

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL.

Di Nucci, Josefina^{*}
Lan, Diana^{**}

El uso del territorio por parte de las empresas

En el actual período técnico-científico-informacional, el discurso de la globalización y de su consecuente espacio global, intenta ocultar las fuertes desigualdades territoriales y sociales existentes, es decir, la fragmentación como proceso indisoluble de la globalización. Uribe Ortega plantea que *"el proceso de globalización con sus flujos marcadamente unidireccionales, se desenvuelve bajo los patrones de crecimiento desigual que caracterizan la expansión capitalista; si bien pretende uniformar culturalmente, esta lejos de "homogeneizar" el paisaje económico social tanto a nivel mundial como en el interior de cada nación. Por el contrario, provoca una multitud de procesos de fracturas o rompimientos en el espacio-tiempo"* (Uribe Ortega, 1994: 4).

Es en este contexto, que resulta necesario darle un nuevo significado al espacio geográfico analizado como sinónimo de territorio usado. Se define al *"espacio geográfico, como la unión indisoluble de sistemas de objetos y sistemas de acciones, y sus formas híbridas, las técnicas, que nos indican como el territorio es usado: como, donde, por quién, por que, para qué"* (Santos y Silveira, 2001: 11). En los diferentes períodos de la historia, el contenido del espacio va cambiando; en la actualidad, es necesario estudiar los nuevos contenidos, rever los sistemas de objetos, los sistemas de acciones, y las normas que mediatizan y regulan a estos sistemas. El espacio se materializa en un territorio, conceptualizado como *territorio usado*, lo que indica que éste se piensa como actor, es decir en su papel activo. Esto se logra, comprendiendo la construcción del territorio, según sus usos y el movimiento conjunto de las partes; el territorio usado es el espacio de la sociedad.

En la actualidad, podemos encontrar divisiones del trabajo a escala local y a escala global, pasando por la escala nacional. Las empresas, producen sus propias divisiones del trabajo, algunas ocupan el territorio a partir de lógicas globales, otras operan siguiendo lógicas nacionales y otras, como las actividades

^{*} Becaria de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires. E-mail: dinucci@fch.unicen.edu.ar

^{**} Centro de Investigaciones Geográficas. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional del Centro. E-mail: dlan@fch.unicen.edu.ar

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL

del circuito inferior de la economía, se limitan a áreas menores, como puede ser dentro de la ciudad.

En los países pobres, existe muchas veces una cierta horizontalidad de la actividad, ya que hay empresas que poseen una relación muy fuerte con el territorio, lo que las hace muy dependientes de las condiciones de la sociedad, y de los intereses sociales, políticos y económicos de cada una de las áreas. Sin embargo las grandes empresas mantienen una relación vertical con estos lugares, instalándose en puntos del territorio que resultan ventajosos en algunos momentos, los que son abandonados cuando las condiciones dejan de beneficiarlo.

Las empresas usan de manera diferencial y jerárquica el territorio, debido a que cada una de ellas posee una lógica territorial propia, formada por los puntos necesarios para desarrollar su actividad; hoy más que nunca, las empresas responden en mayor medida, a una lógica internacional, eligiendo el conjunto de puntos que haga que sus operaciones les permitan una posición ventajosa a escala global. Así, las empresas más poderosas, ejercen su poder eligiendo los puntos del territorio que consideran más competitivos, mientras que las empresas menos poderosas, usan el resto del territorio, dejado por las grandes. Se forman así, *espacios luminosos y espacios opacos*, en realidad existe toda una gama de lugares luminosos y de lugares opacos, disputados por empresas con diferentes grados de modernidad capitalista u organizacional.

Los circuitos espaciales de producción

A partir del estudio de los circuitos espaciales de producción, se logra entender el funcionamiento del territorio. Éstos están formados por las diversas etapas que atraviesa un producto, desde la producción hasta el consumo. Santos y Silveira (2001), señalan que la localización de las diversas etapas del proceso productivo (producción propiamente dicha, circulación, distribución, consumo), pueden ser geográficamente disociada por la fluidez y autonomía del territorio. Esto lleva a que cada vez sea más importante la complementación entre los lugares, lo que trae la conformación de circuitos productivos, que determinan flujos con dirección, intensidad y fuerza variante, dependiente de las formas productivas, de la organización espacial preexistente, de los lineamientos políticos presentes y de las condiciones del mercado mundial y nacional.

