

## SISTEMAS PRODUCTIVOS HORTÍCOLAS

Los sistemas de explotación son variados. Los podemos agrupar en :

### 1- Familiares

Es la forma más antigua de explotación hortícola. Satisface parte de las necesidades familiares ó del personal de establecimientos rurales, industriales, escolares, hospitalarios, etc. y en su conjunto llegan a cubrir el abastecimiento de poblaciones rurales.

Se desarrollan en pequeñas superficies (entre 0,5 y 5 ha.) con producción muy diversificada. Generalmente se trabaja con un bajo nivel técnico, no ocupa mano de obra asalariada y se estima un requerimiento > a 2 personas/há.

No aparecen en las estadísticas nacionales, pero tienen gran importancia.

### 2- Diversificados

Corresponde a las clásicas quintas ó cinturones verdes que rodean las grandes ciudades. Se caracterizan por poseer dimensiones reducidas (5- 7 ha.), gran diversidad de cultivos (más de 10), con un uso intensivo del suelo, abono y pesticidas, tecnología rudimentaria, utilizando mano de obra asalariada y especializada (2 personas/há).

En general producen especies de hoja y raíz y hortalizas de estación.

La tendencia de este sistema es negativa, y gradualmente va siendo sustituido por cultivos hortícolas especializados.

### 3- Especializados

Se practica en gran escala y principalmente en regiones que responden a las exigencias ecológicas de las especies. El número de especies es reducido (1 ó 3), hay un grado importante de mecanización; la mayor tecnificación tiende a aumentar el rendimiento/ha. y las horas/hombre del trabajo. Ocupa mano de obra asalariada en un promedio de 1 persona/ha. Grandes superficies > 15 há hasta 200- 300 ha. en la producción de papa, leguminosas de grano seco, etc.

En función de las modalidades de manejo y el destino de la producción se puede dividir este sistema en:

#### - Cultivos para consumo directo y envíos a grandes distancias

ej: tomate- pimiento de Salta- Jujuy a Buenos Aires

lechuga de M. del Plata a Buenos Aires.

ajo de Mendoza- San Juan a Buenos Aires

papa de Balcarce a todo el país.

#### - Cultivos con destino a industria

tomate- pimiento de Mendoza-Río Negro para envasado al natural

arveja de Santa Fé- Buenos Aires

pimiento de Salta- Córdoba para ají molido- pimentón

**Sistemas Productivos Hortícolas. Características de la Producción y Comercialización. Mercados**

- Cultivos forzados ó producidos en condiciones climáticas no aptas para su desarrollo mediante técnicas especiales (invernáculos, carpas plásticas, túneles).

Es un sistema de alto costo y tecnología que cada vez tiene mayor superficie en Argentina.

- Cultivos para producción de semilla. Requieren condiciones climáticas específicas (baja humedad relativa, temperatura, luz, lluvias, escasez de viento), condiciones sanitarias y económicas satisfactorias y disponibilidad de mano de obra especializada.

En el país se han desarrollado áreas definidas como Trancas (Tucumán), Mercedes y Balcarce (Buenos Aires), Rodeo e Iglesias (San Juan), Tupungato, La Consulta, Las Carreras (Mendoza).

La superficie cultivada y cantidad de mano de obra están en función de las especies que se trate.

Trancas: arveja, lechuga, poroto.

Rodeo e Iglesias: cebolla, lechuga, tomate, pimiento

Mendoza: tomate, lechuga, arveja, cebolla, pimiento, puerro, repollo, zapallito

Buanos Aires: escarola, perejil, zapallito, papa

La actividad se desarrolla preponderantemente en el estrato de productores medianos a chicos, y en el aspecto social se caracteriza por la fuerte generación de empleo no especializado. La falta de acciones cooperativas hace que el grueso de estos productores participe solo en la producción.

Los productores grandes han integrado la producción con la comercialización mayorista, con puestos en el mercado.

El costo y complejidad de algunas tecnologías (cultivo protegido, riego por goteo, híbridos) obligan a desarrollar un manejo empresario. La tendencia exportadora está desarrollando una nueva estructura productiva con la asociación de productores y eventualmente, el ingreso de figuras empresariales con capacidad para exportar.

## PROBLEMAS DE LA PRODUCCIÓN HORTÍCOLA ARGENTINA

Excesiva localización de las áreas productoras Salvo casos particulares, la Horticultura argentina se realiza bajo riego, en áreas localizadas donde los polos son relativamente pequeños y no se encuentran intercomunicados, lo que hace difícil la integración de acciones ó la fijación de políticas.

Falta de carácter empresarial El minifundio, la intensificación de los cultivos y los bajos niveles técnicos, son factores que contribuyen a crear explotaciones con deficiente administración. Se superponen roles de producción y empresariales, y se maneja escasa información de costos- beneficios.

El productor es individualista, compite con sus pares y se pierde la posibilidad de las economías de escala.

Se produce sin planificación comercial, lo que lleva a ofertar lo que se tiene, en lugar de tener lo que se demanda.

Se produce en función de los precios del año anterior. Esto determina que a ciclos de buenos precios, le sigan ciclos de excesiva producción, que bajan los precios.

