

Algunas tendencias sobre Espacio social y plataformas digitales en la Ciudad de La Plata en el contexto del ASPO y COVID-19

Damián Ariel Giammarino¹

Este artículo es un primer acercamiento como becario del CIG en el proyecto “Territorio y economía. Estudio de cadenas productivas en espacios urbanos y rurales en la Argentina actual”. Por su parte, el tema con el cual comienzo a transitar el camino como becario doctoral del CONICET es: “Cadena de valor de software y servicios informáticos y políticas de desarrollo local en la Argentina. Estudio particularizado del Distrito Informático La Plata”. Esta temática se ve potenciada por la coyuntura actual debido a que durante el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) el uso de plataformas digitales ha pasado a formar parte de muchas de nuestras actividades cotidianas. En este sentido, intentaré realizar unos primeros esbozos sobre la incidencia en la relación que tenemos con el espacio tomando algunas experiencias del Gran La Plata.

A partir de la pandemia del COVID-19 se han generado cambios bruscos de diversa índole. Esto se debe al ASPO como principal medida para evitar la propagación del COVID-19. Asimismo, las actividades económicas se vieron muy afectadas. Según datos del INDEC mediante su estimador mensual de actividad económica se observa una variación del -11,5% para el mes de marzo 2020 en comparación al mismo mes del 2019 y un -9,8% comparando marzo con febrero del 2020². Según datos recopilados por el Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG)³ perteneciente a CLACSO y que toma como base proyecciones de la CEPAL y el FMI para el 2020 nos muestran que el PBI mundial tendrá una contracción entre -2% y el -3%, ese número para América Latina representaría el 5,3% y para Argentina se ubicaría según CEPAL en un -6,5% (datos del mes de abril), pero en las últimas estimaciones del FMI llegaría a un total del -9,9%⁴ (datos del 24 de junio). De todas formas, encontramos una actividad que muestra algunos signos de crecimiento durante la pandemia como son las plataformas digitales a las cuales se accede a través de aplicaciones.

El mismo Marc Zuckerberg (Facebook, Whatsapp e Instagram, entre otras) ha dicho que el tráfico en sus aplicaciones ha crecido exponencialmente⁵. Jeff Bezos (Amazon) ha dicho que en el balance del primer trimestre del año generó ganancias por USD 73.000 millones y su fortuna aumentó en 13.000 millones⁶. Por su parte, Marcos Galperín (Mercado Libre) anunció que la facturación del primer trimestre aumentó un 70,5%, entre enero y marzo los ingresos que tuvo la empresa fueron de unos USD652 millones⁷.

¹ Proyecto I+D H888 “Territorio y economía. Estudio de cadenas productivas en espacios urbanos y rurales en la Argentina actual”.

² https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ema_e_05_207F634B218B.pdf

³ <https://www.celag.org/proyecciones-de-crecimiento-latinoamerica-2020/>

⁴ <https://www.infobae.com/economia/2020/06/24/el-fmi-empeoro-su-pronostico-para-la-argentina-ahora-estima-que-la-economia-caera-99-en-2020/>

⁵ <http://www.iade.org.ar/noticias/las-plataformas-son-las-grandes-ganadoras-de-la-pandemia-es-hora-de-discutir-su-regulacion>

⁶ <https://www.infobae.com/economia/2020/04/21/amazon-la-empresa-que-mas-prospera-en-la-pandemia-vende-10000-dolares-por-segundo-y-se-acerca-al-millon-de-empleados/>

⁷ <https://www.lanacion.com.ar/economia/mercado-libre-facturo-us625-millones-primer-trimestre-nid2362131>

La actividad financiera (empresas Fintech) y el pago digital ha dado muestras de un gran aumento de la actividad mediante los canales digitales. La plataforma Pago Mis Cuentas mostró un crecimiento de un 234%, en personas de 18 a 34 años, entre enero y abril y un 122% en los mayores de 35 años. El aumento total de minutos en el sitio es de unos 291% en personas de 18 a 34 y 127% de aquellas mayores de 35⁸. Por su parte, Mercado de Pago aumentó la transacción de sus usuarios un 48% durante la pandemia, el pago con código QR viene registrando un crecimiento de 15% por semana, los locales que pagan con el link de pago crecieron un 200% y el abono de servicios e impuestos aumentó un 79%. Otra de las Fintech que creció fue Naranja X con 70.000 clientes activos que utilizan las herramientas de link de pago, mostró un crecimiento del 200% de su uso entre abril y mayo, en caso de sumar junio los tres meses equivalen a un nivel de cobros similar a los 15 meses previos a la pandemia⁹.

