

## **Canales directos de la horticultura: la experiencia de El Paseo de la Economía Social y Solidaria frente al Covid-19**

**Nicolás Andrada<sup>1</sup>**

En la presente comunicación se pretende relatar la reconversión que realizó la feria de “El Paseo de la Economía Social y Solidaria” en el marco de la comercialización del Cinturón Hortícola Platense frente a la situación del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio establecido por el Gobierno Nacional frente a la pandemia provocada por el COVID-19. A su vez, se identificaran posibles puntos de partida para profundizar indagaciones vinculadas a dicho proceso.

La comercialización de la producción hortícola en el Cinturón Hortícola Platense representa a uno de los últimos eslabones de dicha cadena agroalimentaria pudiendo ser dividida en dos modalidades, a través de canales directos o a través de canales indirectos. La diferencia entre ambos está dada por dos cuestiones principales: la cantidad de actores que intervienen en el trayecto de los productos entre que salen de las quintas y llegan a los consumidores finales, y el volumen de productos que se comercializa. En los canales directos, el número de intermediarios es nulo o escaso, y en caso de su existencia, no tienen injerencia en el precio de los productos, es decir que el mismo es fijado por los productores; el volumen suele ser minorista. En cuanto a los canales indirectos, siempre existe al menos un intermediario entre el producto y el consumidor, pudiendo en algunas modalidades existir varios intermediarios y en todos los casos, estos tienen incidencia en el precio de los productos; el volumen suele ser mayorista. De estas dos grandes modalidades de comercialización se desprenden modalidades particulares, las cuales se presentan en la imagen 1.

Una de las modalidades que se desprende de los canales directos es la venta en espacios públicos: ferias, mercados o paseos. Esta modalidad requiere del transporte tanto de algún miembro de la familia productora al espacio de comercialización, como lógicamente de los productos hortícolas. Estos espacios están destinados a la venta minorista, donde se comercializa a través de puestos donde los productores (en ese momento también feriantes) mantienen un vínculo directo con los consumidores. Las experiencias en nuestra ciudad están asociadas a iniciativas de la Universidad, organizaciones sociales o el Municipio. Tienen lugar físico en facultades, el rectorado, plazas, ramblas de avenidas,

---

<sup>1</sup> Proyecto I+D H884 “El periurbano como frontera. El caso del partido de La Plata en la actualidad”.

centros culturales, etc. En dichos espacios se vende mediante la exhibición de los productos y el pedido de cada consumidor, como así también a través de bolsones ya armados.

Una de las experiencias que tiene lugar en la ciudad asociada a la Universidad Nacional de La Plata y su Consejo Social es El Paseo de la Economía Social y Solidaria (“El Paseo”). Dicha experiencia tiene lugar desde el año 2011, inicialmente en los jardines del Rectorado de la Universidad los días viernes y posteriormente fue ampliando su existencia haciéndose presente también en la Facultad de Ciencias Naturales y Museo, en la CTA de La Plata y en el colegio Liceo Víctor Mercante. El Paseo está constituido por organizaciones sociales que nuclean a productores y artesanos y cuenta con un reglamento de convivencia donde se establecen las normas de organización: quienes pueden formar parte del mismo, la fijación de reuniones, la asistencia a las mismas, los roles y responsabilidades para sostener el espacio de comercialización, el armado, orden, presentación e higiene de la feria, el acuerdo de precios, los días y horarios de los espacios de comercialización, la atención al consumidor. Por último, cuentan con un Libro de actas para que quede constancia del temario a abordar en cada reunión, los consensos establecidos, las asistencias, la colecta solidaria, y el inventario de las herramientas de uso común.