A través de los circuitos de producción se analizan los flujos por el territorio, logrando una visión dinámica, del territorio. El concepto de circuitos espaciales de producción, reemplaza al de circuitos regionales de producción, ya que la elaboración de un producto hoy en día, trasciende la escala regional. En la actualidad se da una división territorial del trabajo, por la que se tiende a cambiar la

noción de circuitos regionales de producción por la de *circuitos espaciales de producción*.

Para analizar el caso de la fase de distribución, dentro del circuito espacial de producción, resulta necesario diferenciar entre los conceptos de distribución y comercio. Barata Salgueiro, considera al comercio, como la fase intermedia entre la de producción de bienes y servicios y la del consumo y utilización, llevando los productos hasta los consumidores. Esta autora usa el concepto de distribución, en un sentido integrado del comercio mayorista y minorista, ya que comprende "*al conjunto de actividades que se suceden desde que un producto queda concluido hasta que se usa por el consumidor, llegando a incluir servicios de posventa. Incluye la compra de artículos a los productores, y cuando se trata de producciones dispersas, de su reunión en puntos más centrales, el transporte y almacenamiento, el fraccionamiento y embalaje de productos en cantidades accesibles al consumidor y respectivo etiquetado; el transporte de las mercaderías hasta los puntos de venta y la promoción de los artículos de modo de tomarlos llamativos para la compra. Véase, por tanto, que el comercio mayorista, como el minorista son etapas en la distribución, que puede tener simplificadas algunas tareas*" (Barata Salgueiro, 1996: 2).

Se puede diferenciar dentro del circuito de producción, un *circuito de distribución*, que es "*el conjunto de agentes económicos utilizados por un productor para llevar sus productos hasta los consumidores*" (Barata Salgueiro, 1996: 2). Este circuito puede ser la llamada *venta directa o circuito directo* (productor-consumidor); el *circuito de distribución corto* (productor-minorista-consumidor) o el *circuito largo*, (productor, mayorista, minorista, consumidor).

Argentina, espacio nacional de la globalización

El proceso de globalización, visto como el estadio supremo de la internacionalización comenzado décadas atrás, intenta la homogeneización territorial y social. Para esto, obedece a principios que permiten que este proceso de escala global, se materialice a diferentes dimensiones como puede ser la nacional. Dentro de los principios, el proceso global necesita que el Estado pierda su papel protagónico de organizador y regulador de la economía y de la sociedad, y favorezca a los capitales sin patria ni propietarios, de origen transnacional.

De esta manera, a partir de mediados de los años '70, se asiste a un proceso de reestructuración de la economía argentina en general, y particularmente del sector industrial, donde se genera concentración del capital, inestabilidad, estancamiento y redistribución fuertemente regresiva del ingreso, que ha llevado a la existencia de una sociedad cada vez más excluyente.

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL

Como señalan Aspiazu y Nochteff (1994: 3): *“el diagnóstico y las recomendaciones que dominaron el discurso y las políticas económicas a partir de 1976 se pueden resumir fácilmente: menos intervención estatal y más mercado, interno y externo, porque la intervención impedía que la iniciativa privada desplegara su vocación de creatividad y de inversión; menos despilfarro en consumo y más austeridad, para que aumente el ahorro y la inversión; menos holganza y atraso tecnológico y más modernización y trabajo, para que aumente la productividad, que, al fin y al cabo, es la única forma de aumentar el bienestar. Privatización, apertura, desregulación y sacrificio presente para el bienestar futuro”.*

Estas ideas, se profundizaron en la década de los '90, a partir del programa de estabilización implementado a principios de 1991. El Plan de Convertibilidad, fue acompañado de tres pilares fundamentales en esta estrategia neoliberal: la creciente desregulación de la economía, la acelerada privatización de empresas públicas productoras de bienes y prestadoras de servicios, y la profundización del proceso de apertura externa.

Las consecuencias desde el punto de vista social son altamente costosas, las cuales se pueden resumir en tres: el explosivo crecimiento del desempleo y el subempleo estructural; la tendencia cada vez más desalentadora en las condiciones de vida de la población y una distribución del ingreso, con un perfil de creciente regresividad. El proceso de desindustrialización se acentúa con el correr del tiempo, con efectos regresivos *“dada la creciente desaparición de pequeñas y medianas empresas del sector, se genera un fuerte endeudamiento externo del sector privado y público, y se organizan nuevos grupos económicos con distintas estrategias y funciones”* (Rofman, 2000: 25).