En contrapartida, se encuentra la situación del Polo IT de La Plata. Este es la continuación del trabajo del Distrito Informático del Gran La Plata en el cual participan unas 124 empresas (en su mayoría PyMEs) dedicadas a la consultoría tecnológica, arquitectura, biotecnología, desarrollo de software, servicios de soporte, experiencia de usuarios, sistemas de gestión de negocios, planificación de recursos empresariales (ERP por sus siglas en inglés), Gestión de las relaciones con clientes (CRM por sus siglas en inglés), entre otras. En torno a la situación actual del polo, según sus propios datos del mes de mayo, el 80% de las empresas que encuestaron sufrirán descensos en la facturación entre 5% y 50%¹⁰ o más como consecuencia del ASPO, aunque sin entrar en cesación de pago de salarios debido a que las empresas plantearon que tienen un cierto margen de ahorro. La situación del país no es únicamente la causa de este problema, sino también por el descenso en la demanda servicios y la cancelación de contratos con clientes europeos y norteamericanos. Esto va más allá de las políticas locales, sino se encuentra vinculado a las reglas de mercado y a la inserción de estas empresas en las cadenas globales de valor.

Del mismo modo, la Cámara de la Industria Argentina del Software (CESSI) ha solicitado ayuda al gobierno para mitigar el impacto que genera el COVID-19 para el sector. Muchas de las empresas que solicitan asistencia, según el CESSI son PyMes que en muchos casos brindan servicios a otras PyMes o que tuvieron problemas con los contratos de empresas en otro país, como se mencionó anteriormente. En este sentido, CESSI ha dicho que un gran número han entrado en la diyuntiva entre pagar salarios o cumplir con las obligaciones fiscales¹¹. Es decir, se pueden observar dos tendencias. Por un lado, observamos como grandes empresas, líderes a nivel global, regional y nacional (Mercado Libre, Amazon, Facebook, entre otras) siguen funcionando y hasta han aumentado su facturación, en cambio varias PyMes se ven mucho más golpeadas por el descenso de la actividad económica. A partir de estos primeros esbozos aparecen algunos interrogantes. ¿Qué tipo de vinculación hay entre las grandes empresas y las PyMEs? ¿Qué incidencia en el sector tienen cada una de ellas? ¿en qué mercados se insertan las PyMEs? ¿Con que otros sectores se vinculan las PyMEs?

Para entender un poco esta tendencia más general podemos contrastarlo con nuestra vida cotidiana y el uso de aplicaciones durante la ASPO (en su mayoría de grandes empresas). Es decir, pasamos a virtualizar la gran parte de las actividades que realizábamos cotidianamente. Las reuniones con amigos, de trabajo, la terapia psicológica, o las clases (en los distintos niveles educativos) las llevamos a cabo por Zoom, Meet, Jitzi, etc. Algunos de los productos que queremos comprar los solicitamos

⁸ <https://www.ambito.com/negocios/online/fuerte-salto-la-banca-y-las-fintech-pandemia-n5113776>

⁹ <https://www.cronista.com/finanzasmercados/Fintech-radiografia-de-una-industria-en-constante-evolucion--20200705-0030.html>

¹⁰ <https://www.poloitlaplata.com/novedades/relevamiento-situacion-regional-post-covid-polo-it-la-plata>

¹¹ <https://www.cessi.org.ar/ver-noticias-situacion-sector-software-ante-covid-19-2446>

a través de plataformas como Mercado Libre, Glovo, Pedidos ya, Rappi, etc. Algunos gobiernos municipales como el de Berazategui ha lanzado su propia app llamada “Bera delivery” para ayudar a los comercios que empiezan a inscribirse dentro del comercio digital. Asimismo, para actualizar los datos de la pandemia a escala nacional o global u otro tipo de información accedemos a Google. Los pagos de los productos que compramos o los servicios (luz, gas, teléfono, etc) los hacemos a través de aplicaciones como Mercado de Pago, Pago Mis Cuentas, entre otras. El sector de Fintech ha dado muestras de un gran crecimiento debido a que en los comercios de cercanía se puede pagar a través del código QR o con Link de pago al igual que las compras que hacemos de forma digital. En muchos otros casos se pasado a modalidades de teletrabajo donde el espacio de producción y reproducción, en términos de Lefebvre, son el mismo lugar. Para mostrar estas tendencias plantearé algunos ejemplos de la ciudad de La Plata.

El “mundo virtual” nos plantea una nueva relación con el espacio social y la vida cotidiana durante la pandemia. Las históricas calles comerciales del centro platense, es decir, calle 8, 12, diagonal 74 es donde se pueden visualizar algunas de las nuevas tendencias a partir del ASPO. Algunas actividades radicadas en estas zonas no tienen otra posibilidad que adaptarse a la virtualización como es el caso de la venta de indumentaria, accesorios y bijouterie, zapaterías, librerías, decoración, entre otras; mediante Mercado Libre, redes sociales o Whatsapp. En algunas otras podemos elegir la opción de la compra en persona o la virtual como los productos farmacéuticos o alimenticios. Por otra parte, los espacios de sociabilización tradicionales como bares y restaurantes han perdido su rol y se han tenido que transformar hacia la venta mediante delivery con aplicaciones como Glovo, Rappi o creando sus páginas de Instagram, por citar una de las aplicaciones utilizadas, y tomando sus pedidos a través de Whatsapp o a través de la venta “take away”. De todos modos, hay lugares en que las relaciones entre los vecinos se mantienen, colas de los bancos, panaderías, etc. Aparece la problemática de los trabajadores de las aplicaciones de delivery debido a sus condiciones de trabajo y el grado de precarización que poseen. En lo que va del ASPO ya hubo algunas jornadas de paro y protesta, en ellas igualmente se ha visto que se intenta cumplir con el uso de tapabocas y el distanciamiento social. Es decir, los espacios de socialización siguen existiendo, pero se han resignificado con algunos cambios y es importante remarcar que la conflictividad sigue manifestándose en distintos espacios y por distintas causas con métodos similares previos a la pandemia.