La modalidad del Paseo hasta finales del 2019 respondía a la tradicional de cualquier feria descripta anteriormente. Sin embargo, a partir de del 20 de marzo de 2020, motivo de la pandemia provocada por el Covid-19, se decretó en el país un periodo de Aislamiento Social Preventivo Obligatorio que llevó a la suspensión física del Paseo. Frente a esta situación se reconocieron dos realidades. Desde el lado de los productores/feriantes la imposibilidad de contar con la opción de venta brindada por dicha experiencia, la cual para varios de ellos representa un gran porcentaje de sus ingresos mensuales, esto sumado a la posible interrupción de otras estrategias particulares de cada uno. Desde el lado de los consumidores y los vecinos de la ciudad en general se da la situación de la disminución de espacios de consumo de productos frescos y elaborados (de primera necesidad) y la imposibilidad del traslado a comercios lejanos. A partir de la conjunción de ambas realidades, traducidas en la necesidad de oferta de productos de los productores/feriantes y la demanda de abastecimiento de los consumidores, se llevó a cabo un proceso de reconversión “temporal” del Paseo. Esta consistió en generar un sistema de venta de productos a domicilio mediante un sistema de pedidos y repartos.

La dinámica de esta modalidad, que continúa hasta la actualidad, está organizada por miembros de la Universidad, extensionistas del proyecto de extensión asociado al Paseo y los propios productores/feriantes. La experiencia consiste en la divulgación dos veces por semana (lunes y

miércoles) de un formulario realizado en Google Forms, mediante las redes sociales del Paseo (Facebook e Instagram), en el mismo hay diferentes opciones de productos: quesos, cereales, elaborados, etc. En cuanto a la verdura, se presenta únicamente en bolsones pre armados con dos opciones: agroecológicos y convencionales. Los martes y jueves al mediodía se cierran dichos formularios, se relevan y organizan los pedidos y se le ponen el valor total a cada uno. Posteriormente se reorganizan logísticamente por zonas geográficas (cuatro zonas en el casco urbano, más zonas norte, sur, este y oeste en los márgenes de la ciudad, incluyéndose Berisso últimamente) y se establece un orden de reparto, sumando un valor por el mismo al total del pedido. Los repartos son realizados los días siguiente al cierre de formularios y están a cargo mismos productores u otros repartidores vinculados al Paseo (familiares de productores, ex feriantes, etc.). En cuanto a la forma de pago, a la tradicional forma en efectivo se le suma el pago con tarjeta (los repartidores cuentan con *posnet*) o mediante transferencia bancaria. Recientemente con la flexibilización del Aislamiento Social Preventivo Obligatorio se ha destinado un nodo donde los consumidores pueden optar por acercarse a retirar sus pedidos. Dicho nodo, también funciona como punto logístico donde en algunos casos de arman los pedidos y salen al momento de repartirse. Al día de hoy, se han repartido entre 3800 y 4000 pedidos. En la imagen 2 se presenta un grafico con el funcionamiento actual del Paseo asociado en el marco de las últimas fases de la cadena agroalimentaria de la horticultura, destacándose en particular la participación de los actores sociales intervinientes.

Como se ve en el cuadro, también es importante resaltar las influencias que han tenido los distintos protocolos sanitarios a partir de la pandemia en lo que respecta a la cadena agroalimentaria en general y a la fase de comercialización en particular. Entre los actores intervinientes en la elaboración de dichos protocolos se desatacan: INTA; SENASA; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación; Ministerio de Desarrollo Agrario de la Provincia de Buenos Aires; Ministerio de Salud de la Nación; Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales de la Nación; Ministerio de Desarrollo de la Comunidad de la Provincia de Buenos Aires (a través de la subsecretaria de Economía Popular).

Para concluir, se destacan tres aspectos principales. En primer lugar, esta reconversión de la modalidad adoptada rompe en varios aspectos con lo que se entiende por “feria”, principalmente con el importante valor del contacto cara a cara entre el consumidor y el productor. En segundo lugar, el valorable grado de coordinación entre los actores vinculados al Paseo para sacar adelante la feria en la situación actual, permitiendo garantizar su funcionamiento y la participación en mayor o menor medida según el rubro, de sus productores/feriantes; siendo estos últimos pilares fundamentales en la misma organización y coordinación. Por ultimo, las mutaciones de la dimensión espacial de la cadena agroalimentaria en la

fase de comercialización, ilustrándose principalmente en el hecho de que las transacciones pasaron de hacerse anteriormente en un único punto (por ejemplo, el Rectorado los días viernes) a realizarse en tantos puntos geográficos como pedidos haya en cada semana; implicando considerablemente una mayor movilidad de los productos.

