

## **APORTES DEL ENFOQUE DE LA INTELIGENCIA TERRITORIAL AL ESTUDIO DEL ESPACIO DE COMERCIALIZACIÓN INFORMAL**

**AUTORES:** Mgter. PUR Daniela Szajnberg, Esp. PUR Christian Cordara, Arq. Guillermina Jauregui<sup>1</sup>  
(FADU-UBA / Ciudad Universitaria, Pabellón 3, piso 4, Secretaría de Investigaciones, CP: 1428 /  
danielaszajnberg@yahoo.com).

**PALABRAS CLAVE:** observatorio de política urbanística y procesos urbanos; inteligencia territorial; espacio comercial informal.

### **Abstract**

El Observatorio de Política Urbanística, Dinámica Inmobiliaria y Procesos Urbanos (FADU-UBA), indaga entre otros temas, el origen y evolución de los procesos urbanos formales e informales que espejan las transformaciones del ámbito territorial urbano-metropolitano de Buenos Aires enmarcadas en la transición de siglos XX y XXI. Estos procesos se interpretan como resultado de las relaciones entre las intervenciones planificadas y las mediaciones espontáneas de los diversos actores del crecimiento y desarrollo de la ciudad. El enfoque de “Inteligencia Territorial” (IT) es de valioso aporte al Observatorio, ya que a través del mismo se identifican y examinan las prácticas urbanísticas y políticas públicas que inciden en dichas transformaciones territoriales. Este trabajo presenta avances de una sub-línea de investigación en curso, referida al espacio urbano de comercialización que proliferó entre fin del siglo XX y comienzo del XXI, tanto en períodos recesivos como en los de crecimiento económico: el espacio de comercialización formal y en particular el informal, bajo tipologías de localización centralizada o de tipo enclave (como los centros de compras de tipo *shopping*, hipermercados y servicios de ocio y recreación, o centralidades temáticas en torno a corredores viales rápidos del periurbano en proceso de expansión, o la Feria La Salada) o dispersa (como los centros o mercados de conveniencia, o ferias populares de artículos usados en proximidad a estaciones ferroviarias o al interior de lotes). Aspirando a contribuir al debate y la reflexión sobre los aportes del enfoque de la “Inteligencia Territorial”, se presenta fundamento empírico a partir del relevamiento de algunas de estas tipologías informales y su geo-referencia a través de sistemas de información territorial, analizando aspectos de su impacto territorial (especialmente en la matriz ambiental y socio-

---

<sup>1</sup> Colaboradores: N. Dominguez, M. Sanchez, P. Precioso, A. Singer, G. Sorda.

económica), y contrastando sus lógicas de localización con las del espacio de comercialización formal, ya registrado y analizado en diversos estudios del Observatorio y de otros equipos de investigación.

### **Tendencias del espacio de comercialización y consumo en la metrópolis de Buenos Aires en la inflexión de los siglos XX y XXI**

Durante el auge del contexto neoliberal de fines del siglo XX proliferó y se consolidó la mayor parte del espacio urbano con patrones territoriales de tipo enclave: desde parques industriales en el espacio productivo, hasta urbanizaciones cerradas privadas en el espacio residencial, manifestando las tendencias de la época a demarcar el cerramiento físico y simbólico de los espacios para la práctica de actividades privadas como la residencia o la producción. Estas tendencias también afectaron los patrones territoriales de aquellos espacios destinados a actividades otrora públicas (recreación, ocio, consumo, comercio) que tendieron a desarrollarse fuera del espacio público, en espacios cerrados de tipo enclave como como los parques recreativos y de ocio temáticos, *shopping centers* e hipermercados. Estas cuestiones han sido estudiadas desde diversos enfoques disciplinares. Por ejemplo, Caprón (1997), sostiene que el fenómeno de los *shopping centers* tiene que ver con los procesos de modernización e internacionalización del comercio minorista como uno de los indicadores de globalización de las ciudades y con la homogeneización de los hábitos de consumo. D. Szajnberg (2001) refiere al impacto de tales procesos en la estructura urbana (nuevas centralidades), a partir de la alta dinámica en materia de desarrollos inmobiliarios de urbanizaciones cerradas privadas y los equipamientos que suelen acompañarlas. Abba (2005) señala que en los noventa se dio una inflexión en la estructura metropolitana de Buenos Aires al desembarcar nuevos formatos de oferta de bienes y servicios en el marco del proceso de segregación social y segmentación del consumo. Pero los enclaves comerciales no sólo se han dado en el “espacio formal”. Durante la crisis argentina de 2001-2002 eclosionó un fenómeno conocido como “club del trueque”, con localizaciones similares a las de las ferias, pero con mecanismos informales y de supervivencia en tiempos de recesión y medidas monetarias restrictivas a tono con la crisis económica e institucional de la época<sup>2</sup>. En la Región Metropolitana de Buenos Aires tenemos quizás el caso

