

Caracterización del SECTOR COMERCIAL en el Casco Urbano de la ciudad de LA PLATA.

Fundamentos para el diseño y puesta en práctica de
sistemas municipales de información y análisis para
la orientación del pequeño y mediano empresario.

- arquitectos Diego DELUCCHI - Fernando TAUBER -

- abril de 1993 -

Caracterización del SECTOR COMERCIAL en el Casco Urbano de la ciudad de LA PLATA.

**Fundamentos para el diseño y puesta en práctica de
sistemas municipales de información y análisis para
la orientación del pequeño y mediano empresario.**

- arquitectos Diego DELUCCHI - Fernando TAUBER -

- abril de 1993 -

CARACTERIZACION DEL SECTOR COMERCIO EN EL CASCO URBANO DE LA PLATA

1. INTRODUCCION

Evolución del Sector Comercial y de Servicios Comerciales en el Partido de La Plata:

De acuerdo al Censo Económico de 1985 existían en La Plata 12.194 comercios y servicios privados registrados, que empleaban 34.166 personas. Si observamos su evolución desde el Censo Económico de 1974, donde había 11.889 registros con 28.221 empleos, vemos que el ritmo de crecimiento en establecimientos era lento (2,5%) pero con un importante incremento en los empleos (21%) transferidos en ese momento de la industria al sector por el achicamiento productivo de la región en la década, y donde los mismos censos muestran que los 1.426 establecimientos industriales que existían en el Gran La Plata (La Plata, Berisso y Ensenada) en 1974 pasaron a ser 1.119 en 1985, y las 30.400 personas que trabajaban en el sector pasaron a 21.750 en el mismo período, es decir 8.650 puestos de trabajo menos; que contrastan con los 5.945 generados en el sector comercial y de servicios privados.

Seguramente el proceso 85-93 confirmó esta tendencia, y la incrementó; no sólo por el persistente achicamiento productivo regional; sino por el achicamiento del sector público, y la privatización de las Empresas del Estado, con una fuerte expulsión de mano de obra en la región, hoy claramente "reubicada" en el sector comercial y de servicios privados (son ejemplos vigentes los taxis de Berisso, o la demanda impresionante en el primer semestre de 1992 de locales en los centros comerciales o avenidas importantes).

En 1989, la Municipalidad de La Plata realizó un Censo de Comercios (no relevó el sector servicios) registrando 14.449 establecimientos, restando un sector que, según estimaciones oficiales de la época, contenía 3.000 establecimientos. Como dato ilustrativo, del total de comercios relevados, el 30% era clandestino, localizado fundamentalmente fuera del Casco Urbano, donde se registró el 59% de los establecimientos.

Fue en esos años cuando comenzó un repunte notorio de la actividad: mientras que en el año 1988 (antes del Censo) hubo 1.551 habilitaciones, en 1989 (después del Censo), éstas crecieron a 2.057 (un 32%); en 1990 se mantuvieron en 2.050; y en 1991 crecieron a 2.130 (el 30 de octubre eran 1.682, y con 250 otorgadas ese mes, la Dirección estimó 450 en el bimestre restante); de estas habilitaciones el 90% fueron comercios, y el 10% servicios comerciales (además el 80% fueron nuevas habilitaciones y el 20% transferencias; y el 70% se registró en el Casco y sólo el 30% en el resto del Partido); por otra parte, las bajas registradas en el trienio 89-91 fueron 1.500 (un 30% de las nuevas habilitaciones, descontadas las transferencias). No se disponen datos de 1992, pero evidentemente fue un año que por lo menos no revirtió la tendencia.

Al sólo efecto de poder dimensionar el "tamaño" del sector comercial y de servicios comerciales del Partido de La Plata, desarrollamos dos hipótesis, en función de los datos ciertos:

La primera toma como base la cantidad de establecimientos registrados en el Censo de 1985: 12.194 y estima el promedio de crecimiento anual durante los siete años y medio siguientes, basados en sumar los cuatro años 89-91: $1.551 + 2.057 + 2.050 + 2.130 = 7.788 \div 4 = 1.947$ est./año restando el promedio de transferencias (20%): $1.947 - 389 = 1.558$ est./año, y el promedio de bajas registradas (30%): $1.558 - 467 = 1.091$ est./año $\times 7,5$ años = 8.182 establecimientos + 12.194 establecimientos = 20.376 establecim. declarados y registrados a los que habría que agregarle el 30% de clandestinidad que arrojó el Censo Municipal del 89 para entender que la cantidad real de establecimientos comerciales y de servicios comerciales, suman 26.489, es decir "más de 26.000" en el partido de La Plata; que multiplicados por un tamaño medio de 2,8 personas por establecimiento, que es el arrojado por el último Censo Económico, congregarían unos 74.170 puestos de trabajo reales, es decir que el sector comercial y de servicios privados formales ocupa al 40% de la Población Económicamente Activa del Partido; en esta suma no se incluyen los puestos generados ni por los servicios informales (plomeros, gasistas, albañiles, etc.) ni por los servicios profesionales que en su inmensa mayoría no se "habilitan" ni se registran, ni por los servicios públicos).

La segunda hipótesis, no hace otra cosa que confirmar la primera, y se basa en los registros de habilitaciones del archivo municipal del año 1991 en el Casco Urbano.