En el año 2001, pareciera que el ciclo económico neoliberal comenzado con las dictaduras militares en los '70 a entrado en crisis, pero se considera que: *“la convertibilidad se derrumbó por sus propias contradicciones y fue sustituida por otro régimen cambiario. Pero el nuevo sistema no modificó ningún aspecto esencial del orden imperante desde hace más de veinticinco años, como lo demuestra la distribución de beneficios entre los grupos económicos locales y extranjeros, las alianzas tejidas para administrar el cambio y, finalmente, pero no menos importante, el alineamiento externo del gobierno interino”* (Sevares, 2002: 6).

El espacio nacional ha sido organizado de manera que sirva a los intereses hegemónicos no nacionales, sobre todo el de las grandes empresas, que en el uso del territorio argentino, han logrado fragmentarlo, y hasta hacerlo anárquico a los intereses nacionales.

Metodología.

La metodología utilizada para el análisis del sector de gaseosas en Argentina y en particular para el caso de Tandil, se realizará a través del circuito espacial de producción. Se han utilizado fuentes primarias y secundarias. Dentro de las fuentes secundarias se utilizarán datos extraídos SAGPyA, del Ministerio de la producción de la Republica Argentina; del Censo Industrial del partido de Tandil de 1994 y su actualización 2002 y, datos del INDEC 2002.

Se han implementado entrevistas semiestructuradas para elaborar las fases del circuito productivo de la industria de la gaseosa local: MOCORETÁ. Los datos obtenidos de producción y distribución corresponden al año 2002 (resulta necesario esta aclaración porque desde este año esta empresa a entrado en una profunda crisis).

En lo que respecta a las marcas, se ha seguido la siguiente clasificación, adaptada para el caso de Tandil:

- MARCAS ("primeras marcas" líderes, de Empresas globales, (LÍNEA COCA-COLA y LÍNEA PEPSI) y "segundas marcas" o "marcas B", de Empresas Globales: CRUSH, SHWEPES y TAI (para COCA-COLA) y MIRINDA (para PEPSI)).
- NO MARCAS (marca local: MOCORETÁ; marcas pertenecientes a hipermercados, denominadas *marcas propias*, y "terceras marcas": nuevas marcas de gaseosas).

Finalmente, los datos obtenidos sobre la distribución espacial de las ventas de gaseosas de la empresa local, se trabajaron a partir de un Sistema de Información Geográfica, sobre una carta base de sectorización por condiciones socioeconómicas de Tandil, realizada por Velázquez y Morina para los años ochenta y actualizada por Pérez, M. en el 2002, "*Distribución espacial de las clases sociales en las unidades de localización propuestas*", en la cual se divide la ciudad en tres espacios según clases, denominadas: espacios de clases acomodadas, espacios de transición y espacios obreros.

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL

El circuito productivo espacial de la bebida gaseosa de la empresa local MOCORETÁ

El circuito productivo de la bebida gaseosa de la marca local MOCORETÁ, se analizará a partir de las etapas de la que producción y la distribución.

La empresa local Tandil Jugos SRL, pertenece al grupo económico RPB S.A (de capitales Argentinos), fue creada en el año 1978 y es licenciataria de la firma Mocreata, localizada en Gualeguaychú, provincia de Entre Ríos. Esta empresa se ha visto fuertemente afectada por la devaluación, debido a que muchos de sus insumos se rigen a precio dólar.

Producción:

En la empresa local se realiza la elaboración de gaseosas, jugos y vino, además la distribución de otros productos de la firma, como por ejemplo TOMATE TETRA BREACK y JUGOS BAGGIO.