---

2 El sistema llegó a tener sus bonos de intercambio de valores por bienes y servicios trocados, en un intento por reemplazar la moneda de curso legal cuando el sistema se había irradiado de tal manera que resultaba difícilmente manejable mediante tan sólo los actos de trueque.

## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

más paradigmático, “La Salada”, enclave comercial en la ribera del Riachuelo en el Municipio de Lomas de Zamora, considerado el mayor centro de compras informal de América Latina, con alrededor de 50000 clientes y 15000 trabajadores a diario. Lo más destacable es el cambio que se produjo en la estructura física y social en torno a estas modalidades formales e informales de espacialidad comercial en territorios como el de la Región Metropolitana de Buenos Aires, y la retracción de la dinámica de las centralidades tradicionales en las prevalecía el comercio formal en relación directa con el espacio público, de distribución dispersa a cielo abierto, ante la energía avasalladora de los enclaves formales e informales del nuevo tipo de espacio de comercialización y ocio que se consolidó hacia fines del siglo XX.

Con la recuperación institucional argentina posterior al año 2003 y el cambio hacia un emergente modelo neodesarrollista y proteccionista, en el contexto de crisis económica y financiera internacional desde 2008, podemos visualizar dos nuevas tendencias en materia del espacio de comercialización, consumo y ocio en Argentina en general y en la Región Metropolitana de Buenos Aires en particular:

- Si bien la modalidad de consumo en los enclaves comerciales cerrados formales como “shopping centers” o hipermercados continúa, la dinámica inmobiliaria y de desarrollo de nuevos equipamientos de este tipo se ha desacelerado. En tanto, el enclave informal “La Salada”, se ha consolidado y expandido.
- Señales de recuperación de la dinámica del espacio comercial de localización dispersa, tanto en los procesos formales como informales: el crecimiento de los mercados de proximidad (mercados o almacenes de conveniencia o mini-mercados), la proliferación de ferias diversificadas y en plena consolidación, formales e informales, y el retorno de los “outlets” con influencia en la transformación territorial barrial.

Seguidamente, presentamos avances de 2 relevamientos efectuados en el marco del Observatorio: la transformación del barrio de Villa Crespo a raíz de la proliferación de “outlets” (espacio formal) y la diversificación y consolidación de ferias informales y semi-formales en la ciudad de Buenos Aires.

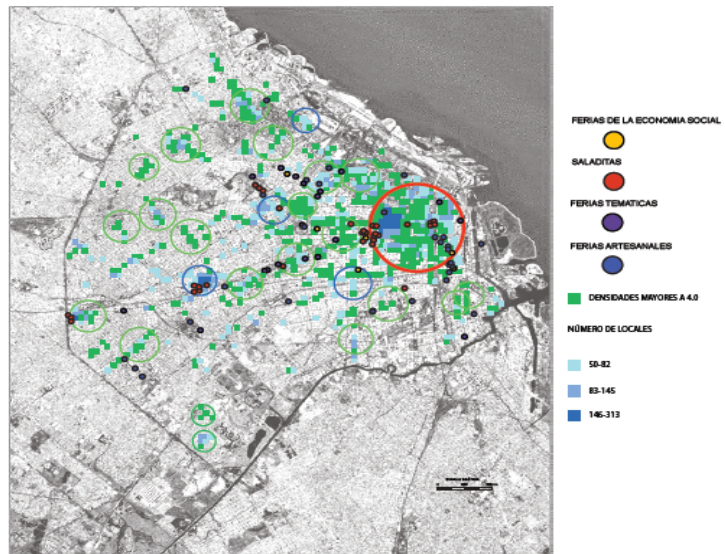
## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

Izquierda: outlets  
en Villa Crespo.