Según la misma existían en esa fecha 20.708 habilitaciones entre comercios, servicios comerciales y fábricas, en el casco urbano de La Plata; un valor sin depurar dado las permanentes bajas o cambios de rubros no incorporados al archivo. La proyección de las depuraciones necesarias hechas en su momento en el archivo, producto de cierres, transferencias o apertura de nuevos rubros en locales que no efectivizaron la baja a lo largo del tiempo, determinaron que el número real es el 75 % de la cifra original, es decir 15.531 habilitaciones. Teniendo en cuenta que, según datos del Censo Municipal de Comercios del año 1989, el Casco concentra el 59 % del total de comercios (estén o no habilitados), y que los índices de clandestinidad en el mismo son bajos en comparación con las localidades y barrios aledaños; el valor proyectado para el Partido sería de 26.045 establecimientos, a los que se debieran sumar las habilitaciones (menos transferencias y bajas) de 1992 y parte de 1993, que según nuestras estimaciones serían 1.700; y restar las denominadas fábricas o actividades manufactureras, que eran 926 en el Censo de 1985: $26.045 + 1.700 - 926 = 26.819$; que como vemos siguen siendo "más de 26.000" establecimientos comerciales y de servicios privados de los cuales unos 20.000 estarían habilitados.

2. OBJETIVOS DEL TRABAJO:

El presente estudio se ha realizado sobre la base de la información obrante en los archivos de la Dirección de Industria y Comercio de la Municipalidad de La Plata para el año 1991, tomando como universo de trabajo el Casco Urbano de la ciudad de La Plata, y tiene como objetivo central demostrar:

Que no siempre la "intuición" y el "olfato" empresario aciertan con la localización adecuada de las actividades en función de la localización de la población, aún cuando ésta sea sólo una variable a considerar para captar un mercado de consumo, cualquiera sea su escala y capacidad.

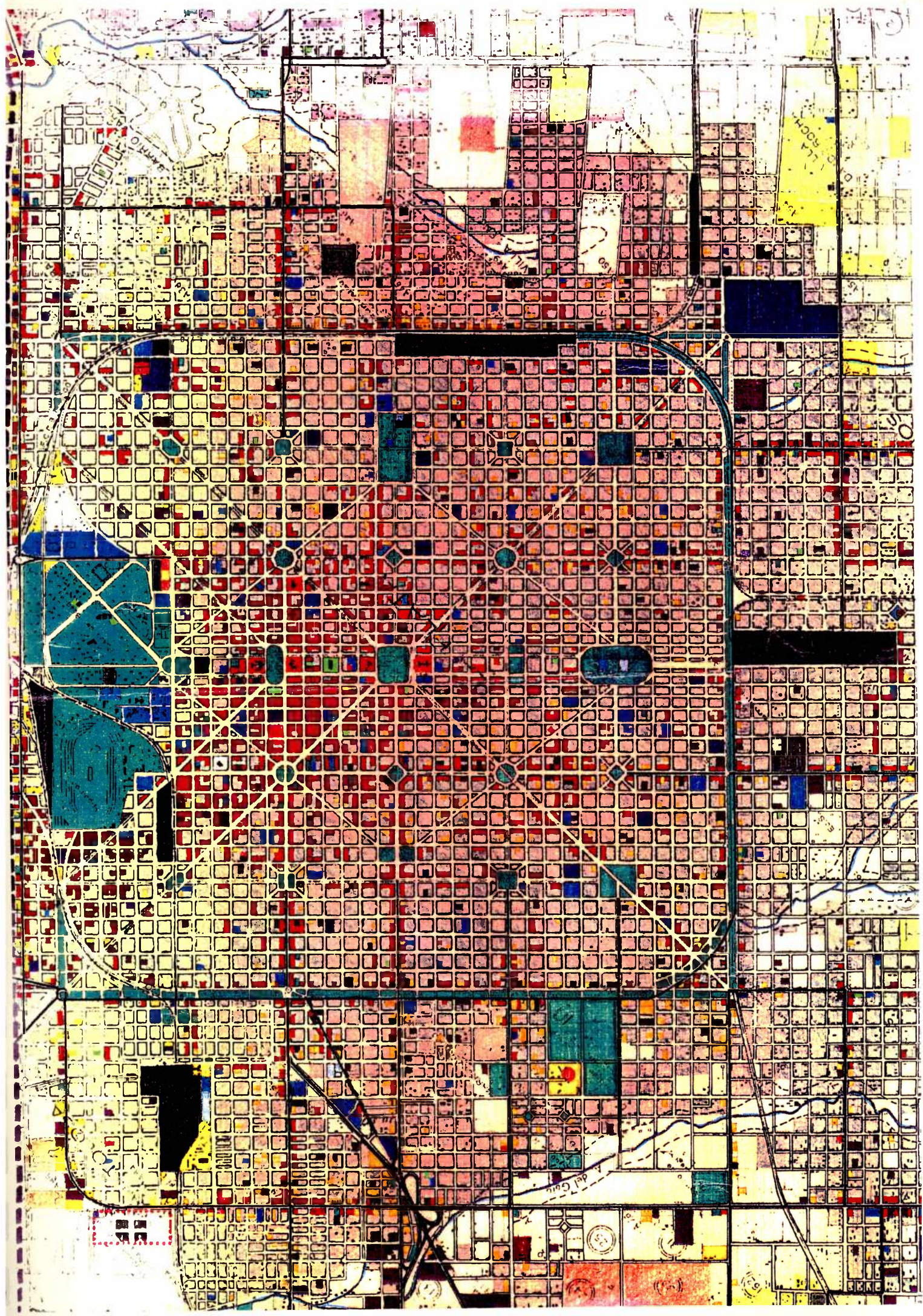
Que una información adecuada sobre la localización de las actividades comerciales, superpuesta a la localización de la población, y combinada con la evolución de ambas: altas, bajas o transferencias por rubro y por barrio, en el caso de la primera; y procesos migratorios internos, nuevos barrios, etc. en el caso de la segunda; sería de suma utilidad para orientar y prevenir las malas inversiones o por el contrario para canalizar aquellas con más posibilidades, que en la mayoría de los casos redundan en una economía de costos sociales y mejoramiento de los barrios o zonas donde se localizan.