La elaboración de gaseosas Mocreata es reciente, se realiza desde el año 1997. Respecto a las causas del surgimiento de las terceras marcas en general y de la local en particular, el entrevistado considera que *"la causa de la elaboración de gaseosas fue que el consumidor va cambiando los hábitos y uno tiene que estar del lado del consumidor siempre. Las nuevas generaciones tienen facilidad para poder comprar gaseosas (porque en los años '80 y '90 no se podía comprar gaseosas porque eran muy caras); salieron muchas nuevas marcas al mercado, muchas de las cuales eran agua con colorante y un poquito de gas, pero la gente comienza a consumir estas gaseosas. A partir de entonces las grandes empresas como COCA-COLA O PEPSI-COLA, empezaron a bajar los precios para aumentar sus ventas. Así se abrió el mercado de las gaseosas, en el cual nosotros podíamos incursionar, poniendo un buen producto a un buen precio. Se hicieron varios ensayos, varias pruebas, hasta que salió la gaseosa con el renombre y el respaldo de los jugos"*.

En el análisis del circuito espacial de la producción de la bebida gaseosa de marca local, se observa que la localización de diversas etapas del proceso productivo, se encuentran geográficamente disociada, debido a la fluidez del territorio y a la autonomía que éste adquiere en la división espacial del trabajo.

La empresa, se expresa territorialmente, alcanzando una complementariedad entre diferentes lugares, (como Gualeguaychú, Tandil, Tierra del Fuego y Pilar), generando así, circuitos productivos y flujos, que van a poseer

una determinada dirección e intensidad según los condicionantes del mercado, la organización del espacio y las condiciones político- económicas establecidas.

De esta manera, el circuito productivo espacial comienza en la ciudad de Gualeguaychú (Entre Ríos), desde donde se provee de ciertos insumos, usados luego en la planta local para la elaboración de jugos y gaseosas de ésta marca. En dicha ciudad, se realiza la molienda de la naranja o del pomelo, se separa de la fruta, la pulpa del jugo, se combinan en distintos porcentajes y se agregan los colorantes y otros aditivos. Este subproducto (que es la base para la gaseosa/ jugo), llega a la ciudad de Tandil en camiones/tanques cisternas. En la planta local, se realiza una premezcla, de azúcar, agua y solución del concentrado. Además, para la fabricación de las gaseosas se usan jarabes, y lo que se denomina el jugo de la gaseosa, aunque no todas las gaseosas tienen este compuesto, ya que es muy difícil de manejar químicamente porque se pone inestable rápidamente. A la premezcla, se le agrega dióxido de carbono, conservantes, colorantes y azúcar que sirve para la elaboración de jugos y gaseosas, adicionándole a esta última, gas carbónico.

Es en esta etapa del circuito, que con tecnología específica en una máquina procesadora, se realiza la premezcla (jugo, agua de pozo y dióxido de carbono), la cual sale preparada en porcentajes altos, y es la máquina, la que se encarga de diluirla; por último, se agrega el gas. Se elabora así las gaseosas, siendo los sabores naranja, pomelo, lima y cola.

En la misma empresa se realiza también, el envasado en botellas de plástico que por medio de una técnica de soplado, se obtiene las botellas de tamaño natural conocidas (2250 cc, para este caso). Esta técnica se efectúa a partir de unos "tubitos" de plástico, traídos desde Ushuaia, Tierra del Fuego (fabricados por el mismo grupo), inyectados previamente antes de ser soplados.

Por último en la empresa local la gaseosa se embotella, se tapa, se etiqueta y se empaca, pero la etiqueta no es realizada por la firma, sino que se compra a otras empresas localizadas en el Parque industrial de Pilar.

Esta planta embotelladora de gaseosas, produjo para el año 2002, 2 millones de botellas, que corresponden a **4 millones de litros mensuales**, de las cuales se distribuyen en la ciudad 43.608 botellas, que hacen un total de **87216 litros por mes**.

Distribución:

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL

A escala nacional, la distribución de productos MOCORETÁ, es por circuito largo (productor–mayorista–minorista–consumidor) y se divide en dos grandes zonas: una le corresponde a Tandil Jugos y se extiende desde La Plata, recorre la costa, hasta Tres Arroyos, La Pampa, hasta Rufino (Santa Fe), y desde esta última ciudad hasta Cañuelas, terminando en La Plata, (no incluye Capital Federal y el Gran Bs. As.); la segunda zona, corresponde al resto del mercado nacional y es comandado desde la Casa Central.

La zona Pampeana, esta dividida en 4 subzonas con un vendedor de la empresa local cada una; al término de 48 horas llega el pedido a las diferentes ciudades en camiones acoplados desde la empresa tandilense.

