

TRANSNACIONALIZACIÓN AGROPECUARIA Y RECONFIGURACIONES TERRITORIALES¹

MARÍA INÉS CARABAJAL²

RESUMEN

La modernización del sector agropecuario en la Argentina trajo aparejada cambios en la organización de la producción y en los perfiles productivos reconfigurando el espacio rural. Las transformaciones tecnológicas experimentadas a partir de la década del 70 con la “revolución verde” y en particular desde la década de los 90 “con la implementación de la ingeniería genética” en el agro han conformado un modelo productivo transnacionalizado convirtiendo a este sector en un espacio cada vez más complejo y heterogéneo. A partir de un trabajo etnográfico multi-situado realizado en la región pampeana nos focalizamos en la red de comercialización de una firma transnacional de I+D de agroquímicos explorando cuál es la lógica de poder que la misma despliega y los mecanismos de disciplinamiento que operan al interior del sistema que la conectan con lo local: las agronomías, los técnicos agrónomos y los productores agropecuarios.

PALABRAS CLAVE: Redes comerciales transnacionales, modernización, tecnología, disciplinamiento

[1] Este trabajo contó con el financiamiento de la Agence Nationale de la Recherche en el marco del Programa SYSTERRA con la referencia ANR-09-STRA- 04 de Francia

[2] Licenciada en Ciencias Antropológicas de la Universidad de Buenos Aires. Miembro del Programa de Estudios sobre Ruralidad y Globalización – PERYG (UNSAM, ARGENTINA) micarabajal@gmail.com.

Fecha de recepción: . Fecha de aceptación:

ABSTRACT

The agricultural modernization in Argentina implied changes in production organization and in productive profiles, re-forming rural spaces. Technological transformations experienced since the 70's "green revolution" and particularly since the 90's with the implementation of "genetic engineering in agriculture", have created a transnationalized productive model, turning this sector into an increasingly complex and heterogeneous space. From an ethnographic multi-situated work carried on the Pampa region, we focused on the commercial network of a transnational agrochemical R & D firm, in order to explore the logic of power that unfolded and disciplining ways that operate within the system, which connects this firm with local aspects: agronomies, technical agronomists and agricultural producers.

KEYWORDS: transnational commercial networks, modernization, technology, discipline

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo general analizar cómo funciona el sistema de comercialización de los agroquímicos en "el ámbito rural pampeano", cómo se organiza el circuito comercial y cuál es el rol del conocimiento "experto" y la tecnología en este proceso.

El estudio de caso se focaliza en el sistema de comercialización en red semi exclusivo denominado aquí Estrella, el cual fue implementado progresivamente desde el año 2002 por un actor transnacional de investigación y desarrollo (I + D) y proveedor de servicios e insumos al agro al que bautizaremos aquí "Semgen"³.

A nivel particular nos interesa indagar cuáles son los mecanismos de poder que operan al interior del circuito comercial y cuáles son los dispositivos de disciplinamiento que implementan las empresas transnacionales (ET) para que se adopte determinada tecnología, teniendo en cuenta las múltiples dimensiones involucradas en este proceso: sociales, simbólicas, políticas y económicas.

Entre febrero de 2011 y abril 2012 se realizó un extenso trabajo etnográfico en la Región Pampeana. Bajo la modalidad multisituada (Marcus, 1995) se procuró indagar en las dinámicas de relacionamiento, en las prácticas y representaciones de los actores locales (agronomías, agrónomos y productores) dentro de un contexto más amplio como es el mercado transnacional de agroquímicos.

En este sentido consideramos que el aporte de la antropología a este análisis se torna fundamental para comprender cómo son vividos y experimentados los procesos de cambio desde la perspectiva de los sujetos y cómo estos recrean sus prácticas para adaptarse a las reconfiguraciones estructurales. (Hill, 1988; Sahlins, 1985)

La tradición antropológica se ha focalizado de manera histórica en el estudio de las comunidades nativas o grupos "excluidos", pero estos intereses se han ido ampliando a lo largo del tiempo hasta incorporar a nuevos actores globales y locales en consonancia con la expansión del sistema capitalista y sus efectos en el territorio.

Se parte del supuesto de que la modernización⁴ del mundo rural ha conllevado la expansión del modelo de agronegocios no sólo en Argentina sino en el resto de América Latina. Dentro de este modelo productivo, el rol de las empresas agroindustriales transnacionales se ha ido expandiendo y consoli-

[3] Es importante aclarar que para respetar el compromiso de anonimato el nombre de la empresa bajo estudio y las personas entrevistadas han sido cambiados.

[4] Tal como indica Escobar (2005) "La modernidad ha sido caracterizada por teóricos como Foucault (1973), Jürgen Habermas (1987) y Anthony Giddens (1989) en términos de la continua apropiación de trasfondos y prácticas culturales dados por sentado por parte de mecanismos explícitos de poder y conocimiento".

dando, lo que las convierte en uno de los actores con mayor relevancia en el sector. En consonancia con este proceso la profesionalización de la actividad agropecuaria, el rol del conocimiento y la tecnología se han convertido en los factores claves de este sistema. Es en este contexto que se produce la reconfiguración de la red de relaciones dentro del circuito de comercialización de los agroinsumos.