Que generar, procesar, analizar y hacer pública esta información es un rol ineludible de la Municipalidad de La Plata, por las responsabilidades que le otorga la Ley Orgánica de las Municipalidades al Concejo Deliberante: "art.27: Corresponde a la función deliberativa reglamentar la radicación, habilitación y funcionamiento de los establecimientos comerciales e industriales...", y al Departamento Ejecutivo: "art.226, inc 17.: Inscripción e inspección de...cualquier clase de industria o comercio"; que la convierten en la única Institución facultada (y obligada) a reglamentar, registrar y controlar la actividad comercial.

Que la desorientación de la actividad comercial con el cierre permanente de establecimientos de cualquier tamaño, sumada a la expulsión de personal del Estado y de sus empresas privatizadas; y a la falta de iniciativas efectivas públicas o privadas para resolver los problemas ocupacionales derivados de esta situación, identificados como los más importantes para la comunidad platense no sólo medidos en desocupación, sino en insatisfacción crítica para un amplio sector de vecinos que aún está ocupado o sub-ocupado; y la desproporcionada oferta de comercios y servicios en determinados sectores, que contrastan con otros injustamente subofertados; obligan al Municipio a asumir por lo menos el rol de orientar las actividades haciendo uso de una información que dispone.

Que es necesario encarar un proceso participativo, con la inclusión de las Cámaras que nuclean al sector para posibilitar a partir de la información, la planificación, y la orientación, racionalizar los recursos de la comunidad:

"Ya no es ético ser irracional. Es ineludible actuar desde la razón. Es urgente pensar en nuestra propia realidad. Y la realidad es precisamente lo que hay que cambiar."



DENSIDAD COMERCIAL EN EL CASCO URBANO

En términos globales y en función de los datos poblacionales y de las habilitaciones registradas considerando el archivo sin depurar, el Casco Urbano tiene un índice de 10.05 hab/com. y considerando los valores depurados, éste índice sube a 13,4 hab/com. Los valores consignados marcan un primer dato importante al compararlos con el de otras ciudades, ya que implican una oferta comercial excesiva si tenemos en cuenta el nivel económico medio de la población platense.

Haciendo un análisis retrospectivo, el índice señalado viene disminuyendo en los últimos años, lo cual refleja una preferencia de la sociedad en invertir en éste sector, circunstancia que no encuentra una clara justificación si se tiene en cuenta el estancamiento en el crecimiento poblacional del mismo en la última década, único negativo en todo el partido.

Al analizar la distribución del comercio en el Casco, vemos que determinados rubros tienden a agruparse en el área Centro de la ciudad y adyacencias, con polos muy marcados en la zona de calle 8 entre 45 y 54, calle 12 entre 54 y 63, diag. 80 entre 1 y 44 y plaza San Martín, calle 5 entre 48 y 51, etc.. Otros rubros prefieren ubicarse sobre vías de acceso a la ciudad, conformando verdaderos corredores comerciales de mucha actividad. Es el caso de la avda. 13 de 32 a 44, avda. 7 de 32 a 60, avda. 44 de 31 a 19, diag. 73 de 31 a 44 y otras.

Estas concentraciones comerciales son independientes de la población que en ellas se asienta, dado que el mercado que abastecen es mucho más amplio e involucra en ciertos casos a la población de todo el partido.

Por ese motivo es lógico que la distribución comercial y de servicios incorporando todos los rubros no sea homogénea, existiendo áreas de gran densidad con índices de hasta 3 hab/com (área microcentro), 6 hab/com (área diag. 80) y 7 hab/com (área calle 12); y por otro lado áreas muy por debajo del promedio, como son el sector norte (20 hab/com), el área hipódromo (24 hab/com) y sectores de La Loma no atravesados por la diag. 73 (19 hab/com).

4. RELACION HABITANTE POR COMERCIO

4.1. COMERCIO EN GENERAL

Como ya quedó expresado en el Casco Urbano existen según datos de la Dirección de Industria y Comercio 20.708 habilitaciones, lo que implica un índice de 10,05 hab/com.