Los resultados son altamente dependientes de algunas ventajas comparativas, como disponibilidad de transporte, mano de obra, distancia a los mercados concentradores, etc.

Poco desarrollo industrial los volúmenes excedentes de una producción estacional, deberían ser absorbidos por la industria (conservas al natural, desecación, deshidratación, encurtidos, elaboración de dulces, congelación rápida, etc.) pero la falta de apoyo crediticio y de capitales interesados en la inversión, determinan que el desarrollo de la industria conservera sea lento.

## FORMAS DE VENTA

Las formas de venta más frecuentes son:

- Venta a acopiadores locales: en planta ó cosechado. Los acopiadores empacan y remiten a destino (a veces estos acopiadores son también productores). A veces, financian al productor, facilitando insumos como semilla, agroquímicos, etc.
- El productor cosecha, empaca y manda a los mercados por cuenta del consignatario, que es, algunas veces, dueño de envases y transporte. Se cobra el servicio al terminar la operación de venta.
- Se produce y comercializa en puestos propios ó en playas libres en los mercados concentradores. En estos casos, el productor cuenta con envases propios y transporte propio.
- Se produce grandes volúmenes, se concentra una oferta importante y se comercializa en varios mercados al mismo tiempo. Por lo general, estos productores están integrados al empaque, a la cadena de frío, a la exportación,

a los transportes ó a la agroindustria. Son propietarios de puestos de venta y tienen una mayor capacidad de negociación.

## PROBLEMAS DE LOS MERCADOS

### COMERCIO MAYORISTA

- Excesiva intermediación. La oportunidad de comercializar directamente en los grandes mercados es aprovechada sólo por aquellos horticultores de un cierto nivel técnico; pero en gran parte, venden localmente a acopiadores, mayoristas, consignatarios, quienes ofrecen el servicio de la intermediación y fijan los gastos del mismo, y los precios del producto sin ningún control de las otras partes interesadas en la operación.
- Modalidad de venta al oído, sin que intervenga el libre juego de oferta y demanda, con precios fijados en función de los stock diarios, manejados por grandes acopiadores- mayoristas- consignatarios.
- Falta de registro en las operaciones. La falta de documentación en las operaciones de compra-venta quita transparencia a los precios y disminuye las oportunidades del vendedor de aprovechar la competencia debida.
- No- aplicación de las normas de tipificación a los productos y envases. Los criterios para seleccionar y empacar por nivel de calidad, no son homogéneos. No se respetan pesos, tolerancias, índices de madurez, etc. Esto hace muy difícil homogeneizar precios en los productos; y ocasiona que a veces, un producto de calidad determinada tenga distintos precios en diferentes mercados.
- Falta de implementación de un sistema de información eficiente.

Todo esto lleva a Altos costos de comercialización, tanto para el productor-vendedor, como para la intermediación.

### El Mercado Central de Buenos Aires (MCBA)

Hasta 1983, funcionaban en Buenos Aires (ciudad que concentra la tercera parte de la población nacional), 24 mercados mayoristas, de los cuales cinco concentraban más del 50 % de la operatoria.

A partir de entonces y como consecuencia del accionar estatal, se promulgó la ley de Mercados de interés Nacional, se produjo el cierre de algunos mercados mayoristas y se concentró la operatoria en el Mercado Central de Buenos Aires, una construcción que demandó una inversión de casi 500 millones de dólares y que debía ser la piedra fundamental de un sistema moderno, que permitiera la renovación de las estructuras empresarias.

El Mercado Central cubre una superficie de 540 hectareas, de las cuales 210 están afectadas a la comercialización frutihortícola y servicios y 330 hectáreas destinadas a zonas de reserva para el desarrollo de futuras actividades. El mismo

cuenta con 12 pabellones pluriproducto, 6 playas libres para venta directa por parte del productor y dos mercados especializados en papas y cebollas, y hortalizas de primicia respectivamente; 2 pabellones de servicios, 3 pabellones para depósitos, 1 pabellón de pescados y mariscos, 6 tinglados para "playas libres, patio de transferencia de carga de ferrocarril a camión, con conexión a la casi totalidad de la red ferroviaria nacional; controles de acceso y carga, un centro administrativo, un edificio de seguridad y emergencias, un predio Ferial; talleres y edificios de mantenimiento, playas de estacionamiento; 2 laboratorios de control de calidad.

Distribuidos en distintos puntos de esta vasta estructura física, operaban numerosos locales comerciales, entidades bancarias, oficinas de usuarios y empresas vinculadas con la actividad frutihortícola y de servicios.

El proyecto atravesó sucesivas crisis administrativas y estratégicas que impidieron su ajuste a los acelerados cambios que atravesó la distribución de hortalizas y frutas desde 1990 en adelante.

A pesar de la previsión legal de concentración mayorista en el Mercado Central, en la práctica continúan operando otros centros mayorista, que en gran medida se abastecen de él. Asimismo, la gran expansión del supermercadismo ha generado cambios en el sistema mayorista tradicional, como consecuencia del desarrollo de cadenas directas que obvian al Mercado Central.