A nivel estructural una de las características paradigmáticas del modelo de agronegocio es “la concentración” que se ha ido produciendo en el sector agropecuario. Un ejemplo de este proceso es la concentración de la producción, que tal como han analizado diversos autores (Román, et al 2006; Domínguez, 2006), a partir de los censos realizados en 1988 y 2002 se verificó una disminución de entre un 20 y un 20,8% de las EAPs de menor tamaño en detrimento de las explotaciones con mayor cantidad de has., especialmente en la Región Pampeana. Asimismo se produjo una centralización del proceso productivo en cada eslabón de la cadena productiva: desde que se desarrolla el producto en el laboratorio (las ET de I+D de semillas e insumos), en la comercialización de los mismos en un conjunto de agronomías con características diferenciadas, en la producción de granos por mega grupos de siembra hasta la exportación del mismo en un conjunto pequeño de acopiadores. En este sentido, la lógica de comercialización, las características del circuito y los perfiles de los actores fueron cambiando. En el transcurso del siguiente artículo nos centraremos en explicitar cómo los cambios globales impactan localmente incidiendo favorablemente en la implementación de dispositivos territoriales como el que describiremos en los próximos apartados.

ADOPCIÓN TECNOLÓGICA Y MODERNIZACIÓN AGROPECUARIA

Hemos visto a lo largo de la historia cómo las revoluciones industriales y tecnológicas generan transformaciones en la vida cotidiana de las personas. No sólo por tener una fuerte incidencia en la esfera económica, dentro del circuito de producción, distribución y consumo, sino también por los cambios que genera en los modos de pensamiento, en las prácticas y en relaciones sociales, de ahí su valor simbólico (Hernández, 2005; Escobar, 2005). La tecnología, además de representar un conocimiento técnico, es un producto social y como tal la decisión de su desarrollo local implica que se está adhiriendo a una serie de contenidos sociales, culturales, económicos, productivos, etc. (García, 1987). La capacidad de apropiación de las nuevas tecnologías, la función que cumplan y el uso que se haga de ellas dentro de la sociedad, impactará de manera positiva o negativa de acuerdo con la mirada del observador y sus intereses, de ahí su carácter político. En este sentido, la tecnología también “representa un instrumento de dominación” (García, 1987) y como tal una herramienta de poder para quien la detente, siendo incluso legitimado por un determinado conocimiento que se encuentra implícito en ella.

Dentro del contexto actual de globalización de las relaciones de mercado y la expansión sin fronteras del capital financiero a escala mundial, la tecnología desarrollada en los países centrales fue llegando a la Argentina y el mundo rural se fue adaptando velozmente a estos procesos de cambio, mediante la reconfiguración productiva, social y cultural de sus prácticas y representaciones. Estas transformaciones se sitúan emblemáticamente en dos períodos: en primer lugar en la década del 70 y luego en la década del 90, conformando el nuevo paradigma de “la ruralidad globalizada” (Hernández, 2009). El proceso de modernización de la actividad agropecuaria comenzó a mediados de la década del 60 con la revolución verde⁵ lo cual permitió el incremento de la producción agrícola mediante la difusión de la práctica de doble cultivo soja – trigo, logrando obtener dos cosechas anuales aumentando la productividad y la rentabilidad del sector agropecuario.

En la década de los 90’ se produce otro avance en el desarrollo tecnológico pero esta vez de la mano de la biotecnología. El cambio productivo que comenzó con la revolución verde se expande con el

[5] Es el proceso por el cual se sustituyen variedades locales por aquellas de mayor rendimiento. La revolución verde consistió en la utilización de semillas mejoradas de trigo, arroz y maíz, que adaptadas a diferentes ambientes junto con el uso de fertilizantes y plaguicidas generan mayor productividad.

surgimiento de nuevos eventos desarrollados a través del proceso de transgénesis⁶. En 1996⁷ la CO-NABIA⁸ autoriza la comercialización en la Argentina de la semilla transgénica de soja, un organismo genéticamente modificado (OGM), que en articulación con el herbicida glifosato⁹ la hace más tolerable a las malezas e insectos.

De este modo la conjunción de las semillas OGM + glifosato, denominado “paquete tecnológico”, y la incorporación de nueva maquinaria agrícola bajo técnicas de siembra directa¹⁰ fueron reconfigurando la modalidad de producción primaria en Argentina.

Desde su liberación en 1996, la soja OGM fue adoptándose de forma masiva hasta alcanzar en la actualidad casi el total de la superficie sembrada en detrimento de la soja convencional. Según datos oficiales del informe de ISAA (2011) a nivel mundial los primeros tres países en producir soja RR son: “EE.UU con 29,2 millones de hectáreas, Argentina con 19,2 millones hectáreas y Brasil con 20,6 millones de hectáreas. Los otros ocho países en orden decreciente en superficie de has cultivadas son: Paraguay, Canadá, Uruguay, Bolivia, Sudáfrica, México, Chile y Costa Rica.”

