



Comercialización y Agricultura Familiar. El caso de El Paseo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de La Plata: impactos de la pandemia COVID 19 y el ASPO en su configuración territorial

Commercialization and Family Farming. The case of El Paseo de la Economía Social y Solidaria of the National University of La Plata: impacts of the COVID 19 pandemic and the ASPO in its territorial configuration

Andrada, Nicolás; Rial, Soledad; Adriani, Héctor Luis

 Nicolás Andrada
nicolasf.andrada@gmail.com
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS) - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - Universidad Nacional de La Plata (CONICET-UNLP), Argentina

 Soledad Rial
rial.soledad.sr@gmail.com
Consejo Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

 Héctor Luis Adriani
adrianiluis59@gmail.com
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS) - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - Universidad Nacional de La Plata (CONICET-UNLP), Argentina

Pampa. Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales

Universidad Nacional del Litoral, Argentina
ISSN: 1669-3299
ISSN-e: 2314-0208
Periodicidad: Semestral
núm. 24, e0039, 2021
revistapampa@gmail.com

Recepción: 31 Octubre 2021
Aprobación: 15 Noviembre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/583/5832778004/index.html>

DOI: <https://doi.org/10.14409/pampa.2021.24.e0040>

Resumen: Este artículo presenta la experiencia de El Paseo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de La Plata en el contexto de la pandemia del COVID 19 y el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), destacando en particular la situación de los agricultores familiares que participan del mismo. El Paseo de la Economía Social y Solidaria es una experiencia de comercialización en la cual participan organizaciones de productores hortícolas de la Agricultura Familiar junto a artesanos, productores de miel, productores de alimentos, entre otros. Tiene lugar desde el año 2011, adscribe a los valores de la Economía Social y Solidaria de la política de Extensión Universitaria de la UNLP. Producto de la pandemia y el ASPO, "El Paseo" pasó de tener ferias localizadas en diferentes predios de la UNLP a una configuración espacial expandida con más de un centenar de puntos de entrega (los domicilios) localizados en el centro de la ciudad y los barrios. Esta transformación implica un cambio significativo ya que si bien se incrementa el número de consumidores y se extiende la dimensión espacial del mercado, los aspectos culturales y de interacción social y comunitaria que implica el carácter de feria quedan momentáneamente suspendidos. Estos cambios en las dimensiones espacial, económica y cultural reconfiguran el territorio generando una nueva inserción de El Paseo en la ciudad.

Palabras clave: Territorio, Economía Popular, Social y Solidaria, Comercialización, Agricultura Familiar.

Abstract: *This article presents the experience of El Paseo de la Economía Social y Solidaria of the National University of La Plata in the context of the COVID 19 pandemic and "Mandatory Preventive Social Isolation" highlighting in particular the situation of Family Farmers who participate in it. El Paseo de la Economía Social y Solidaria is a marketing experience in which organizations of horticultural producers of Family Farming participate, along with artisans, honey producers, food producers, etc. It has taken place since 2011, ascribes to the values of the Social and Solidarity*

Economy of the University Extension policy of the UNLP. As a result of the pandemic and the “Mandatory Preventive Social Isolation”, “El Paseo” went from having fairs located in different UNLP premises to an expanded spatial configuration with more than a hundred delivery points (addresses) located in the center of the city and the neighborhoods. This transformation implies a significant change since although the number of consumers increases and the spatial dimension of the market is extended, the cultural aspects and social and community interaction that the nature of the fair implies are momentarily suspended. These changes in the spatial, economic and cultural dimensions reconfigure the territory, generating a new insertion of El Paseo in the city.

Keywords: Territory, Social and Solidarity Economy, Commercialization, Family Farmers.

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo presenta la experiencia de El Paseo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de La Plata en el contexto de la pandemia del COVID 19 y el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), destacando en particular la situación de los Agricultores Familiares que participan del mismo.

En una primera parte se exponen los presupuestos conceptuales sobre territorio y economía popular, social y solidaria (EPSyS). En una segunda parte se presentan las principales características de la Agricultura Familiar en el Cinturón Hortícola Platense y de la cadena de comercialización hortícola. Una tercera parte describe la experiencia de El Paseo de la Economía Social y Solidaria, una de las ferias de productores hortícolas, artesanos y elaboradores de alimentos que se lleva a cabo en el marco de la política de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Finalmente se realizan una serie de consideraciones en las que se vinculan los presupuestos conceptuales con la información empírica.

2. ACERCA DEL CONCEPTO DE TERRITORIO

Este trabajo adopta una perspectiva integradora y multidimensional del territorio por lo que es ineludible incluir en su definición el entramado de las dimensiones históricas, espaciales naturales y construidas, sociales, políticas, culturales y económicas que lo configuran y que a su vez, son por él transformadas. Varios autores definen territorio desde esta perspectiva. Para Da Costa, citado por Blanco, “...la proyección de todo grupo social, de sus necesidades, su organización del trabajo, su cultura y sus relaciones de poder sobre un espacio es lo que transforma ese espacio de vivencia y producción en un territorio” (Blanco, 2007, p. 40). Por su parte, para Santos el territorio importa en cuanto a su uso ya que remite a la idea de un espacio de todos y a todo el espacio. El territorio usado es “...el espacio de todos los hombres, no importa sus diferencias; el espacio de todas las instituciones, no importa su fuerza, el espacio de todas las empresas, no importa su poder. Ése es el espacio de todas las dimensiones del acontecer, de todas las determinaciones de la totalidad social... El territorio usado se constituye como un todo complejo donde se teje una trama de relaciones complementarias y conflictivas” (Grupo Estudos Territoriais Brasileiros, 2000, p. 3). Para Laurelli y Finquelievich el territorio es tanto el espacio como la trama de relaciones sociales, políticas y económicas que se desenvuelven en él, lo conforman, y que son, a su vez, modificadas por el mismo (Laurelli y Finquelievich 1990, p. 15). Para Haesbaert el territorio manifiesta hoy un sentido multiescalar y multidimensional y su aprehensión debe hacerse desde una concepción de multiplicidad (Haesbaert, 2004).