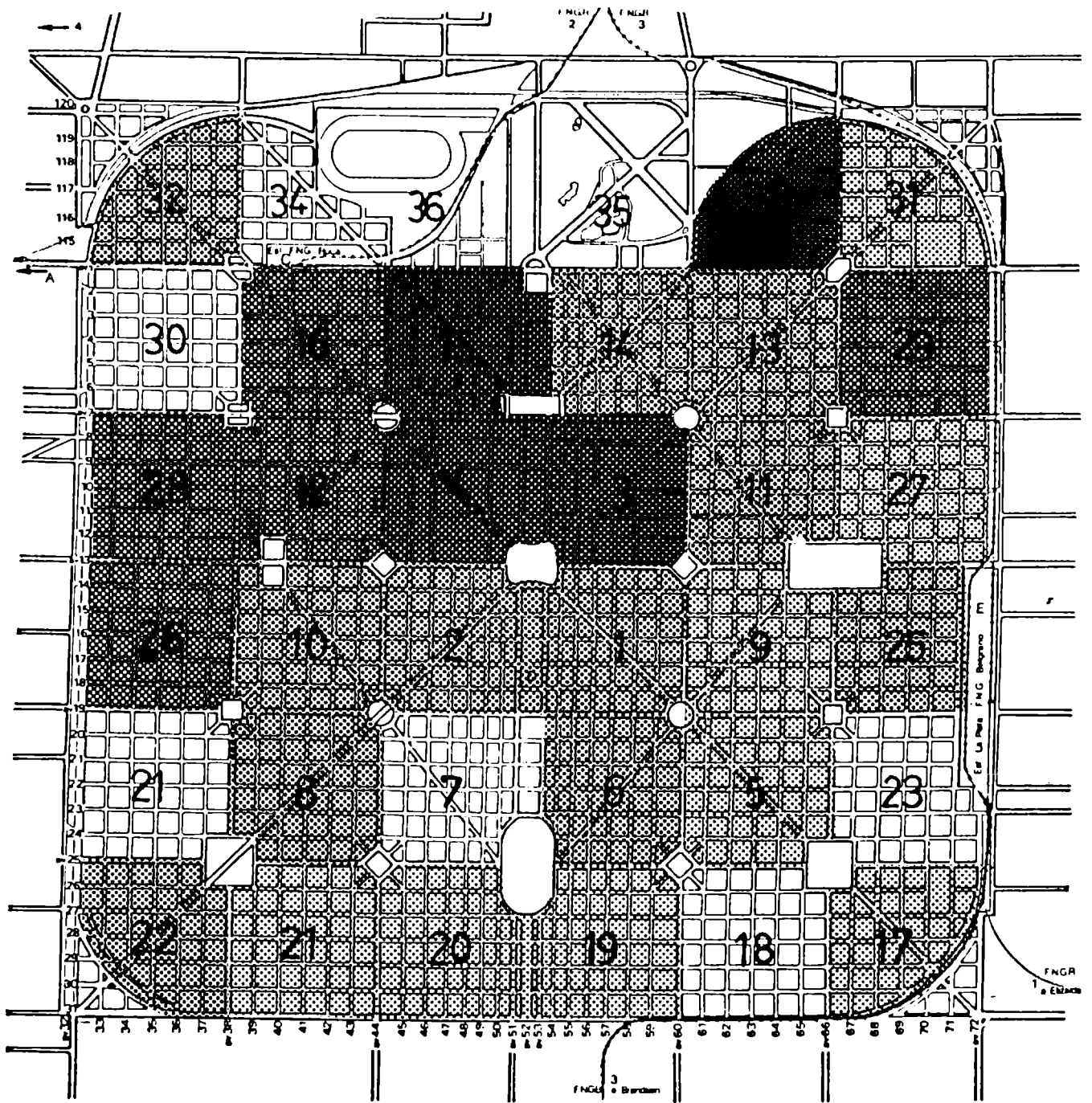
En función de la zonificación del Casco en 36 áreas, fue posible realizar un análisis por área de la distribución comercial y de servicios incorporando todos los rubros, del cual se extrajo el siguiente cuadro:

COMERCIO EN GENERAL

AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE	AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE
1	6213	475	13	19	4871	347	14
2	6982	536	13	20	5403	322	16,7
3	9831	1308	7,5	21	4084	295	13,8
4	8317	2880	2,8	22	3386	267	12,6
5	6253	407	15,3	23	5785	314	18,4
6	4893	370	13	24	4836	259	18,6
7	7292	377	15,3	25	3329	284	11,7
8	5950	449	13,2	26	4653	522	8,9
9	6083	338	17,9	27	5707	320	17,8
10	6406	469	13,6	28	4518	565	7,9
11	7459	604	12,3	29	6282	749	8,3
12	7013	708	9,9	30	7906	392	20.1
13	7272	565	12,8	31	5898	351	16,8
14	10127	780	12,9	32	5882	531	11
15	9698	1517	6,4	33	5712	738	7,7
16	7560	940	8	34	3424	144	23.7
17	4494	267	16,8	35	543	-	-
18	5981	314	19	36	717	80	6,4

De una primera lectura del cuadro se observa una marcada heterogeneidad en la distribución comercial, con índices por área que varían desde 2,8 hab/com (área centro, zona 4) a 23,7 (área hipódromo, zona 34).