LA TRANSNACIONALIZACIÓN DEL MUNDO RURAL

La llegada de las nuevas agrobiotecnologías al país estuvo acompañada por la expansión de las empresas transnacionales con los nuevos eventos, ya sea en semillas, agroinsumos y servicios para el agro. La implementación de todas estas innovaciones tecnológicas genera un aumento en la dependencia de los productores hacia los productos y servicios generados por estas compañías. Dentro de este marco el aumento del rendimiento y la productividad requiere de la implementación de estos productos acompañados de insumos y maquinarias específicas. Los diferentes actores que quieran intervenir en el sistema agropecuario necesitan de grandes capitales iniciales para invertir, no sólo porque la competitividad en la producción requiere de gran escala sino que además requiere de mayor tecnología, entendida en un sentido amplio: de producción, de comunicación, de información, etc.

La expansión de las compañías multinacionales y del capital financiero en el agro conllevaron nuevas formas de asociación para la producción. Es interesante relevar cómo se fue reconfigurando la cartografía de relaciones asociativas entre productores, empresas de servicios al agro y compañías multinacionales en forma directa o indirecta a través de intermediarios y contratistas. Estos vínculos se fueron cristalizando a través de diferentes tipos de acuerdos, alianzas y fusiones, en cada eslabón de la cadena productiva. Incluso puede verificarse la concentración de las actividades de las compañías

[6] Proceso de transferencia de un gen proveniente de un organismo hacia otro modificando la secuencia de ADN para mejorar alguna de sus propiedades. En el caso de la soja implica la introducción del gen resistente al glifosato. Para mayor información véase: <http://argenbio.org/index.php?action=novedades¬e=255>

[7] En 1996 la Ex-Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación aprueba la comercialización de la soja RR (Round up ready) resistente al glifosato a pedido de la empresa Nidera. En 1998 se libera comercialmente el maíz y el algodón BT a pedido de Monsanto. http://www.monsanto.com.ar/quienes_somos/historia_argentina.aspx

[8] La Comisión Nacional Asesora de Biotecnología Agropecuaria es una institución creada en 1991 que evalúa, asesora y autoriza la liberación de variedades genéticamente modificadas (OVGM) para su experimentación y comercialización

[9] Herbicida de amplio espectro que permite controlar las malezas que afectan al cultivo de soja, el mismo fue patentado por Monsanto bajo la marca Round up Ready (RR). En la actualidad el glifosato se ha convertido en un producto genérico ya que la patente ha expirado en el año 2000.

[10] La siembra directa (o labranza cero) como sistema de labranza permite sembrar sin remover drásticamente la tierra manteniendo los rastrojos en la superficie. Es importante destacar que este método a diferencia de la labranza convencional requiere de un mayor uso de insumos.

transnacionales con el objetivo de lograr mayor control, tendiendo hacia integraciones tanto de carácter horizontal y vertical (Teubal, 2001)

Las integraciones de tipo horizontal se producen a través de fusiones entre empresas, sinergias y adquisiciones que incluyen la compra, venta de unidades de negocios, absorción de compañías más pequeñas o locales, o de manera indirecta a través de acuerdos comerciales de tipo joint venture¹¹ o alianzas ad hoc. Asimismo, siendo el sistema de agronegocio un espacio sumamente dinámico, una empresa que hoy es competidora puede convertirse, en cualquier momento, mediante diferentes transacciones, en parte de la compañía¹² (Teubal, 2006).

Por otro lado, la integración vertical ocurre cuando la misma compañía centraliza el control de las diferentes áreas de la cadena agroindustrial. En efecto, cada vez es más notoria la participación de grandes capitales financieros, provenientes de una misma empresa en cada eslabón de la cadena productiva, desde el laboratorio: mediante actividades de investigación y desarrollo, pasando por la producción y comercialización: producción y venta de semillas, productos fitosanitarios, insumos, maquinarias, hasta actividades productivas: asociación con productores para siembra de cultivos, acopio de granos, la comercialización de los cereales o los productos industrializados (predominantemente harina o aceite) para a la exportación.

Con lo descrito hasta aquí podemos entrever que la velocidad de los cambios acaecidos en el medio rural, en menos de 50 años, han redefinido las condiciones necesarias para la producción y la organización del proceso productivo.

Ahora bien, estas transformaciones no hubieran podido desarrollarse sin un acompañamiento político-económico acorde con estos intereses. Desde la década del 60 hasta el 80 el Estado acompañó la expansión productiva y el crecimiento de la producción agropecuaria a través de financiamientos que fomentaron la inversión y modernización del sector para la implementación de tecnología de punta (Barsky, et al, 2009). Dadas las ventajas comparativas que tiene Argentina en la producción agropecuaria y que la han caracterizado históricamente como país agroexportador, la incorporación de tecnología de punta actuó como dinamizador del sector, especialmente en la región pampeana. Tal como indica Obschatko (1988), las políticas orientadas al sector agropecuario durante este período son sumamente discontinuas, con vaivenes dentro de un marco de inestabilidad y crisis económica. Sin embargo, la coyuntura favorable en la que se encontraba el agro permitió la gran expansión de la productividad y el crecimiento del sector.

La década del 90, caracterizada por el desarrollo del modelo neoliberal¹³, generó el marco apropiado para la consolidación del modelo de Agronegocio que se mantiene hasta la actualidad. En el año 2001–2002, se produce una de las crisis político- económica más importantes de la historia argentina que reestructuró las condiciones bajo las cuales se desarrollaba el sector. Una de las medidas más relevantes fue la pérdida de la convertibilidad monetaria que se había mantenido desde la década del 90, lo que se tradujo en un aumento de la rentabilidad para el sector agropecuario, generando condiciones

[11] Refiere a una alianza estratégica entre compañías.