Derecha: ferias  
en Ciudad de  
Buenos Aires.



### Proliferación de “outlets” en Villa Crespo

Los *outlets* surgen como una de las estrategias de comercialización para paliar los ciclos recesivos o de crisis económico-financiera<sup>3</sup>, con el objeto de captar clientes hacia el punto de venta, ofertando algunos productos al costo. Esta estrategia permite a muchos establecimientos y marcas captar clientes potenciales de sus competidores y así compensarse en los períodos de caída del consumo, sin perder la imagen de calidad a pesar de asociarse la estrategia al concepto de oportunidad de buen precio. Es un fenómeno mundial que presenta dos modalidades operativas dirigidas a diversos sectores socio-económicos (desde las marcas suntuosas a las populares). Una es la de alternancia temporal, como los descuentos en franjas horarias de banda negativa en los shopping centers. La otra, de mayor impacto territorial, es la instalación de locales



específicos, con permanencia espacial y temporal, según 2 formas de distribución territorial: una de tipo enclave, en la que en un gran establecimiento o complejo edilicio que puede contar con servicios complementarios (estacionamiento, sanitarios, gastronomía, guardería), se concentran varios locales; la otra, es la que establece concentración de establecimientos dispersos constituyendo áreas o alineamientos comerciales a cielo abierto, como

<sup>3</sup> Entre otras, como la reducción del gramaje de los productos sin modificar el precio o el incremento de la talla de los paquetes para compensar el precio o bajar costos de empaque.

en la década de los ochenta en la localidad de Munro en la Provincia de Buenos Aires<sup>4</sup>, o a comienzos del siglo XXI en barrios de la ciudad de Buenos Aires como Villa Crespo<sup>5</sup> (Palermo Outlet).

En el caso del barrio de Villa Crespo, se ha generado recientemente una zona de “outlets” de indumentaria de marcas diversas en las calles Gurruchaga, Acevedo, Aguirre y Loyola, que han constituido de manera espontánea (no planificada) una nueva sub-centralidad temática, reconfigurando el barrio sin demasiado control e intervención del sector público en cuanto a los impactos territoriales (social, ambiental, etc.) que ya se están evidenciando en la zona y sus inmediaciones<sup>6</sup>. El proceso territorial de sucesión (de actividades y pobladores) que se ha dado en la zona es similar al de Palermo Soho: a partir de la crisis de 2001 algunos locales correspondientes a fábricas y depósitos desactivados, reconvirtieron su uso a outlets, inicialmente concurridos por turistas extranjeros y hoy difundido a nivel local. Esto ha tenido un alto impacto en términos de dinámica inmobiliaria, existiendo alrededor de 45 locales de marcas líderes que en algunos casos facturan montos superiores a los *shopping centers*, lo que denota la envergadura del fenómeno en curso.

### Ferias “Saladitas” en la ciudad de Buenos Aires

Las ferias no constituyen un fenómeno nuevo en el difuso límite entre la ciudad formal y la informal, aunque sí ha habido algunas variaciones tipológicas y en las prácticas espaciales en los últimos tiempos, que ameritan algunas reflexiones. Entre las tipologías identificadas podemos mencionar a las tradicionales ferias artesanales que se ubican con diversa periodicidad en el espacio público (plazas, parques, calles), como por ejemplo las de los barrios Mataderos, Chacarita o Recoleta. También las itinerantes municipales de productos alimenticios frescos que

4 El rubro principal era el de indumentaria de jean y deportiva de marcas de moda, y el fenómeno quedó desactivado a comienzos de la década de los noventa, como consecuencia del auge de los shopping centers, y actualmente, tras varios intentos de reconversión, presenta características que podrían describirse como un “cementerio de outlets”.

5 Además de la del barrio de Villa Crespo, en la ciudad de Buenos Aires se identifican al menos las siguientes zonas de “outlets” generadas en diferentes períodos: Av. Blanco Encalada en barrio Belgrano, Av. Alvarez Thomas en Villa Ortuzar, Av. Forest en Chacarita, Av. Juan B. Justo en Colegiales, calle san José en Monserrat, San Telmo y Barracas.

