

TERRUÑO. VEHÍCULO AMBULANTE PARA VENTA DE ENSALADAS

Marcos Hernán Castaño

Tableros (N.º 10), pp. 36-37, octubre 2019. ISSN 2525-1589

<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/tableros>

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

La Plata. Buenos Aires. Argentina



Figura 1. Terruño

TERRUÑO

VEHÍCULO AMBULANTE PARA VENTA DE ENSALADAS

Marcos Hernán Castaño | hernancastano@live.com

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

El proyecto trató de diseñar una producción a baja escala de un vehículo de tres ruedas impulsado por fuerza humana, destinado a la venta ambulante y que dé un servicio que responda al aspecto social, saludable y sustentable. Al analizar el sector frutihortícola del cordón de la ciudad de La Plata y percibir como problemática la extensa cadena de comercialización que requieren las verduras desde la quinta hasta el consumidor final y la necesidad de promover una alimentación saludable a través de una comercialización accesible [Figura 1].

Se destaca la necesidad de potenciar la actividad del quintero, mediante una estrategia que permita posicionar su producción en búsqueda de seguridad de comercialización, sumarle un valor agregado y proporcionar estabilidad de precios a valores reales.

Se propone la realización de un medio de venta ambulante tracción humana de tres ruedas destinados a la distribución y venta de verduras frescas previamente lavadas y procesadas para consumir como ensaladas. Siendo presentadas en recipientes tipo ensaladera que contiene la medida para el consumo personal con una etiqueta que distingue variedad de verduras que contiene el peso y su precio. A su vez, la venta consta de la entrega de condimentos y tenedores [Figuras 2 y 3].

El vehículo está pensado para transitar en zonas urbanas donde se acude a un punto estratégico para abastecerse de la mercadería y luego desplazarse e instalarse en las horas pico en los distintos puntos de venta donde por razones laborales o de estudio hay mayor convocatoria de gente. El segmento de mercado que apunta la venta de ensaladas de forma móvil es posicionarse en la franja entre el servicio del almacén y la verdulería. Llegando a una resolución formal tomando rasgos de la ambientación de locales de venta de comida orgánica boutique.

El triciclo de manera desplegado presenta visualmente un 80 % de exhibición del producto de venta donde se muestran 43 cajitas [Figura 4] por cada lado del vehículo



más una zona en donde se guarda el stock de reposición. Y el 20 % restante se refleja a modo de propaganda. El techo, al estar elevado, permite llamar la atención y ser fácilmente apreciado a la distancia. En el momento del traslado permanecerán los elementos del contenedor cerrados, dando como resultado visual un 100 % de propaganda [Figuras 4 y 5].



Figura 2. Situación de venta y exhibición de ensaladas



Figura 3. Espacio para condimentos y tenedores



Figura 4. Situación de uso



Figura 5. Situación de traslado con el techo cerrado