[12] Tal como indica Palau (2010: 218) Un ejemplo paradigmático de integración horizontal es la compañía Monsanto que en la "...última década compró, entre otras, a empresas como Advanta Canola Sedes, Calgene, Agracetus, Holden, Monsoy, Agrocerec, Asgrow, Dekalb Genetics y la división internacional de semillas de Cargill. Dupont es la segunda empresa semillera más grande. Monsanto y Dupont tienen casa matriz en Estados Unidos. Otros gigantes del agronegocio semillero son: Syngenta, Bayer CropScience, Delta Pine, Nidera, Pioneer y Agrow Science

[13] El proyecto de neoliberalismo desarrollado en Argentina y varios países de América Latina durante la década del 90' estuvo caracterizado por la implementación de políticas y reformas de ajuste estructural orientadas a la liberalización de la economía a las reglas del mercado internacional, la apertura del mercado a capitales extranjeros, libre comercio, la desregulación de la economía, reformas fiscales y la privatización sistematizada de las empresas estatales, entre otros. Más específicamente en el año 1991, dentro del proceso de desmantelamiento de las funciones e institucionalidad del Estado se eliminan los organismos que regulaban la actividad agropecuaria como la Junta Nacional de Granos.

locales más que propicias para la consolidación y concentración del Agronegocio orientada a la exportación de commodities¹⁴ (Teubal, 2006; Gudynas, 2008)

A nivel internacional, la década del 90 se caracteriza por fuertes vaivenes en los precios de los productos agrícolas y de los alimentos, sin embargo será a partir del año 2002 que se combinará la fuerte subida de los precios y el aumento de la demanda de granos y commodities, que posicionará a la Argentina en un contexto superlativo para el desarrollo del comercio y la exportación de granos a los mercados globales (Da Silva, 2009).

LAS REDES COMERCIALES TRANSNACIONALES: LA RED ESTRELLA

En sintonía con este proceso estructural, el análisis de la puesta en marcha de una red de comercialización de carácter exclusiva o semi exclusiva por parte de una compañía transnacional, como el caso que aquí presentamos, nos permite poner en evidencia los impactos locales de estas transformaciones y las reacomodaciones territoriales de cada uno de los actores dentro del circuito de comercialización de insumos: las empresas proveedoras de insumos, las agronomías, los técnicos agrónomos y los productores locales.

El sistema de comercialización denominado aquí “red Estrella” comenzó a gestarse entre principios de 2002 y 2004 en un contexto de profundos cambios como fue justamente el comienzo de siglo XXI¹⁵ en la Argentina. En este escenario la compañía transnacional Semgen decide en 2001, mediante una estrategia de expansión global, comprar otra ET de I+D de agroquímicos, adquisición que la reafirmó como una de las empresas más importantes a nivel global, ampliando su paleta de productos y su presencia en el mercado agrobiotecnológico.

A partir de esta adquisición, Semgen decide transformar la lógica de comercialización de sus productos mediante la implementación de un nuevo sistema en red con el principal objetivo de reconfigurar la matriz de relaciones entre los diversos actores que forman parte del entramado rural local. La implementación de este dispositivo generó al interior de la empresa transnacional un conjunto de transformaciones internas como la reestructuración de varios departamentos de la ET (comercial, marketing, atención al cliente, administración) en función de dar soporte integral a la incipiente red estrella. Ahora bien, los cambios al exterior de Semgen serán más significativos ya que generaron fuertes modificaciones en torno a la territorialidad de la red de comercialización y la forma de relacionamiento de la compañía con los eslabones del circuito comercial.

Tradicionalmente Semgen comercializaba y negociaba la venta de sus productos directamente a través de las agronomías, el vínculo con el mercado y el universo de productores se desarrollaba a través de un solo canal, focalizado en el distribuidor local de agroinsumos. El relacionamiento personal era uno de los factores que mayor incidencia tenía en la compra-venta de insumos, donde la compañía no intervenía directamente sino a través de los comercios “intermediarios” que negociaban y distribuían sus productos. De esta forma, la función de la compañía en este circuito era el desarrollo, la producción, el financiamiento, el asesoramiento y la facturación de los insumos a las agronomías, siendo éste último el vínculo de relacionamiento concreto con lo local.

Previo al 2001 el sistema de comercialización de la compañía estaba conformado por un total aproximado de mil agronomías (distribuidores), cada uno de ellos con diferentes perfiles: en magnitud de facturación, capacidad financiera, infraestructura, depósitos, servicios, cantidad de profesionales y asesorías, entre otros. Ninguno de estos comercios mantenía un contrato implícito o explícito de exclusividad / semi exclusividad con Semgen, por lo tanto, además de ser distribuidores de esta ET podían serlo de todas las compañías competidoras de acuerdo con sus propios intereses.

[14] Productos genéricos sin valor agregado.

[15] A partir del 2002 comienza a gestarse el fenómeno del “boom agrícola” caracterizado por el incremento de la producción de commodities para la exportación y el ingreso de divisas al sector. Por otra parte esta hecatombe financiera generó el quiebre económico de muchos productores que por el endeudamiento en dólares no pudieron enfrentar sus obligaciones quedando excluidos de sus actividades.