Queda claro que las áreas que conforman el centro de la ciudad registran la mayor concentración comercial (áreas 5, 14, 3) observándose la influencia de los corredores de acceso desde Buenos Aires que disminuyen los índices de las áreas que son atavezadas por la avda. 7 y la avda. 13 (zona 25 y 12) con valores por debajo del promedio. También es notable, aunque en menor medida, la influencia de otros corredores de acceso como ser diag. 73 de 32 a 44, diag. 74 de 120 a avda. 7, avda. 44 de 31 a avda. 19, cuyas áreas de influencia (zonas 22, 8, 2, 32, 16, 21) se encuentran en el promedio para el Casco o levemente por encima.



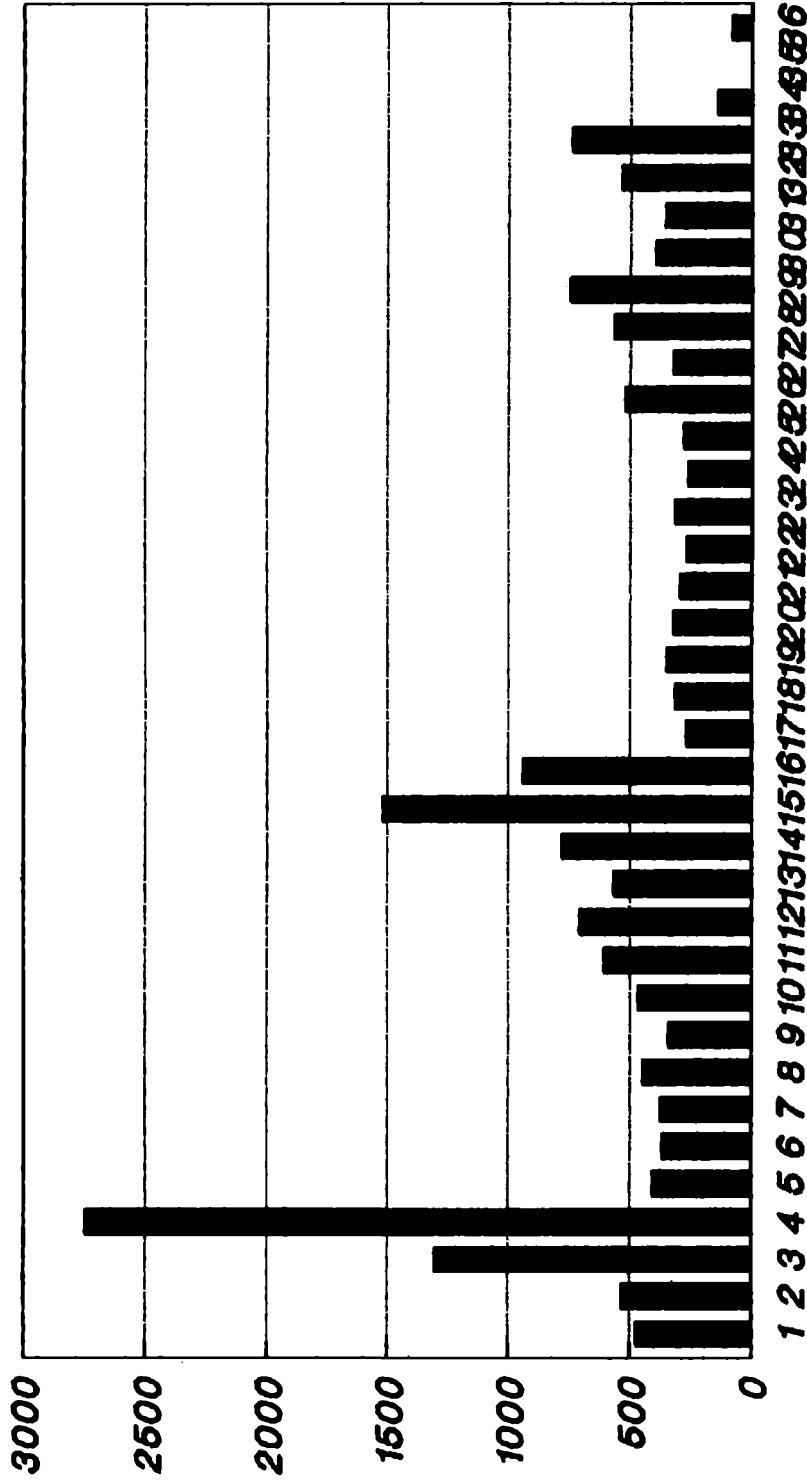
COMERCIOS Y SERVICIOS

RELACION HABITANTES/COMERCIO:

- de 3 a 7 hab/com.
- de 8 a 11 hab/com.
- de 12 a 14 hab/com.
- de 15 a 19 hab/com.
- mas de 19 hab/com.