De acuerdo a esto puede entenderse que el territorio incluye y está incluido en las siguientes dimensiones: social, espacial, económica, política y cultural, las que se desarrollan articuladas y presentan temporalidades específicas.

En su relación con la dimensión social, el territorio es condición, momento y resultado de procesos y relaciones entre actores sociales. Como señala Pérez, los actores: “Son parte de la base social, son definidos por ella, pero actúan como individuos o colectivos que, además, están sometidos a otras condiciones (culturales, étnico-culturales, políticas y territoriales)” (1995, p. 3), construyen representaciones, formulan y ejecutan estrategias y pierden o acumulan poder. De acuerdo a Manzanal (2007), los actores construyen tramas que entran en conflicto por la apropiación material, simbólica y política del espacio, desarrollando así acciones y construyendo territorialidades.

En este artículo nos referimos a los Agricultores Familiares como principales actores. Siguiendo a Manzanal y Schneider (2011), se trata de familias rurales, trabajadores y productores agropecuarios diferenciados por su identidad, formas de vida, estrategias de sobrevivencia, inserción productiva, grados de capitalización; habiendo sido algunos de ellos sujetos de políticas públicas. Al referirnos a Agricultores Familiares, es muy importante resaltar que es una denominación a productores que se enmarcan en “una categoría nacida de la mano de la interlocución con el Estado” (Craviotti, 2014, p 23). Como afirman Soverna et al. (2008), esta categoría ha sido amparada por una progresiva inclusión de la problemática de dichos productores en el marco de la política a través de las instituciones.

Respecto a la dimensión espacial del territorio, se entiende a la misma como su condición material natural y construida, producto de interrelaciones, posibilidad de existencia de la multiplicidad y en continuo proceso de formación, nunca acabada. Se constituye a través de las interacciones de distintas trayectorias que coexisten en las prácticas sociales de los actores las que, por definición, deben realizarse en ella. (Massey en Albet y Benach, 2012, p. 157).

Respecto a la dimensión económica se toma como referencia y se adapta la perspectiva de Coraggio (2014, 2020)^[1] quien plantea la economía como mixta, compuesta por tres sectores: economía empresarial capitalista, economía pública y economía popular. El primero corresponde a las empresas de capital privado cuya lógica es la acumulación mediante la apropiación y el uso de recursos con el propósito de maximizar las ganancias. La economía pública está compuesta por las unidades productivas y administrativas del Estado con capacidad de regular, invertir y direccionar la actividad económica. La economía popular conforma un conjunto heterogéneo de unidades domésticas, sus extensiones y emprendimientos, cuya lógica es la reproducción ampliada de la vida de los trabajadores, de sus familias y de las comunidades. En el presente artículo este sector se amplía incluyendo la economía social y solidaria, dando lugar a la Economía Popular, Social y Solidaria (EPSyS). En la EPSyS se incluyen entonces cooperativas de producción agrícola, cuentapropistas de servicios como feriantes y cartoneros, artesanos, cooperativas de infraestructura social y viviendas, cooperativas de trabajo y fábricas recuperadas. Estos subsistemas se encuentran interrelacionados y presentan yuxtaposiciones hecho que otorga complejidad al análisis económico y territorial.

3. ACERCA DE LA ECONOMÍA POPULAR, SOCIAL Y SOLIDARIA

En la EPSyS se incluyen aquellas actividades cuyos integrantes se organizan para resolver de manera autogestiva sus necesidades y trabajan por un proyecto transformador equitativo, justo y sostenible para toda la sociedad (Caracciolo, 2014). Como antecedente en Argentina puede mencionarse el despliegue de la Economía Social (ES) desde la segunda mitad del siglo XIX, con la llegada de la inmigración europea, a través de mutuales y cooperativas que brindaron respuestas focalizadas a situaciones de restricción económica o necesidades sociales no atendidas regularmente por el Estado (Fontanet et al., 2013). Es la ES “tradicional” que adquirió a lo largo del siglo XX su principal exponente en el movimiento cooperativo.

La implementación de las políticas neoliberales de los años 90 y particularmente la crisis del régimen de convertibilidad en 2001, produjeron un incremento de la desocupación, la precarización laboral y un incremento de la pobreza que llevaron a que grupos de desocupados desarrollaran estrategias para satisfacer necesidades al margen del mercado de trabajo que los excluía. Estas estrategias incluyeron el fortalecimiento de lazos y la constitución de redes sociales paralelamente a la búsqueda de respuestas a sus necesidades básicas. Se inició así una “nueva etapa” de la ES, protagonizada por los movimientos sociales (Fontanet et al., 2013). En este sentido Palomino plantea que la diferencia entre las formas de la ES tradicional y las de la nueva etapa es que en esta última la ES adquiere una dimensión política mayor: en estas nuevas formas el trabajo es la política (Palomino, 2004).