La puesta en marcha del sistema Estrella dio inicio a una reestructuración de la red de distribución originaria y la planificación de un anclaje territorial diferente con lo local. Durante un proceso de planificación que duró aproximadamente dos años, entre el 2002 y el 2004, de los 1000 establecimientos que distribuían los insumos de Semgen fueron seleccionados entre 100 y 130 agronomías que comenzarían a ser proveedores semi-exclusivos de la empresa. Esta selección no estuvo exenta de “conflictos y disputas” entre la compañía y las agronomías, ya que la pertenencia a la red estaba determinada por el cumplimiento de ciertos “parámetros” impuestos por Semgen. Estas condiciones vistas en conjunto actúan como fuertes disciplinadores en la organización interna de la agronomía que involucran diversos factores como la modalidad de facturación, el nivel de servicios que brindan, la cantidad de empleados que deben tener, proceso que finaliza en un sistema de clasificación de las agronomías según el mayor o menor grado de cumplimiento de estos requerimientos incidiendo en los incentivos económicos que las agronomías recibirán de la ET.

La primera transformación que implementó la empresa fue un cambio en el “sistema de facturación”. Inicialmente la empresa facturaba a la agronomía y la agronomía al productor. En este circuito la mercadería era comprada por la agronomía y enviada a los depósitos de sus establecimientos, de esta forma el precio de venta de los insumos era determinado por la agronomía sin la intervención de Semgen en este proceso. Incluso el financiamiento era dirigido directamente al distribuidor quien lo implementaba a su criterio.

La implementación del sistema de facturación directa es el primer paso para lograr la reconfiguración de este circuito. A partir de este cambio las agronomías comienzan a facturar a los productores con facturas y remitos con membrete de Semgen, en nombre de la compañía. Esto generaría una mayor presencia, visibilización y control de la ET dentro de la transacción ya que los productores reciben estos documentos directamente de Semgen y no del comercio distribuidor. Incluso, la venta y el financiamiento la realizan de forma directa al productor. La facturación directa es el primer paso de este dispositivo que trasciende la emisión de documentos de esta ET y apunta a lograr un acceso de primera mano a la información de los productores.

Este primer cambio permitió luego la instalación de un software de gestión, utilizado frecuentemente en el marketing y denominado CRM¹⁶, en cada una de las agronomías para manejar de manera centralizada la información que los comercios ingresen de los productores. Los datos requeridos por el programa apuntan por un lado a la dimensión cuantitativa y técnica de los productores, entre ellas: dónde siembran, cuáles son las zonas en las que cultiva cada productor, cuántas has. totales maneja y cómo son distribuidas por cada uno de los cultivos (soja, maíz, trigo, girasol, etc.). Por otro lado solicitaron información de tipo cualitativa de los productores intentado relevar los perfiles personales de los productores, las características actitudinales, comportamentales, y “psicológicas” de los mismos. Esta fase cualitativa toma como categorías los aspectos sociales, las características “subjetivas” de los productores: “qué tipo de productor es”, y cómo este *ser/deber ser* del productor incide en el comportamiento y en la posterior decisión de compra, tratando de comprender por qué (no) compra.

La información que obtiene la compañía a través del CRM apunta a los aspectos subjetivos y personales de los productores. Este aspecto relacional genera un fuerte cambio conceptual ya que la ET no sólo está presente en la dimensión comercial sino también en los aspectos más íntimos de cada uno de los productores, recordando el cumpleaños de los miembros de su familia, a través del acompañamiento en las fechas más significativas para ellos con presentes en el comienzo escolar de sus hijos, etc.

[16] CRM (Customer Relationship Management) es un sistema de software de gestión cuyos proveedores más importantes a nivel global son SAP, Oracle y Microsoft Dynamics. El objetivo de esta herramienta de “Gestión de Relaciones con el cliente” es lograr un conocimiento integral de los clientes que consumen determinado producto o servicio. Mediante un sistema de software de gestión se relevan datos de los clientes a partir de la información provista por distribuidores, mayoristas, etc. Los datos más importantes que requiere el sistema CRM son: los datos demográficos, características personales, actitudinales, patrones, hábitos e historial de compra, entre otras. Con esta información las empresas pueden centralizar la gestión de sus clientes, realizar categorizaciones y segmentaciones para generar estrategias de venta diferenciadas y “fidelizar a los clientes” que son rentables para la compañía.

(El CRM) es el manejo personalizado de clientes en la cual la empresa tiene un programa y utilizando al distribuidor como la persona, o cómo el ente que pasa datos (que) junto con la compañía tiene registrados los clientes en rentabilidad, en hectáreas sembradas, en productos utilizados, en cosas muchas más finas como por ejemplo, como está compuesta su familia, dónde vacaciona, qué día es el cumpleaños de su señora y le manda un regalo, o sea hay un presupuesto en las compañías para ese tipo de marketing que va a lo personal¹⁷.