Por la información expuestos anteriormente se observa un gran crecimiento de las compras a través de Mercado Libre mostrando una profundización de esta tendencia durante el ASPO. Parte de lo que se veía en las vidrieras ahora se ha digitalizado en páginas de Instagram, Facebook o en el listado de productos de Mercado Libre. Esto genera interrogantes con respecto a que tanto perdurarán estas formas de comercio y cuantos sobrevivirán una vez finalizado el ASPO.

Lo que se ve en la economía de mercado también se puede observar en algunos casos de la economía popular. El Paseo de la UNLP en el cual se comercializaban producciones locales (hortícolas, frutícolas, lácteos, entre otras), a partir de en una feria organizada en el predio de la presidencia de la UNLP, ha sufrido una transformación y funciona como un servicio de para envío de productos al domicilio tomando pedidos a través de formularios de Google. A pesar de que no tengan su propia aplicación utilizan distintas plataformas (Whatsapp, Instagram, Facebook) para hacer difusión de los productos que se venden, para organizar los pedidos que realizan los clientes y hasta para organizar el reparto de los mismos. En línea con la modalidad de la UNLP, la Universidad de Quilmes junto a productores de la UTT realizan repartos de bolsones de verdura y otros productos de la economía popular a través de la difusión mediante Whatsapp, Facebook y su propia página de internet. Esto se debe a una estrategia de coordinación a nivel AMBA con alrededor de

200 nodos¹² que articulan el reparto de los pedidos en la zona sur, norte y Capital Federal. En este sentido, ¿se podría relacionar esta cuestión en torno planteo de Erik Swyngedouw¹³ y Neil Smith¹⁴ de saltos de escala para los productores de la economía popular? Este es una pregunta desde lo conceptual que no responderé en este artículo, pero quedará pendiente para un próximo escrito.

Otra actividad que tiene gran importancia en la ciudad de La Plata es el sector educativo y tomaré como caso la UNLP. Lxs docentes, becarixs e investigadorxs adaptamos nuestras prácticas formativas y educativas hacia plataformas digitales. En este sentido, las clases presenciales ahora son dictadas a través de Zoom u otras similares, para la subida de contenidos ha tomado un gran impulso el campus virtual de las diferentes facultades de la UNLP. Gran parte de la actividad de investigación es realizada de forma domiciliaria, lo que se encuentra imposibilitado es el trabajo de campo, la realización de entrevistas, entre otras.

Es decir, la pandemia y ASPO ha generado una aceleración en la digitalización de algunos segmentos de las actividades, principalmente el eslabón comercial y en el sector educativo casi en su totalidad. El primer cambio que podemos observar en nuestra relación con el espacio, es que actualmente podríamos decir que esta mediada por una aplicación o medio digital, cosa que antes existía pero que no veíamos necesario utilizar ya que lo realizábamos de manera personal, pero que con las restricciones de circulación en muchos casos se ha transformado en la única forma de poder continuar con nuestras actividades cotidianas.

En este sentido, surgen algunos interrogantes que quedarán para analizar luego de que pase este periodo: ¿esta tendencia de digitalización será momentánea o luego de que pase la pandemia continuará? ¿nuestra relación con el espacio seguirá siendo igual? En caso de acentuarse ¿Qué pasará con el trabajo tradicional de los comercios? Uno de los sectores que más está sufriendo la pandemia y que más reclama la finalización o menores restricciones para la cuarentena ¿deberán profundizar su inserción en mediante aplicaciones o e-commerce? ¿el sector educativo seguirá utilizando las nuevas herramientas digitales con esta intensidad? Uno de los desafíos más importantes que se plantea es en torno a cómo dará asistencia el Estado a todos aquellos grupos y sectores que no podrán sobrellevar sus actividades durante el tiempo que dure el ASPO. Como son los grandes centros urbanos donde más ha crecido la curva de contagio y donde se encuentran la mayor parte de los asalariados del país.

¹² Un nodo de consumo solidario es un grupo de consumidorxs organizadxs que piden juntxs por lo menos 10 bolsones.

¹³ Swyngedouw, E. (2010), “¿Globalización o glocalización? Redes, Territorios y Reescalamiento” in Fernández, V.R y Brandão, C., capítulo 1 pp. 47-76.

¹⁴ Smith. N (2008) Desarrollo desigual. Naturaleza, Capital y la producción del espacio. Traficantes de sueños. Madrid.