Ya en el siglo XXI, en el periodo neodesarrollista (2003-2015), las políticas públicas de inclusión favorecieron la creación de empleo, la recuperación industrial y del mercado interno; sin embargo no lograron revertir causas estructurales de la economía argentina que limitan el dinamismo de los mercados de trabajo. Ante estos límites de la economía formal para la creación de empleo, la EPSyS se expandió, principalmente a través de formas surgidas en esta nueva etapa. Podríamos diferenciar entonces con la denominación de Economía Popular (EP) a las organizaciones sociales que emergieron y conformaron este último período, las que se destacan por su importante acción en el campo de la política.

La EP ocupa una posición subordinada a la economía pública y a la privada empresarial capitalista (Coraggio, 2014) y, como describe Martínez, “...enfrenta el bloqueo al acceso a la comercialización digna; a la tierra cuando la necesita, sea factor de producción o lugar para vivir; a la financiación en condiciones ventajosas y a recibir transferencia de tecnología. A esa situación la calificamos como ausencia de una democracia económica. La consecuencia habitual de tales escenarios es que se trabaja sin conseguir condiciones dignas de vida” (Martínez, 2016, p. 61).

En base a estas referencias es posible considerar a las experiencias de la Agricultura Familiar como parte de la EPSyS, puente entre la ES y la EP ya que su análisis permite dar cuenta de su pertenencia a la agenda pública social y productiva, a las problemáticas estructurales del sector como el acceso a la tierra (tanto como factor de producción como lugar para vivir), el bloqueo a la comercialización justa y a proyectos políticos de organización popular y territorial.

4. LA AGRICULTURA FAMILIAR EN EL CINTURÓN HORTÍCOLA PLATENSE Y EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN HORTÍCOLA

De acuerdo a distintos informes técnicos del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el CHP es el cinturón más importante de Buenos Aires y uno de los más relevantes a nivel nacional: representa a nivel nacional el 90% de la producción de alcauciles, el 80% de apio, gran variedad de hortalizas frescas y es centro de producción del tomate platense. Junto con otros partidos del conurbano, conforman el cinturón verde hortícola más grande de Argentina que alimenta a más de 10 millones de personas.

La importancia del sector hortícola de La Plata se puede visualizar en el hecho que el 45% de la producción de hortalizas de la provincia de Buenos Aires corresponde a este partido. Entre las principales hortalizas producidas en el partido, se encuentran el tomate (que explica alrededor del 40% de la producción total), la lechuga (con un 20%) y el pimiento (11% de participación) (Datos del Censo Hortiflorícola Provincia de Buenos Aires CHFBA, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, 2005).

El CHP cuenta con cerca de 6.000 has de producción hortícola, de las cuales 5.000 has lo hacen bajo cubierta, unas 1.000 ha mantienen una modalidad “a campo” y solo unas 100 has, cultivadas por unas 10 familias realizan producción agroecológica (Andrada y Baez, 2018).

En cuanto a datos oficiales proporcionados por el Consejo Federal de Inversiones, el 50% de las explotaciones del CHP corresponde a la Agricultura Familiar, con una superficie media de los predios de 3.4 has, que ocupan un tercio de la superficie total. A estos valores se le puede sumar un 18% son empresas

familiares (con asalariados), representando una superficie media de 13.7 has con una ocupación del 12.4 % de la superficie hortícola total (CFI, 2013). Estos datos dan cuenta de la importancia de los Agricultores Familiares en el CHP ya que representan la mitad de las explotaciones hortícolas y un tercio de las superficies ocupadas.

La producción hortícola del CHP puede explicarse en términos de cadena productiva agroalimentaria. Consideramos a las cadenas agroalimentarias como sistemas donde se interrelacionan actores sociales y económicos a través de la producción de un bien y/o servicio vinculado al sector agropecuario con la agregación de valor mediante una secuencia de fases interrelacionadas con cierta unicidad en términos de actividades y periodicidad, funcionando cada una como unidad de acción para participar. Tal como afirman García-Winder et al., "...el arreglo entre los distintos eslabones de una cadena agroalimentaria se asemeja más a una "telaraña" de relaciones no lineales que pueden ser altamente inequitativas, donde actores con alto poder de negociación, de gestión, económico o político, podrían dominar y extender su influencia sobre actores menos fuertes, más desorganizados y con poca influencia en la toma de decisiones" (2009, p. 27). Los eslabones identificados en el caso del CHP son:

- a) Cosecha. Este eslabón comprende el trabajo de recolectar los productos hortícolas cuando están aptos, pudiendo o no incluir la utilización de herramientas para tal fin. El producto hortícola se suele clasificar según cuatro grupos (García, 2012): las hortalizas de fruto (pimiento, tomate, pepino, berenjena, etc.), las hortalizas de hoja (acelga, espinaca, lechuga, etc.), crucíferas (repollo, brócoli, etc.) y pesadas (remolacha, zapallo, etc.). Cada uno de ellos presenta particularidades que determinan especificidades técnicas en los eslabones y relaciones de la cadena y de las actividades manuales y mecánicas.
- b) Adecuación. Este eslabón incluye el acopio del producto en el predio posteriormente a ser cosechados y seleccionados. Suele durar muy poco tiempo dada la calidad perecedera de los productos hortícolas. Dependiendo de los mismos y de su finalidad comercial, pueden existir variaciones. Esto se da según cada producto y la demanda del mismo, por ejemplo el tomate se puede cosechar antes de llegar a su punto óptimo de maduración porque al ser climático, sigue madurando una vez cosechado, entonces puede permanecer acopiado por algunos días. En cambio, en el caso de la lechuga, una vez cosechada se acopia en cajones y tiene poco más de un día para llegar al consumidor en condiciones óptimas. Los productores definen el destino del producto y dependiendo del mismo se realizan diferentes adecuaciones. Además de la selección y agrupamiento, pueden incluir lavados previos y empaquetamiento.
- c) Comercialización. En la comercialización de la producción hortícola pueden identificarse dos tipos de circuitos: directos e indirectos. Los primeros se refieren a un aprovisionamiento de proximidad donde los productores venden al consumidor final o a expendedores minoristas. Los indirectos en cambio, presentan un número mayor de operaciones intermediarias con diferentes funciones. Otra diferencia importante entre ambos circuitos es la capacidad de volumen de productos que manejan, siendo muy superior en los canales indirectos. A continuación, veremos las distintas modalidades^[2].

c.i Modalidades indirectas:

c.i.1. Venta en mercados concentradores en los cuales intermediarios venden los productos hortícolas: se desarrolla cuando los mismos son vendidos en puestos alquilados en los mercados concentradores. Esta modalidad puede darse mediante distintos actores:

- Mediante consignatarios que retiran los productos hortícolas de la quinta y los llevan al mercado concentrador para venderlos a pedido de la familia productora, cobrando por ello una comisión.

- Mediante revendedores que compran la mercadería en la quinta y luego la revenden en puestos de los mercados concentradores, estos actores funcionan como acopiadores y es una de las modalidades para la familia productora de venta a “culata de camión”.

- Mediante puesteros que adquieren los productos hortícolas mediante la compra directa en el mercado a transportistas. Estos últimos son quienes mediante camión propio compran los productos en la quinta (la otra de las modalidades de venta “a culata de camión”) y luego los revenden en los mercados concentradores a dichos puesteros. En este caso se incluyen una intermediación más que en las tres modalidades descritas anteriormente. Los compradores que asisten a estos mercados generalmente son propietarios de verdulerías, supermercados y en menor medida, consumidores finales.

c.i.2. Venta a supermercados e hipermercados: esta modalidad consiste en que los productos hortícolas lleguen a super e hiper mercados mediante dos formas: a través de intermediarios o de cadenas de logística. También puede ser a través de intermediarios que adquieren los productos en las quintas, los revenden y transportan mediante vehículo propio a supermercados o hipermercados.

Por su parte, las plataformas de logística son empresas encargadas de recibir los productos hortícolas, almacenarlos en galpones climatizados, controlar la calidad de los mismos, en algunos casos empaquetar o envasar los productos y luego distribuirlos a los mercados con los cuales trabajan para revenderlos.

c.ii Modalidades directas:

c.ii.1. Venta en predio: esta es la única modalidad donde no se requiere ningún tipo de intermediación para la comercialización. Consiste en el intercambio directo entre el productor y el consumidor en la entrada a la quinta. Esta modalidad suele ser conocida como “venta en tranquera”. En cuanto a los consumidores, estos pueden ser particulares (familias o individuos) o propietarios de verdulerías quienes, con transporte propio compran por mayor directamente en las quintas para luego realizar ventas minoristas.

c.ii.2. Venta en puesto y/o verdulería propia: en algunos casos, el productor familiar posee puesto o verdulería propia donde vender sus productos. En esta clasificación puede requerirse de transporte mediante vehículo propio.

c.ii.3. Venta directa en mercados concentradores^[3]:

- En Playa Libre: En esta modalidad los productores transportan sus productos mediante vehículo propio o flete a las playas libres de los mercados concentradores. Siguiendo a García, estos son espacios divididos en sextos de aproximadamente 2x3 metros donde las familias productoras pueden comercializar sus productos mediante el pago de un alquiler inferior al de los puestos tradicionales de dichos mercados. La venta suele ser a verduleros, por lo que es mayorista (García, 2012).

- En puestos tradicionales del mercado: las familias productoras que tienen transporte propio y alquilan un puesto en los mercados. Suelen ser pocos los casos de los productores que venden sus productos en dichos puestos de estos mercados, siendo más común la modalidad mediante playa libre.

c.ii.4. Venta a domicilio:

- Mediante bolsones: Esta modalidad consiste en que las familias productoras agrupen productos hortícolas seleccionados en bolsones de diferentes pesajes que se venden a consumidores finales. A pesar de ser una modalidad directa, puede incluir un sistema de reparto, por ejemplo interviniendo organizaciones de productores en la logística de la fase de comercialización. El pedido suele ser por aplicaciones web (generalmente cuando intervienen organizaciones de productores) o por teléfono.

- A través de pedidos de productos específicos por parte de los consumidores finales: Esta modalidad viene siendo remplazada por la venta en bolsones, diferenciándose en que no se vende un bolso armado por los productores, sino los productos solicitados por el comprador. Estos son principalmente consumidores finales. La distribución está a cargo de la familia productora. El pedido generalmente suele ser por teléfono y en menos casos por internet.