Ahora bien ¿Cómo logró la ET obtener toda esta información de los productores de todo el país? Para formar parte de la red Estrella la compañía requirió a las agronomías locales los datos de los productores que eran clientes de estos productos. La ET quiere tener acceso a aquellos productores con una facturación concreta y/o potencial mayor a USD 50.000. Ese es el perfil sobre el cual implementarían diferentes tipos de estrategias. Los que se encuentren por debajo de ese monto quedarán excluidos del sistema, es decir, bajo la atención directa de las agronomías ya que no son de interés directo de Semgen. Este cambio implicó que los distribuidores deban entregar la base de datos de estos productores a la compañía, la información que durante tantos años habían acumulado de todos sus clientes, esta fue la condición sine qua non para poder formar parte de la red. Este requerimiento se convirtió en uno de los ejes centrales que demarcaría quiénes formarían parte de la red o no. Muchas de las agronomías no quisieron brindar información tan esencial para ellas temiendo que en un futuro la compañía “los pueda puentear” y logre un vínculo con el productor por fuera de la agronomía, por tanto hubo muchos comercios que no accedieron a este requerimiento y quedaron afuera de la red de Semgen.

La facturación directa y el sistema CRM son los eslabones de un sistema más denso y complejo que es el del manejo de la información de los productores. Veamos la perspectiva de un agrónomo sobre la implementación de la facturación directa en su comercio:

Estas empresas multinacionales, se meten de tal manera dentro de tu comercio, ¿no? donde a vos te brindan una computadora, vos tenés que poner un administrativo, te hacen (cargar en el sistema que) está en red con la central de ellos. Y la facturación directa no es solamente la facturación directa (...) le tenés que dar toda la vida del productor entonces le estás entregando todo. Hoy ellas son dueñas, deben tener la base de datos mejor (más completa) que una agronomía misma, del productor que vos lo tenés de vecino¹⁸.

Se puede apreciar aquí que la facturación directa como dispositivo de penetración territorial es sumamente eficaz, e implica mucho más que la acción misma de facturar, es un reacomodamiento del rol de la agronomía dentro del sistema. De aquí surge uno de los elementos que más poder les otorga a las ETs a nivel local.

La compañía transnacional a través del dispositivo de facturación directa y CRM implementa un nuevo orden de control sobre las agronomías y los productores. El acceso a la información en la era de las comunicaciones, el marketing personal y el consumo se torna un factor fundamental para aumentar la rentabilidad, su presencia en el mercado local y la eficiencia en lograr un vínculo directo con el perfil de productores que son interesantes para ellos, es decir los más profesionalizados, los que cuentan con capacidad para adoptar la tecnología que estas compañías despliegan.

Las agronomías que aceptaron este cambio conceptual del negocio debieron entregar la base de datos con la información de todos los productores a Semgen y articular su organización de trabajo cotidiana¹⁹ a todas las condiciones que impuso la ET.

[17] Entrevista realizada a un Ing. Agrónomo gerente de una agronomía de la localidad de Junín, Provincia de Buenos Aires.

[18] Entrevista realizada a un Ing. Agrónomo socio-gerente de un comercio de la localidad de Azul, Provincia de Buenos Aires.

[19] La estrategia de Semgen apunta a controlar y homogeneizar la gestión del trabajo cotidiano de las agronomías incidiendo directamente en el número de técnicos agrónomos y personal administrativo para atención de cuentas de la ET, los servicios que deben proveer a los productores (asesoramiento, capacitaciones, eventos informativos), en infraestructura general (plantas de acopio, calidad de los depósitos), entre otros.

LA SINTONÍA FINA: EL NEGOCIO DE PRECISIÓN

La inserción de la transnacional en el territorio local se puede dividir en dos etapas. La primera comenzó con la facturación directa y la implementación del sistema de CRM que dio inicio a la puesta en marcha de la red Estrella. En este período se sientan las bases del nuevo circuito comercial a través de la selección de los establecimientos, la instalación en las agronomías de los programas de base de datos, la facturación directa y CRM, pero principalmente se realizaron las negociaciones en torno al acceso a la información que requirió Semgen sobre los productores. Esta primera etapa abarca el periodo comprendido entre el 2002 y el 2009 donde en resumen la compañía logra un mayor control sobre la logística en la cadena comercial y sobre la distribución física de los productos. Así pues, alcanza mayores ventajas financieras con la reducción de los costos de transacción en la facturación y se reducen riesgos crediticios ya que se diversifica el nivel de crédito en mayor cantidad de operaciones, en lugar de 1000 distribuidores factura a más de 6400 productores de manera directa. Entonces lo que en el sistema anterior permitía a la agronomía tener mayores niveles de crédito concentrados en una sola operación atomizada, en la actualidad ese nivel de crédito se diversifica en varias operaciones de menores montos protegiendo a la compañía de posibles pérdidas, como la del 2001.

La segunda etapa de transformaciones abarca desde el 2009 hasta la actualidad e implica la puesta a punto del “sistema Estrella”. Este segundo período fue denominado por Semgen “Negocio de precisión” y es donde comienza la sintonía fina del proyecto. Sentadas las bases de la primera etapa, en este segundo período los comercios que conforman la red se fueron aggiornando a los requerimientos de la compañía y los mecanismos de disciplinamiento se hicieron más visibles. Luego de cumplida esta primera etapa cuantitativa que divide a los comercios entre “los de adentro y los de afuera” de la red, en el 2010 se suma una segunda etapa cualitativa que incluye la categorización de los comercios²⁰. Este proceso de cambio será evaluado por la ET que categorizará a los comercios de acuerdo con el cumplimiento de los parámetros que ella impone. Estas transformaciones que comenzaron con la facturación directa en el 2004 se intensifican en el 2010 penetrando en cada intersticio de la agronomía. En este sentido, el nivel de intervención de Semgen en la organización del trabajo cotidiano de las agronomías es cada vez mayor y los mecanismos de control sobre la red comercial se han ido ajustando. Este mismo proceso de categorización y control se lleva a cabo en la actualidad con el universo de productores agropecuarios sobre los cuales la ET quiere ejercer cada día un mayor control.