COMERCIOS Y SERVICIOS

Distribución por áreas



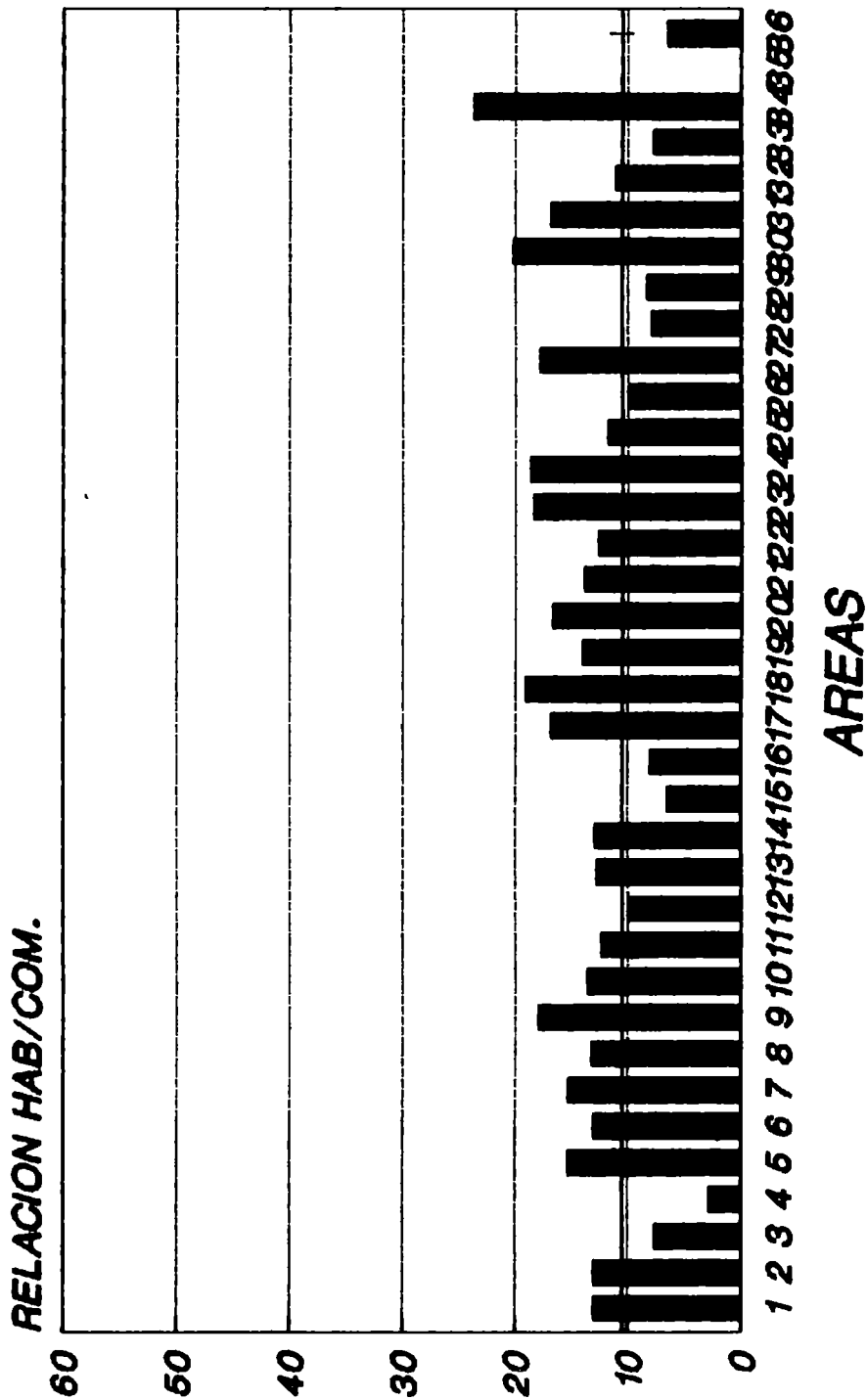
AREAS

■ Com. y serv. por área

Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

COMERCIOS Y SERVICIOS

Relación hab/com. por área



Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

Obsérvese la baja densidad comercial que registra el corredor de la diag. 74 desde 31 a 19, donde la presencia del cementerio oficia como tapón, impidiendo que ésta vía se transforme en corredor de acceso a la ciudad. A su vez, registran alta densidad la zona 29, por la presencia del hospital Policlínico y el corredor de la avda. 7 hacia el sur de la ciudad, y el barrio Mondongo (zona 33) donde el sector de facultades influye en la radicación estudiantil y crece entonces el comercio de abastecimiento diario.

Por el contrario, en las áreas de carácter mas barrial, disminuye considerablemente la radicación comercial; es el caso del barrio hipódromo y barrio norte con los índices hab/com mas altos: 23,7 y 20,1 respectivamente. También valores elevados se registran en ciertos sectores de la Loma y el área sur de la ciudad.

De todos modos éstos altos índices no implican necesariamente desabastecimiento ya que habría que evaluar los comercios de uso barrial que son los que esas zonas demandan.

4.2. COMERCIO DE ABASTECIMIENTO DIARIO Y/O BARRIAL

Esta primera desagregación de rubros persigue el objetivo de evaluar los comercios que no necesitan agruparse y que poseen una oferta de artículos para el uso cotidiano y cuyo mercado depende en gran medida de la población de su área de influencia. Los rubros analizados fueron:

RUBRO	CANTIDAD	RUBRO	CANTIDAD
almacenes	1407	guarderías	54
videos	74	heladerías	115
art. elect.	213	kioscos	1636
art. hogar	154	librerías	205
art. limpieza	74	panaderías	199
aves y huevos	56	peluquerías	454
bazares	193	pescaderías	35
carnicerías	680	rotiserías	348
cerrajerías	73	supermercados	30
cristalerías	49	talleres mec.	615
despachos de pan	394	tapicerías	70
farmacias	158	tintorerías	132
ferreterías	199	verdulerías	1531
florerías	66	veterinarias	68
fotocopias	65	vinerías	140
gimnasios	86	zapaterías	298