Dentro del Partido de Tandil, la distribución de gaseosas, se realiza por medio de un circuito corto, ya que la misma empresa actúa como mayorista. Poseen 4 vendedores (con camiones propios), y 2 supervisores, que realizan la distribución a los minoristas y a algunos de los supermercados más pequeños de la ciudad.

La carta N° 1, muestra la distribución de la marca local de gaseosas, dividida en 4 zonas (siguiendo la misma división que posee la empresa para realizar el reparto), observándose el uso diferencial que la empresa realiza del territorio local, a partir de la distribución de sus gaseosas.

En la zona N° 2 se observa el territorio fragmentado de las clases obreras de menor nivel adquisitivo, en el cual la sociedad se expresa a través del consumo de gaseosas de *no marca*, concentrándose en él, las mayores ventas de la marca local.

En el resto de las zonas se observa una distribución más homogénea, lo cual es lógico si se tiene en cuenta que esta *no marca* pertenece a la empresa local, que posee mejor calidad y renombre que cualquiera de las terceras marcas; aunque su precio en el mercado sigue siendo muy inferior al de las primeras marcas.

Dentro de la red conformada por los hipermercados y supermercados de la ciudad, de expendio de las gaseosas de origen local, podemos afirmar que ocupan los intersticios de dicha red y usan los espacios de la horizontalidad, distribuyendo solo en los supermercados de capitales locales como son: Supermercados Monarca, Supermercado Avenida y Supermercados Las dos Marías.

Al analizar la fluidez del territorio a partir de las fases de producción, distribución y consumo de la marca local, se tiene una visión dinámica de éste, produciéndose una segmentación territorial de las etapas del trabajo, al unir áreas

que no son contiguas. Se trasciende así, la escala regional, confirmando una vez más la necesidad de sustituir la noción de circuitos regionales de producción por la de circuitos espaciales de producción.

Consideraciones finales.

A escala nacional el territorio argentino se ha estructurado sobre la base de lineamientos externos, para formar parte del supuesto espacio global y lograr así, los beneficios de la globalización; pero en realidad, se ha convertido en un espacio fragmentado, que posee luminosidades (espacios tocados por el proceso global) pero también, una creciente gama de espacios opacos.

Así el territorio nacional es usado por actores hegemónicos, especialmente empresas globales, que estructuradas en redes solo benefician algunos puntos o manchas, que le son rentables a sus fines, dejando otros espacios, fuera, los que se organizan de acuerdo a otros procesos que son locales y simultáneos a los procesos globales Fragmentan así, el territorio, produciendo nuevos recortes en él, a partir de territorios que responden a las verticalidades y otros que pertenecen a la contigüidad espacial de la horizontalidad.

Así, en la última década en Argentina en el mercado de las gaseosas, han surgido numerosas nuevas marcas en el circuito inferior de la economía, que abastecen las porciones del territorio dejadas por las marcas hegemónicas, considerados no rentables, en el uso diferencial que estas empresas realizan del territorio.

En períodos de crisis (como el actual), se observa la relación dialéctica entre los procesos globales y locales, como por ejemplo, las estrategias de las empresas globales para adaptarse a la crisis nacional (botellas de vidrio, segundas marcas, coca-cola de 3 litros); pero sobre todo se ve, como, una empresa como Mocoletá que responde a los procesos locales, no logra tan fácilmente encontrar estrategias de adaptación, encontrándose hoy, gravemente afectada.

A partir del análisis de la marca local de gaseosas, se comprueba la disociación y complementariedad de diferentes lugares, que trascienden la escala regional, lo que afirma el uso del concepto *circuito espacial productivo*.

La empresa local responde a los procesos locales y actúa en la contigüidad espacial, ya que, su distribución es relativamente homogénea en el territorio de la ciudad, aunque se concentra en los territorios fragmentados de los espacios obreros.

EL CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUCCIÓN DE GASEOSAS: ANÁLISIS DEL USO DEL
TERRITORIO DE UNA EMPRESA LOCAL

Bibliografía

ASPIAZU, Daniel y NOCHTEFF, Hugo (1994) **El Desarrollo ausente. Restricciones al desarrollo, neoconservadurismo y elite económica en la Argentina. Ensayos de economía política.** Tesis/ Norma. Buenos Aires.