- A través de pedido de mayoristas: mediante la distribución de los productos por transporte propio o flete a verdulerías (bocas de expendio). La venta a estos clientes, como ya se vio, puede también darse mediante el transporte de los compradores a la quinta para adquirir los productos.

c.ii.5. Venta directa en ferias, paseos o mercados minoristas:

- Esta modalidad requiere del transporte tanto de algún miembro de la familia productora al espacio de comercialización. Estos espacios están destinados a la venta minorista, donde se comercializa a través de puestos donde los productores pasan a ser feriantes). 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, centros culturales, etc. En dichos espacios también se pueden vender productos en bolsones ya armados.

La Agricultura Familiar del CHP encuentra en las modalidades indirectas los principales canales de comercialización de sus productos. En el siguiente apartado se desarrollará la participación de organizaciones y productores de la Agricultura Familiar en una experiencia de venta directa en ferias que se lleva a cabo en el marco de políticas de extensión de la UNLP.

5. EL PASEO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

El Paseo de la Economía Social y Solidaria, en adelante El Paseo, es una experiencia de comercialización en la cual participan organizaciones de productores hortícolas de la Agricultura Familiar, junto a artesanos, productores de miel, productores de alimentos, entre otros. Tiene lugar desde el año 2011, adscribe a los valores de la Economía Social y Solidaria de la política de Extensión Universitaria de la UNLP.

El Paseo se desarrolla en un lugar estratégico de la Ciudad de La Plata; en la calle 7 entre 47 y 48. Este espacio pertenece al jardín delantero del Rectorado de la UNLP^[4]. Sin embargo, el proyecto extiende su alcance al contar con productores, emprendedores y artesanos ubicados en las diferentes localidades del Gran La Plata. Por fuera de la región, encontramos también a productores y emprendedores pertenecientes a Brandsen, Alejandro Korn, Punta Indio, Loma Verde, Bavio y Magdalena. En total, El Paseo se compone de 20 organizaciones.

Las organizaciones hortícolas que lo integran son: Cooperativa Agropecuaria Nueva Esperanza, Cooperativa Moto Méndez de Horticultores Platenses, Unión de Trabajadores de la Tierra, Lapacho productores hortícolas, Cooperativa Agropecuaria Productores del Parque Pereyra y Unión Romerense.

El Paseo cuenta con un reglamento 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, y la atención al consumidor.

Debido a la implementación del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) frente a la pandemia generada por el COVID-19 El Paseo debió suspender sus actividades de atención en los diferentes predios y reorganizó la comercialización a través de medios virtuales. En los siguientes apartados se describen las

principales características de los cambios que efectuó El Paseo para dar continuidad a la comercialización de los productos de los Agricultores Familiares que integran el mismo.

A partir de la conjunción de las necesidades de los Agricultores Familiares de El Paseo de sostener su oferta de productos y de la demanda de abastecimiento por parte de los consumidores que incrementaron el consumo mediante medios virtuales, se llevó a cabo un proceso de reorganización de su funcionamiento: como la modalidad presencial de la feria (Gráfico 1) no fue posible, comenzó a intensificarse una modalidad que desde 2018 venía complementando a las ventas presenciales: los repartos a domicilio a través del sistema denominado “El Paseo te lo lleva” (Gráfico 2).

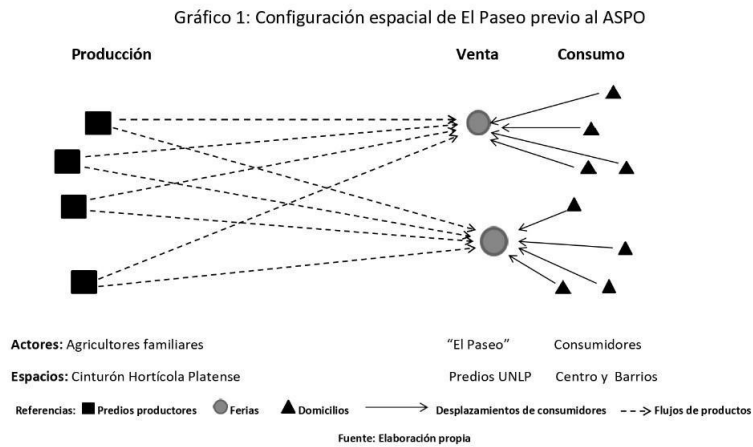


GRÁFICO 1.
Configuración espacial de El Paseo previo al ASPO
Fuente: elaboración propia

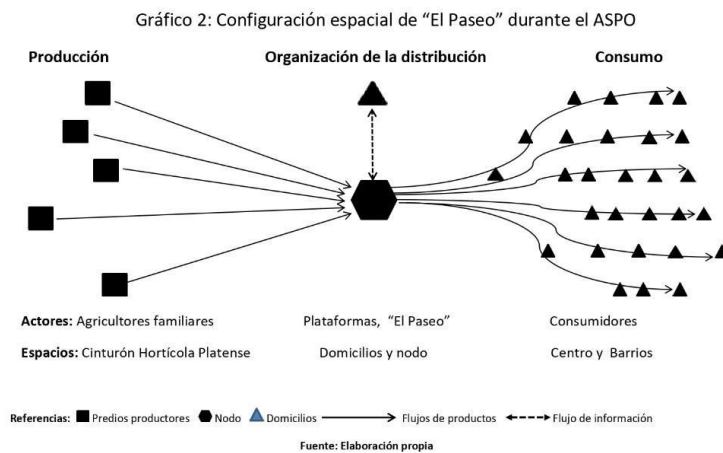


GRÁFICO 2.
Configuración espacial de El Paseo durante el ASPO
Fuente: elaboración propia