Sobre ésta base y en función de la zonificación en áreas, se extrajo el siguiente cuadro:

COMERCIO DE ABASTECIMIENTO DIARIO Y/O BARRIAL

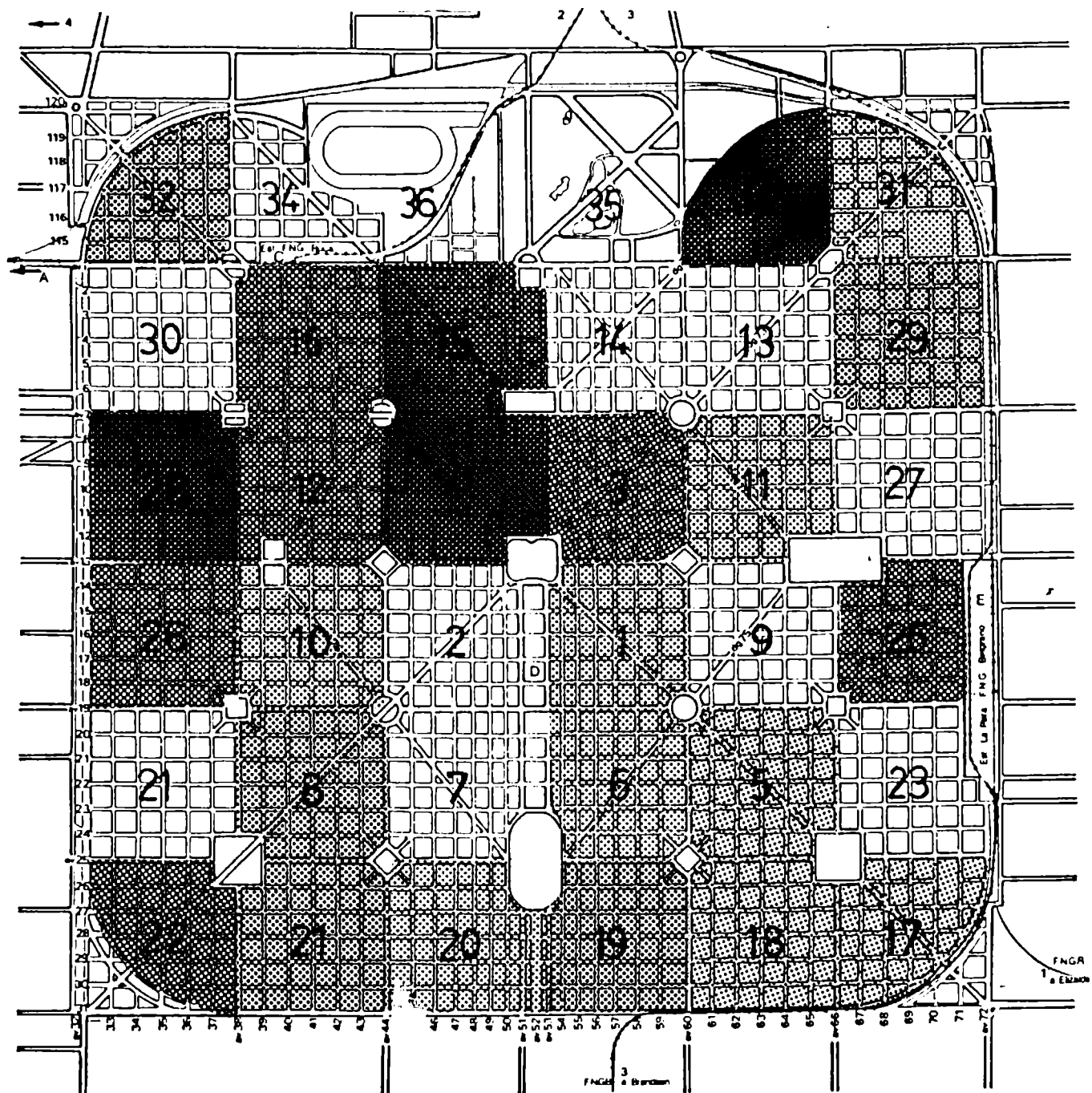
AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE	AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE
1	6213	250	25	19	4871	220	22,1
2	6982	220	31,7	20	5403	212	25,4
3	9831	529	18,5	21	4084	183	22,3
4	8317	734	11,3	22	3386	182	18,6
5	8253	249	25,1	23	5785	211	27,4
6	4893	194	25,2	24	4836	159	30,4
7	7292	298	29,4	25	3329	194	17,1
8	5950	271	21,9	26	4653	289	16,1
9	6083	209	29,1	27	5707	205	27,8
10	6406	262	24,1	28	4518	306	14,7
11	7459	290	25,7	29	6282	288	21,8
12	7013	364	19,2	30	7906	219	36,1
13	7272	257	28,2	31	5898	226	26
14	10127	369	27,4	32	5882	285	20,7
15	9698	612	15,8	33	5712	424	13,4
16	7506	441	17,1	34	3424	95	36
17	4494	172	26,1	35	543	-	-
18	5981	225	26,5	36	717	17	42,1

Del análisis del cuadro se desprende que aún considerando los comercios de abastecimiento barrial, se sigue observando una distribución heterogénea en la ciudad, aunque en menor medida que si consideramos todos los rubros.