BARATA SALGUEIRO, Teresa (1996) **Do comercio á distribuiçao. Roteiro de uma mudança.** Celta Editora. OEIRAS. Portugal.

INDEC. (2002) **Industria manufacturera. Producción, ocupación y salarios 1990-2001. 8 Recopilaciones.** Ministerio de Economía. Secretaría de Política Económica. Bs. As.

JUNTA DE PROMOCIÓN INDUSTRIAL (1994) **Censo Industrial Partido De Tandil.**

NEFFA, Julio Cesar (1998) **Modos de regulación, regímenes de acumulación y sus crisis en Argentina (1880-1996): una contribución a su medio desde la teoría de la regulación.** Asociación Trabajo y Sociedad. Eudeba. PIETE-CONICET, Bs. As.

PEREZ, Miguel Ángel Antonio (2002) **Las clases sociales y sus formas de reproducción social en el espacio urbano. Análisis de la distribución espacial de las distintas clases sociales y su relación con los niveles de equipamientos colectivos y particulares en la ciudad de Tandil durante la década de los noventa.** Tesis de licenciatura en geografía. Departamento de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, UNCPBA, Tandil.

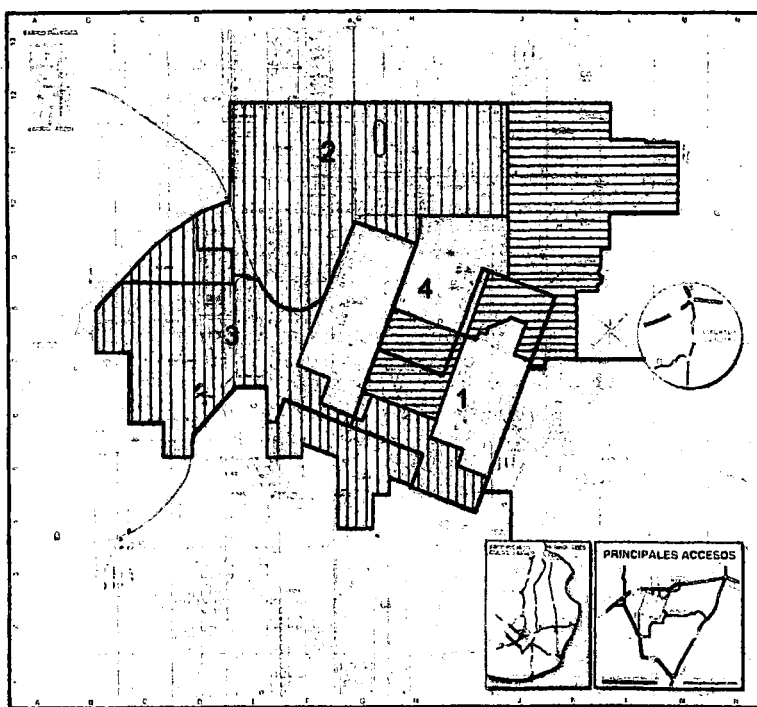
ROFMAN, Alejandro B. (2000) **Desarrollo regional y exclusión social. Transformaciones y crisis en la argentina contemporánea.** Amarrortu Editores, Buenos Aires.

SANTOS, Milton y SILVEIRA, María Laura (2001) **O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI.** Editora Record. Rio de Janeiro.


SEVARES, Julio (2002) *"Anticipos: ¿Por qué cayó la Argentina?"*, en: **Realidad Económica**, N° 188, IADE, Bs. As. Pág. 6-10.

SPOSITO, Savério Eliseu (1999): *"Territorio, logística e mundialização do capital"*. **Dinâmica económica poder e novas territorialidades** (SPOSITO, S. org.). GASPERR. Unesp. Presidente Prudente, pág. 99 – 113.

Carta N° 1. Distribución espacial de la marca local de gaseosas, según porcentaje de ventas. Tandil, 2003.



Zona N° 1: 20 % de total de ventas
Zona N° 2: 38 % de total de ventas
Zona N° 3: 21 % de total de ventas
Zona N° 4: 21 % de total de ventas

 **Espacios de clases acomodadas**
Espacios de transición
Espacios obreros

URIBE ORTEGA, Graciela (1994) *“La articulación entre lo global y lo local en los estudios de geografía humana”*. **Quinto Encuentro de Geógrafos de América Latina**. La Habana, Cuba.