Esta iniciativa surgió a partir del reconocimiento de los márgenes de horarios acotados de las ferias (normalmente de 9 a 15 horas), y de las dificultades de potenciales clientes que no poseían los medios para acercarse a los predios en los que habitualmente funciona El Paseo. El sistema utilizaba la plataforma de WhatsApp donde se podían hacer pedidos para ser repartidos en el radio de la ciudad o incluso poder retirarlos por la feria ya armados sin necesidad de hacer filas. La distribución estaba a cargo de un solo repartidor y se hacía los días martes y viernes. A finales de 2019, el promedio de pedidos por esta modalidad era de aproximadamente entre 40 y 50 semanales. A partir del ASPO, los productores y artesanos de las organizaciones de El Paseo decidieron retomar y profundizar la modalidad de repartos a domicilio para poder seguir comercializando sus productos, a través del sistema "El Paseo te lo lleva", adecuándose así al contexto. Los pedidos se realizan principalmente por medio de un formulario web de Google Forms y a través de las redes sociales (WhatsApp, Instagram, Facebook y correo electrónico).

Por otro lado, se amplió el número de personas trabajando en la logística: antes estaba a cargo de la coordinadora de El Paseo y una o dos extensionistas, en esta oportunidad la mayoría del equipo de extensionistas del proyecto asociado a El Paseo[5] y los propios productores y artesanos comenzaron a participar en esta actividad. Durante los primeros meses de ASPO, aproximadamente diez extensionistas y varios productores/artesanos participaron de la organización logística.

Dada la gran cantidad de tareas a realizar: toma de pedidos, publicidad, atención de cada una de las redes, apertura, cierre y edición del formulario online, control de pedidos y stock, armado de estos, distribución de zonas de repartos, pago a los productores, seguimiento de los pedidos, atención de reclamos y consultas; se tuvo que incorporar a más extensionistas y productores/as, de los/as que ya trabajaban en varias de estas tareas. A su vez, se amplió el número de repartidores que permiten que se llegue no sólo a la ciudad de La Plata sino poder cubrir las demandas de pedidos de pobladores de los municipios aledaños de Berisso y Ensenada.

Cabe destacar que el sistema de repartos se puede llevar adelante gracias a contar con un espacio físico amplio (Centro Cultural, Científico, Político y Social Macacha Güemes) en el cual se reciben los productos, se controlan y acopian para poder armar los pedidos de cada repartidor. Además, a partir de la flexibilización de las actividades en el marco del ASPO, se incorporó la posibilidad de que los/

as consumidores/as puedan retirar sus pedidos en el Centro Cultural, inaugurando un nodo atendido por los/as propios/as productores/as siguiendo las medidas estrictas de seguridad e higiene. Además, se amplió considerablemente la oferta de productos, armando combos que integren varios/as productores/as de diferentes rubros y organizaciones. También se realizaron lanzamientos especiales (como, por ejemplo: Día del Padre, Día de la Niñez, etc.).

Por último, se ofrecieron amplias posibilidades de pago, ya no sólo se pagaba en efectivo, sino que se incorporó la transferencia bancaria o el uso de tarjetas. Sobre este último punto es importante remarcar que previo al ASPO varios/as de los productores de El Paseo estaban registrados/as como entidades de comercio en el Programa Argentina Contra el Hambre, por lo que tuvieron acceso a posnets y aperturas de cuentas bancarias que fueron de gran utilidad para esta reconversión. Varias de estas organizaciones, gracias a los debates abordados en el marco del proyecto de extensión, aprobado y financiado por la convocatoria ordinaria 2018, lograron formalizar sus unidades productivas, registrándose como monotributistas sociales.

Esta reorganización permitió que los pedidos se incrementaran considerablemente, llegando a ser entre 200 y 300 por semana. Los pedidos consisten en bolsones de verdura y fruta del CHP, pero también incluyen productos agroecológicos de otras provincias, ya que una de las organizaciones que integra el espacio tiene alcance a nivel nacional, por lo cual tienen su circuito propio de comercialización e intercambio de producción, de esta manera El Paseo ofrece manzanas de Río Colorado, tomate, y otras variedades nacionales de productos hortícolas.

Complementariamente a la venta de productos hortícolas también se ofrecen combos de queso gouda, miel y sus derivados, producidos en localidades rurales próximas a La Plata, como Punta Indio y Bavio. También se incorporaron productos panificados, productos elaborados, como hamburguesas y prepizzas veganas, bolsones de harinas sin TACC, conservas y mermeladas sin conservantes y sin azúcar. Asimismo productos elaborados por cooperativas de la región, como: cerveza artesanal, pastas, viandas, productos de limpieza y tapabocas.

Pese a la pandemia y a las condiciones impuestas por el ASPO, los lazos solidarios se mantuvieron firmes, y se generó un gran trabajo entre coordinadores, extensionistas, Agricultores Familiares, y productores/artesanos. El Paseo incrementó así el número de clientes, quienes semana a semana reiteraban y ampliaban sus pedidos, expresando una gran conformidad con la medida de venta virtual.