LAS AGRONOMÍAS Y SU CONVERSIÓN A COMERCIOS ESTRELLA

El cambio que generó en algunas agronomías su conversión a filiales Estrella fue un proceso en el cual los factores económicos y simbólicos tuvieron gran influencia en el éxito del dispositivo. Dentro del universo local las agronomías y los productores pueden estar en mayor o menor medida de acuerdo con la expansión del poder de las transnacionales en el sistema, sin embargo no se interpelan desde ningún flanco “las reglas del juego” que impone este sistema productivo, ni tampoco la adopción del paquete tecnológico y menos las consecuencias negativas que trae aparejado este proceso²¹, al contrario todos las acatan.

El relato de las agronomías sobre este proceso nos permitió verificar que para estos, la no aceptación de las condiciones que impone Semgen conlleva dos temores: la pérdida de “apoyo” que las compañías pueden brindar o directamente la exclusión de la red de comercialización. En el territorio

[20] Las agronomías se catalogan en cuanto a dos criterios: aquellos vinculados directamente con la venta de los productos Semgen y los relacionados a la organización y la gestión del trabajo del comercio, su nivel de lineamiento, y proactividad con la ET. Por otro lado se pagan incentivos económicos sobre la organización y la gestión del trabajo de la agronomía como se menciono en apartados anteriores.

[21] Las consecuencias negativas a las que nos referimos son: la concentración productiva, la exclusión del sector de pequeños productores, campesinos, comunidades indígenas, la expansión del cultivo de transgénicos, los posibles efectos negativos de los agroquímicos sobre la salud, entre otros. Temas que generan gran controversia dentro del modelo de producción actual.

■ estos comercios deben competir diariamente con los distribuidores de las empresas competidoras, por lo tanto el nivel de apoyo que tengan de la ET determinará su nivel de rentabilidad y el acceso a los campos de productores. A las agronomías, tal como nos comentaba un agrónomo, “les da chapa” izar la bandera la compañía transnacional a la cual están vinculados. De esta forma pareciera que el nombre propio y la independencia de la agronomía se desdibujan frente al empoderamiento de estas empresas y su simbología en el ámbito local. En este universo tan competitivo aceptar las reglas del juego implica ser parte del modelo de éxito, y si esto acarrea una pérdida de la autonomía, es el precio que debe pagar la agronomía por el éxito comercial.

Con lo expuesto hasta aquí vemos que la presión que ejerce Semgen sobre las agronomías es cada vez mayor, interviniendo en las pautas de organización del trabajo del comercio y en cada intersticio de la cotidianeidad del distribuidor. Esto denotaría un alto nivel de subordinación de las agronomías a la lógica global de las transnacionales y la pérdida de la capacidad de decisión e independencia en post del cumplimiento de los parámetros impuestos por Semgen.

CONSIDERACIONES FINALES

El estudio de caso que aquí presentamos es una muestra de los dispositivos materiales e ideológicos que generan las compañías transnacionales para expandir su poder en el mercado a escala local, como también regional y global. La ambición de poder de las ET es dinámica y requiere de la creación constante de nuevos dispositivos de territorialidad que les permitan competir entre sí y mantener el control del mercado. En lo estructural estos mecanismos operan a través de fusiones, adquisiciones y acuerdos ad hoc con otras compañías. A nivel local mediante la implementación de dispositivos innovadores que penetran y transforman los universos sociales simbólicamente significativos para los sujetos. Tomando como estudio de caso la red de comercialización de Semgen, se ha procurado explicitar las prácticas y representaciones materiales y simbólicas que este modelo configura y cómo incide al interior de las redes locales. Por este motivo consideramos necesario relevar las narrativas del proceso de transición y adaptación de los actores a estas transformaciones, ya que estos cambios no estuvieron exentos de profundos conflictos y tensiones que generaron rupturas con los sentidos que el “campo” tenía para cada uno ellos.

La implementación de la “red Estrella” se encuentra en consonancia con la magnitud de los cambios que trajo aparejado “la ruralidad globalizada” y la modernización de la actividad agropecuaria (Hernández, 2009; 2007). Comprender este modelo en su totalidad requiere de la visibilización y el análisis de los múltiples factores que a lo largo de los últimos 50 años fueron dinamizando estos cambios: la adopción masiva de las innovaciones tecnológicas, la revolución verde en la década del 70 y especialmente la biotecnológica en los 90, la consolidación del sistema de agronegocio dentro de un marco político-económico favorable que acompañó la expansión de las ET y el predominio del capital sobre el agro.