Finalmente, dicha situación presenta algunos interrogantes y puntos de partida para futuros análisis: profundizar las modificaciones en la espacialidad de la fase de comercialización de la cadena agroalimentaria a través de la experiencia del Paseo; la incorporación de plataformas digitales y redes sociales como bases fundamentales para la comercialización: Instagram, Facebook, Google Forms; la bancarización de las transacciones a partir de la utilización de pagos electrónicos, y a la vez las tensiones que esto puede generar tratándose de una experiencia asociada a los valores de la Economía Social, Solidaria y Popular; la incorporación de intermediarios en lo que antes suponía un canal de comercialización exclusivamente directo.

Imagen 1

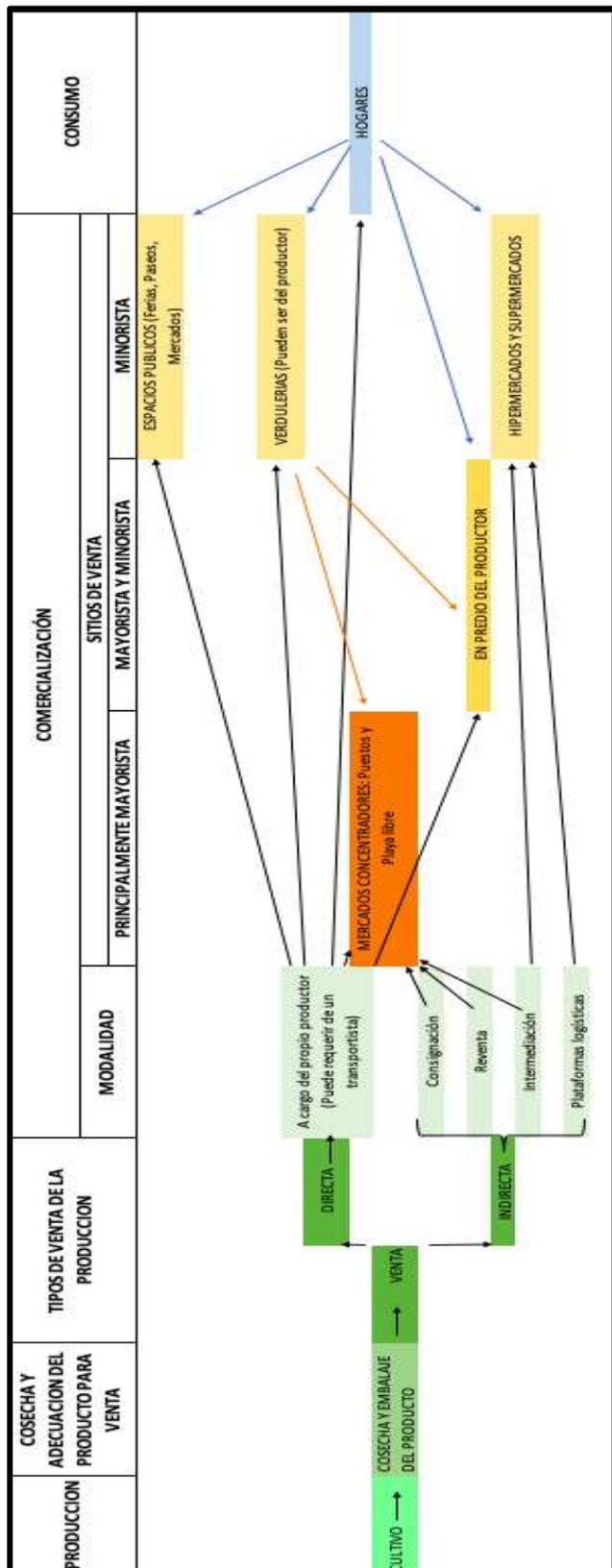


Imagen 2