Un panorama similar al registrado por El Paseo puede identificarse en otras áreas del país en las que organizaciones de la EPSyS se adaptaron al nuevo contexto. Un trabajo del INTA basado en una encuesta realizada en distintas localidades, demuestra como los canales cortos de comercialización se modificaron en la pandemia (Viteri, Vitale y Quinteros, 2020). De acuerdo al mismo el ASPO permitió a los productores que venían trabajando realizando venta mediante reparto, incrementar los volúmenes de ventas en más del 50% en razón de que los consumidores encuentran en este tipo de venta directa la posibilidad de permanecer en sus casas, comprar hortalizas frescas y/o agroecológicas, además de contribuir a la compra local. “En las ciudades, donde se suspendieron las ferias agroecológicas o de hortalizas convencionales, los agricultores conjuntamente con sus organizaciones de base, intermediarios solidarios, profesores universitarios y técnicos de instituciones públicas, movilizaron la venta de bolsones, entregando en nodos comerciales o a domicilios particulares” (Viteri, Vitale y Quinteros, 2020, p. 1). El trabajo del INTA reconoce que en la RMBA, los productores familiares debieron adecuarse rápidamente frente a las limitaciones a la circulación y a la suspensión de los puntos de venta en la vía pública aumentando y consolidando la distribución de la producción mediante bolsones. Los productores se enfrentaron asimismo a la falta y/o incremento de costos de insumos, plantines, bolsas y envases plásticos, insumos de seguridad e higiene personal y a los problemas de traslado de la producción hacia los espacios de intermediación y al alto costo de fletes. Un aspecto que se destaca en el trabajo es la pertenencia de los productores a organizaciones, tanto para la obtención de permisos como para la realización de estrategias que requieren resultados en plazos breves.

6. CONSIDERACIONES FINALES

El Paseo de la EPSyS, no se limita a un nodo de comercialización donde los productores hortícolas y los productores de los otros bienes se aseguran las salidas de sus productos y la obtención de ganancias. Es ámbito de interacción social entre productores y consumidores, un lugar de reafirmación de las identidades comunitarias, plural y democrático, donde se promocionan y fortalecen los valores de cooperación y de solidaridad.

Retomando la conceptualización adoptada sobre territorio y particularmente de su dimensión espacial, es importante resaltar cómo la reorganización de El Paseo producto de la pandemia y el ASPO, permitió ampliar el área de mercado y las relaciones entre diferentes espacios de la ciudad a pesar del aislamiento: pasó de tener como puntos de referencia los predios fijos de las ferias hacia los que los productores trasladan su producción convirtiéndose en feriantes, a una configuración espacial expandida con más de un centenar de puntos de entrega (los domicilios) localizados en el centro de la ciudad y los barrios. Esta transformación implica un cambio significativo ya que si bien se incrementa el número de consumidores y se extiende la dimensión espacial del mercado, los aspectos culturales y de interacción social y comunitaria que implica el carácter de feria quedan momentáneamente suspendidos. Estos cambios en las dimensiones espacial, económica y cultural reconfiguran el territorio generando una nueva inserción de El Paseo en la ciudad.

Por otra parte, la relación entre los sectores económicos popular, social y solidario, público y privado en la que se inscribe El Paseo, se complejizó ya que se incorporaron nuevos actores como las empresas de servicios financieros y de comunicaciones y se acrecentó el equipo universitario soporte de El Paseo.

Es importante remarcar que El Paseo, en tanto experiencia de la EPSyS, refiere a un paradigma de intercambio de bienes, servicios y valores distinto al que propone el sistema empresarial de capital privado tradicional. De esta manera, más allá del contexto particular del ASPO, desde organizaciones como El Paseo se promueve la organización colectiva y solidaria, que contribuye a construir una economía alternativa al modelo económico hegemónico. Esta concepción se encuentra fuertemente imbricada en El Paseo y en el conjunto de actores que la llevan a cabo. La feria puede verse así como un arreglo voluntario, donde a la par de las transacciones materiales, circulan y se sedimentan los valores de solidaridad y cooperación, limitando en cierta manera la competencia que proponen otros tipos de mercados.

Teniendo en cuenta que en cada productor o artesano hay familias, colectivos, organizaciones y asociaciones, con sus debilidades y fortalezas, El Paseo posibilita unir sus esfuerzos y coincidir en sus luchas. En síntesis, El Paseo es una experiencia orientada a asegurar la reproducción social con creciente calidad de vida de todos los actores que la componen, al tiempo que es motor de otra economía.

REFERENCIAS

- Albet, A.; Benach, N. (2012). *Doreen Massey. Un sentido global del lugar*. Barcelona, España. Editorial Icaria.
- Andrada, N.; Báez, S. (2018). Una aproximación a las problemáticas ambientales asociadas al consumo y la producción de insumos industriales en la cuenca del Arroyo del Gato: Los casos de la Cooperativa Unión Papelera Platense y la producción hortícola bajo cubierta. En *Actas XX Jornadas Platenses de Geografía*. La Plata, Argentina
- Blanco, J. (2007). Espacio y territorio: elementos teórico-conceptuales implicados en el análisis geográfico. En Fernández Caso, M.V. y Gurevich, R. (comp). *Geografía. Nuevos temas, nuevas preguntas. Un temario para su enseñanza* (pp. 37-64). Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Caracciolo Basco, M. (2014). Economía social y solidaria: mercados y valor agregado en actividades rurales y urbanas. En Rorfman, A. y García, A. (comp). *Economía solidaria y cuestión regional en Argentina de principios de siglo XXI: entre procesos de subordinación y prácticas alternativas* (214-240). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. E-Book.