A nivel global la investigación y el desarrollo de las empresas de agrobiotecnología se encuentra sumamente centralizada, desde estos centros hegemónicos se decide qué tecnología se promoverá, cómo se comercializará y se delimitan los mecanismos para el control “del suministro de alimentos” (Shiva, 2003). En la actualidad la producción se ha centralizado en unos pocos cultivos OGM (soja, maíz, trigo, algodón) en consonancia con la expansión a nivel mundial del poder de estas compañías. De aquí que la globalización de la producción opere de forma dual: en lo estructural con la transnacionalización y homogeneización de la actividad agropecuaria, y a nivel local con la creación de sistemas en red y dispositivos con anclaje territorial que les permiten a las ET lograr un dominio más acabado sobre cada uno de los eslabones de la cadena comercial.

En este sistema globalizado el control de la información es una de las claves de empoderamiento de las ET. La articulación de distintas herramientas tecnológicas como la facturación directa o el sistema de CRM tienen como objetivo la concentración de la información del mercado a través de la cual

se puede categorizar a los comercios y a los productores, intentando controlar sus acciones, premiando y castigando el grado de adaptación a este cambio de paradigma productivo, como la capacidad subjetiva de éstos para incorporar la tecnología desarrollada por las ET.

La innovación tecnológica a la que apela este modelo construye una representación social en donde los cambios se producen tan velozmente que estar alineado con una compañía transnacional se convertiría en la mejor forma de estar a “la vanguardia”, teniendo como fin último el de pertenecer a este universo de la tecnología y el conocimiento, la modernización y el progreso. Desde este núcleo de poder las ET ejercen su hegemonía y construyen un imaginario social de éxito anclándose territorialmente a través de estos dispositivos como la red estrella.

BIBLIOGRAFÍA

- BARSKY, O y GELMAN, J. 2009. “*Historia del Agro Argentino. Desde la conquista hasta comienzos del siglo XXI*”. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- DOMINGUEZ, D y SABATINO P. 2006. *Con la soja al cuello: crónica de un país hambriento productor de divisas. En Los tormentos de la materia. Aportes para una ecología política latinoamericana*. Alimonda H. (Comp.) CLACSO. Buenos Aires.
- ESCOBAR, Arturo. 2005 “Bienvenidos a Cyberia, notas para una antropología de la cibercultura”. *Revista de Estudios sociales*. N° 22, pp. 15-35
- GARCIA, Beatriz. 1987. “Estado y desarrollo tecnológico”. *Realidad Económica*, Pp. 38 a 45
- GRAZIANO DA SILVA, José. 2009. “Un New Deal para la agricultura”. *Nueva Sociedad*, Nro. 223. PP. 40 a 55.
- GUDYNAS, E. 2008 “Un análisis preliminar de las transformaciones recientes en la agricultura latinoamericana”. *Economía Crítica y Desarrollo* Vol. 3(5). pp. 167 a 191.
- HERNÁNDEZ, Valeria. 2005 “Etnografías globalizadas”. *Publicaciones de la Sociedad Argentina de Antropología*. Buenos Aires.
- HERNÁNDEZ, Valeria. 2007. “El fenómeno económico y cultural del boom de la soja y el empresariado innovador”. *Desarrollo económico*, Vol. 47, N° 187. pp. 331 a 365.
- HERNÁNDEZ, Valeria. 2009 “Ruralidad globalizada y el paradigma de los agronegocios en las pampas gringas”. En Gras C. y Hernández V. A. (edit.) *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*. Editorial Biblos, Bs. As. PP. 39 a 64
- HILL, Jonathan. 1998. *Rethinking History and Myth, Indigenous, South American Perspectives on the past*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press
- JAMES, Clive. 2011. *Global Status of Commercialized Biotech*. GM Crops: 2011. ISAAA Brief No.43. ISAAA: Ithaca, New York. Disponible en: http://www.isaaa.org/resources/publications/biotech_crop_annual_update/download/01%20Soybean%202012.pdf
- MARCUS, George. 1995 “Etnografía en el Sistema mundo: La salida de la Etnografía multi-situada” *Annual Reviews Antropología*. 24 pp. 95-1117
- OBSCHATKO, Edith S. 1988. “Las etapas del cambio tecnológico” En: La agricultura Pampeana, transformaciones productivas y sociales”. FCE.
- PALAU, Tomás. 2010 “Las transnacionales del agronegocio” En: Korol, C (Coord.) “*Resistencias populares a la recolonización del continente*”. Disponible en: loslibroslibres.files.wordpress.com/2010/08/patagonia-final-simples
- ROMAN, M y GONZALEZ M. (2006). Concentración de la producción Estudios de caso en las Provincias de Buenos Aires y Córdoba, Argentina. *Cuadernos de desarrollo Rural*, Julio – diciembre 057. Bogotá, Colombia. PP 33-58

SAHLINS, Marshall. 1985. *Islands of History*. Chicago, University of Chicago Press.

SHIVA, Vandana. 2003. *Cosecha robada: El secuestro del suministro mundial de alimentos*. Editorial paidós

TEUBAL, Miguel. 2001. "Globalización y nueva ruralidad en América Latina". En: Norma Giarraca (Comp.) *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, CLACSO pp. 45 a 65.

■ TEUBAL, Miguel. 2006. "Soja transgénica y crisis del modelo agroalimentario argentino". *Realidad económica*, N° 196

TEUBAL, Miguel. 2006. "Expansión del modelo sojero en la Argentina. De la producción de alimentos a los commodities". *Realidad económica*, N° 220: 71-96.