996. El nuevo concepto. *Gestión* 6: 114-122.