- Craviotti, M. (2014). La agricultura familiar en Argentina: nuevos desarrollos institucionales, viejas tendencias estructurales. En Craviotti (comp). *Agricultura familiar en Latinoamérica: Continuidades, transformaciones y controversias*. (pp. 175-204). Buenos Aires, Argentina. Editorial CICCUS.
- Consejo Federal de Inversiones. (2013). *Desarrollo y fortalecimiento de las cadenas de valor al interior de la provincia de Buenos Aires*. Informe final. Disponible en <http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/desarrollo-y-fortalecimiento-de-las-cadenas-de-valor-al-interior-de-la-provincia-de-buenos-aires/>
- Coraggio, J.L. (2014). La economía social y solidaria y el papel de la economía popular en la estructura económica. En Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (comp). *La Economía Popular y Solidaria. El Ser Humano Sobre el Capital 2007 - 2013* (pp. 21-46). Quito Ecuador. IEPS.
- Coraggio, J.L. (2020). Economía social y economía popular: Conceptos básicos. Consejo Consultivo, Documento Nro 1, INAES. Buenos Aires, Argentina. Ministerio de Desarrollo Productivo.
- Fontanet, F.; Garcia, A.; Toscani, M.; Vidosa, R. (2013) Autogestión y políticas públicas en Argentina: avances y desafíos de agenda en la post-convertibilidad. En *Revista IDELCOOP*; 211. (pp. 58-73)
- García-Winder, M., et al. (2010). *Cadenas agroalimentarias: un instrumento para fortalecer la institucionalidad del sector agrícola y rural*. San José, Costa Rica. Comuniica.
- García, M. (2012). *Análisis de las transformaciones de la estructura agraria hortícola platense en los últimos 20 años. El rol de los horticultores bolivianos*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, UNLP.
- Grupo de Estudos Territoriais Brasileiros del LABOPLAN (Laboratório de Geografia Política e Planejamento Territorial e Ambiental) (2000). O papel ativo da geografia: um manifesto. *XI Encontro Nacional de Geógrafos*. Florianópolis.
- Haesbaert, R. (2004). *O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" a multiterritorialidade*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- INDEC (2005). Censo Hortícola Florícola Buenos Aires. Argentina.
- Laurelli, E.; Finkelivich, S. (1990). Innovación tecnológica y reestructuración desigual del territorio: países desarrollados y América Latina. *Revista Interamericana de Planificación*. XXIII (81). (pp. 191-223).
- Manzanal, M. (2007). Territorio, Poder e Instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio. En Manzanal, M., Arzeno, M., y Nussbaumer, B. (comp.), *Territorios en construcción. Actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*. Buenos Aires, Argentina. Editorial CICCUS.
- Manzanal, M.; Schneider, S. (2011). Agricultura Familiar y Políticas de Desarrollo Rural en Argentina y Brasil (análisis comparativo, 1990-2010). *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, 34. (pp. 35-71).
- Martínez, E. (2016). *Vamos a andar. La producción popular es camino*. Argentina. Ediciones Construcción Colectiva.
- Palomino, H. (2004). La Argentina hoy – Los movimientos sociales. Herramienta, 27. Buenos Aires. Disponible en <https://herramienta.com.ar/articulo.php?id=282>
- Pérez, P. (1995). Actores sociales y gestión de la ciudad, *Revista Ciudades*, 7 (28). (pp- 8-14)
- Soverna, S.; Tsakoumagkos, P.; Paz, R. (2008). *Revisando la definición de agricultura familiar*. Documento de Capacitación N° 7, PROINDERSAGPyA. Buenos Aires, Argentina.
- Viteri, M.L.; Vitale, J.; Quinteros, G. (2020). *Innovar en Tiempos de Pandemia. Agricultura Familiar en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones INTA

NOTAS

- [1] Coraggio establece una diferencia entre economía popular, economía social y economía solidaria. Como se verá en el siguiente apartado, varios autores reconocen también especificidades que los llevan a diferenciarlas. En este trabajo se consideran como parte de un conjunto compartido que recibirá la denominación de economía popular, social y solidaria (EPSyS).
- [2] Existen otras modalidades de venta no abordadas en este trabajo como son las compras por parte del Estado y las que realizan restaurantes, hoteles, establecimientos hospitalarios, etc.

- [3] Establecimiento donde ingresan hortalizas frescas y se venden a comerciantes mayoristas o minoristas, mediante el alquiler de puestos. Pueden ser públicos o privados.
- [4] Funciona en diferentes días y horarios según el ámbito de la UNLP en el que se radique: Facultad de Ciencias Naturales y Museo, Sede de la Central de Trabajadores de la Argentina, el Colegio Liceo Víctor Mercante y como se dijo, el Rectorado de la Universidad Nacional de La Plata. En este último lugar, ubicado en el centro de la ciudad de La Plata.
- [5] Fortaleciendo El Paseo: Herramientas para potenciar la gestión de las Unidades Productivas de las Organizaciones del Paseo de la Economía Social y Solidaria.