6 Principales quejas de vecinos: impacto en infraestructura eléctrica por incremento de aires acondicionados, desorden e insuficiencia de lugares para estacionamiento de automóviles, alza de los precios de alquiler y destrucción de patrimonio arquitectónico de la zona.

se promueve en la Ciudad de Buenos Aires. En ambos casos, a través de ciertas reglamentaciones de control, organización y promoción por exención de tributos, el sector público participa a través de políticas que procuran mitigar las tendencias espaciales anárquicas que se derivarían de estas prácticas ligadas originalmente al comercio informal en el espacio público, a la vez de dar promoción a ciertos rubros de promoción cultural. En un grado de mayor informalidad proliferan ferias conocidas como de los “manteros” y de venta de artículos usados de procedencia no constatada<sup>7</sup>, sobre los cuales el sector público acciona, por tratarse de prácticas vinculadas al sustento económico informal de los grupos socio-económicos excluidos del sistema laboral y productivo formal, que ponen en acción sus recursos con fines de subsistencia. Otro tipo de ferias que también se está difundiendo es el de las de “economía social”, pero no son significativas en términos territoriales cuantitativos (puntos de expendio), por el momento<sup>8</sup>.

Pero el paradigma más significativo del espacio de comercialización informal y semi-formal<sup>9</sup> es la feria La Salada, limítrofe a la ciudad de Buenos Aires en el Municipio de Lomas de Zamora, cuya forma de distribución territorial es de tipo enclave. La manifestación semi-formal se da en 3 galpones cerrados (ex piletas y balnearios Urkupiña, Ocean y Punta Mogote), y la más informal se daba en la conocida como La Ribera (cielo abierto sobre el Riachuelo), recientemente desactivada a través de políticas públicas en curso (ausentes durante años), con fines de saneamiento y reordenamiento de la cuenca a través de un organismo multijurisdiccional. Sobre La Salada hay numerosos estudios desde diversas ópticas disciplinares, pero no se ha tratado suficientemente (ni en estudios ni en cuanto a políticas públicas que lo aborden apropiadamente), otro fenómeno que se desprende de éste, que es la emergencia y difusión de réplicas de menor tamaño físico y complejidad funcional<sup>10</sup>, cuya lógica de localización es dispersa, conocidos popularmente como “Saladitas”. Esta modalidad de ferias es la más reciente, y se está difundiendo según una

---

7 Modalidad que ha proliferado tanto en épocas recesivas como de expansión económica, en proximidad a los espacios públicos de transbordo y residencia de los sectores socio-económicos populares: estaciones ferroviarias, barrios del conurbano bonaerense, y también en varias villas de emergencia.

8 Una es el Mercado Bonpland en Palermo donde venden mercadería directo sus productores.

9 La informalidad está dada por aspectos de higiene, seguridad o salubridad, normativa urbanística, habilitación, prácticas de competencia desleal o falsificación de productos de marca, o por las condiciones laborales informales, pudiendo darse alguno, algunos o todos los factores de informalidad juntos.

10 Hay algunas que albergan dentro de un mismo espacio alrededor de 200 stands, y alguna de 400, aunque en general hay varias otras de menos cantidad de puestos, por ejemplo en el caso de refuncionalización de inmuebles que han sido en otro momento cines o galerías comerciales.

dinámica acelerada en distintos sitios del país<sup>11</sup>, cuyo impacto territorial cobra relevancia por su cuantía: según relevamientos propios entrecruzados con información de la Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires (FECOBA, 2011), había en 2011 al menos 34<sup>12</sup> de estos establecimientos sólo en la ciudad de Buenos Aires, sin considerar aún otros en el conurbano y el proyecto de escala intermedia en tierras de origen estatal en Palermo (Pacífico) que fue uno de los más controvertidos por quejas de los comerciantes y vecinos de la zona y que fue clausurado<sup>13</sup>.