La estructura edilicia resulta hoy sobredimensionada para el volumen de operaciones habitual.

Como hecho destacable vale comentar la presencia de la cadena minorista Coto, que ha tenido un fuerte crecimiento en el último quinquenio y opera su propia plataforma de acopio y distribución desde uno de los galpones anteriormente sin uso del Mercado Central.

## **COMERCIO MINORISTA**

Durante mucho tiempo, la verdulería/frutería fue una alternativa de cuentapropismo fácil de implementar por el poco capital necesario para instalarla y la alta rotación del mismo.

La excesiva multiplicación de verdulerías generó una disminución del volumen individual manejado, los costos directos crecieron proporcionalmente, lo que llevó a convertirlas en formadoras de precios altos.

## **LA DEMANDA**

En los últimos años, ha habido importantes cambios en la demanda, producto de una serie de factores, como ser:

- Oferta de alternativas mejoradas. La producción proveniente de invernaderos, la existencia de una gama de productos exportables, a los cuales se le aplica tecnología de punta tanto en el ciclo productivo como en el empaque y las condiciones de pos- cosecha, así como la presencia de hortalizas importadas

de otros países, ha dado como resultado una oferta de productos de excelente calidad en el mercado interno.

- Cambio en la forma de vida y los comportamientos sociales.

Se dedica menor tiempo a la cocina, lo que repercute en un aumento en la demanda hacia productos con menores deshechos (ej. Maíz dulce sin chala, papa cepillada, brócolis envasados) y preparados para el consumo directo (hortalizas de cuarta gama: ensaladas preparadas, zanahorias cortadas en bastones, ralladas, papas pre-cocidas, etc.) .

También ha cambiado el concepto intrínseco de calidad; mientras que en otras épocas primaban parámetros visuales, ó gustativos, ahora se privilegia el valor nutricional (se demanda información sobre la composición intrínseca, el aporte de vitaminas, etc.) y la inocuidad (ausencia de residuos tóxicos, higiene, etc.). Algunos productos, como la papa, presentan variedades diferenciadas según su uso (para puré, para papas fritas, para pastas, etc.).

Todas estas orientaciones contemplan:

- Segmentación por lo bajo (eliminación de calidades inferiores por normalización, residuos, calibres, etc.)
- Segmentación por lo alto (calidades superiores identificadas, diferenciadas)

Implica también una visión global de la cadena (contemplando la producción, el acondicionamiento, el transporte, la distribución) hasta llegar al consumidor.

## **TENDENCIAS ACTUALES**

- Marco político de integración regional y globalización.

La consolidación del proceso de integración económica del Mercosur, que genera un mercado de 200 millones de consumidores, constituye la alternativa más inmediata de expansión para la producción hortícola argentina.

- Producción sostenida en el año.

La expansión territorial de la Argentina le permite una producción diversificada que incluye especies de clima templado y subtropical. La aparición de nuevos polos de producción; las explotaciones bajo cubierta plásticas, que presentan un crecimiento sostenido; el fenómeno de la importación de algunos productos de países de la región, contribuyen a una oferta continua a lo largo del año.

- Aumento de participación de los Hipers y los Supers en el volumen operado, y concentración de empresas comercializadoras.

El desarrollo de la gran distribución ha sido el fenómeno característico de los últimos años. La presencia de Carrefour, Makro y algunas grandes empresas nacionales, la cadena americana Wal Mar, desde 1995 y Campo y Día desde 1997, ha tenido fuerte incidencia en la reestructuración de la cadena proveedora. La distribución mayorista de frutas y hortalizas se desarrolla mediante unas 5000 empresas en todo el país. Los mayoristas especializados operan hasta ahora en el

**Sistemas Productivos Hortícolas. Características de la Producción y Comercialización. Mercados**

ámbito de los mercados concentradores, aunque deberán encarar fuertes procesos de reconversión en el futuro próximo.

- Mercados mayoristas perdiendo peso relativo en cuanto a volúmenes operados.

- Desarrollo de plataformas logísticas

Hasta ahora, la organización tradicional se basa en el acopio físico de productos y formación de precios en función de la demanda diaria.

Los próximos años obligarán al mayorista a evolucionar hacia una empresa prestadora de servicios al cliente, especializada en logística de valor agregado: sistema de manipulación y organización de pedidos; reducción en la cantidad de rupturas de carga al operar en función de un "programa de cargas"; menores tiempos de distribución; respeto por la cadena de frío; disminución de stocks; tratamiento informatizado de los pedidos, etc., con una reducción de costos compatible con un mercado competitivo.

El **sistema productivo** deberá adecuarse a estos cambios, optimizando su gestión, a fin de aumentar la productividad por hectárea y disminuir la relación costo-beneficio.

La alternativa más clara es la **organización e integración** para concertar volúmenes de producción, con pautas técnicas similares (cultivares a utilizar, manejo de cultivo, momentos de cosecha, etc); emplear tecnología moderna de pos- cosecha y comercialización; ofrecer una amplia gama de productos presentados según parámetros de calidad y utilizar los canales de venta a hiper y supermercados.