Si bien es de más fácil percepción el impacto territorial (social, económico, ambiental) de estas ferias en su modalidad de tipo enclave (como La Salada en Lomas de Zamora), es importante también considerar el impacto territorial de los casos de menor envergadura y localización dispersa, pero que en conjunto o dependiendo del espacio urbano receptor y su entorno inmediato, pueden significar impactos relevantes.

### **¿Qué nos aporta la IT para el estudio y la gestión del espacio comercial?**

Si bien la noción de IT está en construcción y como señala P. Dumas (2008), su definición es polisémica y con límites y contenidos imprecisos, algunos de sus enfoques y herramientas, podrían resultar de gran aporte para profundizar el estudio en curso, e incluso para arribar a una serie de recomendaciones en términos de gestión desde la política pública del fenómeno y proceso territorial en cuestión.

Especialmente en torno a las herramientas de IT que se citan a continuación:

- Sistemas de Información Territorial para el conocimiento de las dinámicas territoriales sobre las que se aspira operar y gestionar desde políticas públicas.
- Instrumentos para la inteligencia competitiva y económica, el desarrollo territorial, el desarrollo local y el desarrollo sustentable.

11 Por ejemplo en la ciudad de Mar del Plata.

12 Mientras en 2010 registraban 22 “Saladitas” con 1792 puestos de trabajo directo, las 34 registradas en 2011 arrojaban una estimación de alrededor de 3500 puestos de trabajo directo, ubicadas en los siguientes barrios: 15 en Once, 5 en Floresta, 5 en el microcentro, 3 en Chacarita, 3 en Liniers, 1 en Constitución, 1 en Villa Crespo, 1 en Caballito.

13 No obstante, las autoridades competentes en materia de habilitación, explican que si los emprendimientos encuadran en las normativas y reglamentaciones vigentes, deben ser aprobados.

## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

- Gobernanza, dispositivos participativos y de comunicación comunitaria y herramientas de anticipación para la gestión territorial.
- Acceso y retroalimentación de indicadores territoriales referenciales para los diagnósticos y las estrategias y políticas que se pudieran proponer, y para el desarrollo de observatorios de monitoreo y seguimiento de fenómenos, procesos y políticas territoriales y sus impactos.

### Bibliografía

Abba, A. (2005). *Nuevas lógicas de centralidad urbana en el siglo XXI*. AMBA. Documento de trabajo CIHAM-FADU-UBA. Buenos Aires.

Alcazar, P. (2009). Técnicas para remontar la crisis. [Emprendedores: las claves de la economía y el éxito profesional](http://www.dialnet.unirioja.es), <http://www.dialnet.unirioja.es>

Bozzano, H. (2008). Territorial understanding, participative process and territorial development: experiencias in Latin America. International conference on territorial intelligence. Tools and methods of territorial intelligence. Bensaçon. [www.territorial-intelligence.eu](http://www.territorial-intelligence.eu).

Caprón, G. (1997). Urbanidad y modernización del comercio. VI Encuentro de Geógrafos de América Latina, Instituto de Geografía, FFyL-UBA. Buenos Aires.

CCEBA. (2011). Paraformal. Ecologías Urbanas. Buenos Aires. Centro Cultural de España en Buenos Aires. Buenos Aires.

Dumas, P. (2008). *Definición de la Inteligencia Territorial*. [www.inteligencia-territorial.eu](http://www.inteligencia-territorial.eu).

FECOBA, (2011). Quizás usted tenga una saladita muy cerca de su casa y no lo sabe. Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires. [i.profesional.com](http://i.profesional.com).

Szajnberg, D. (2001). Urbanizaciones cerradas en la RMBA ¿Se ha de replantear la estructura de centralidades suburbanas? AREA Nº 9. FADU-UBA.

Sainz, A. (2010). Se reactiva el negocio de los outlets. Diario La Nación. 13 de diciembre, Buenos Aires.

Sanchez, N. (2010) Saladitas. Ferias polémicas que se multiplican en Capital Federal. Diario Clarín. Sección Ciudades. 23 de mayo, Buenos Aires.

SAINZ, A. (2010) EL LADO OCULTO DEL CONSUMO. EL MODELO LA SALADITA SE MULTIPLICA. DIARIO LA NACIÓN. 28 DE MARZO, BUENOS AIRES.