El nuevo promedio para el Casco es de 22,1 hab/com, con saltos que van desde 11,3 (zona 4, microcentro) a 36 hab/com (zona 30, barrio norte y zona 34, barrio hipódromo). Esto implica que sigue prevaleciendo el criterio de agrupamiento comercial en las áreas de mayor actividad por más que las ofertas de los rubros analizados estén dirigidas al consumo cotidiano.

Asimismo se mantienen las tendencias en la distribución comercial del caso anterior, con la diferencia que las áreas adyacentes al centro presentan una menor densidad comercial comparándola con lo que refleja el análisis de todos los rubros. Sigue prevaleciendo el concepto de agrupamiento en corredores de circulación y las áreas que antes se observaban más desabastecidas, se mantienen en esa tendencia.

Esto marca una primera distorsión de la oferta comercial en relación a la población, ya que además de observarse áreas saturadas (15, 4, 21, 26, 33, etc.) que no guardan relación con la población que albergan, otras (30, 34, 24, 2, 7, 23, 13, etc.) se encuentran subofertadas, con índices hab/com muy por encima del promedio para el Casco.



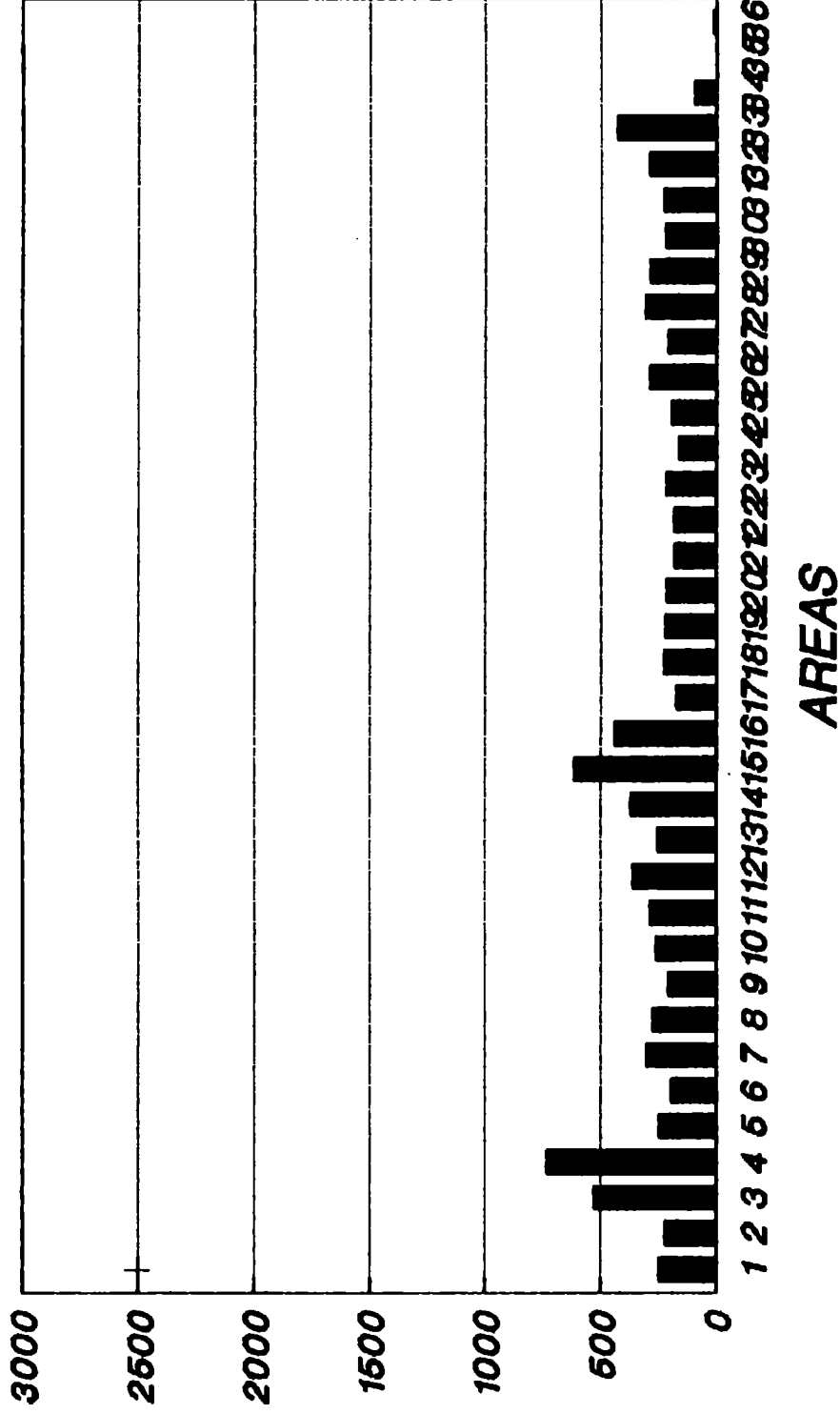
COMERCIO Y SERVICIO DE USO DIARIO

RELACION HABITANTES/COMERCIO:

- de 11 a 16 hab/com.
- de 17 a 20 hab/com.
- de 21 a 24 hab/com.
- de 25 a 28 hab/com.
- mas de 28 hab/com.

COMERCIO Y SERVICIO DE USO DIARIO

Distribución por áreas

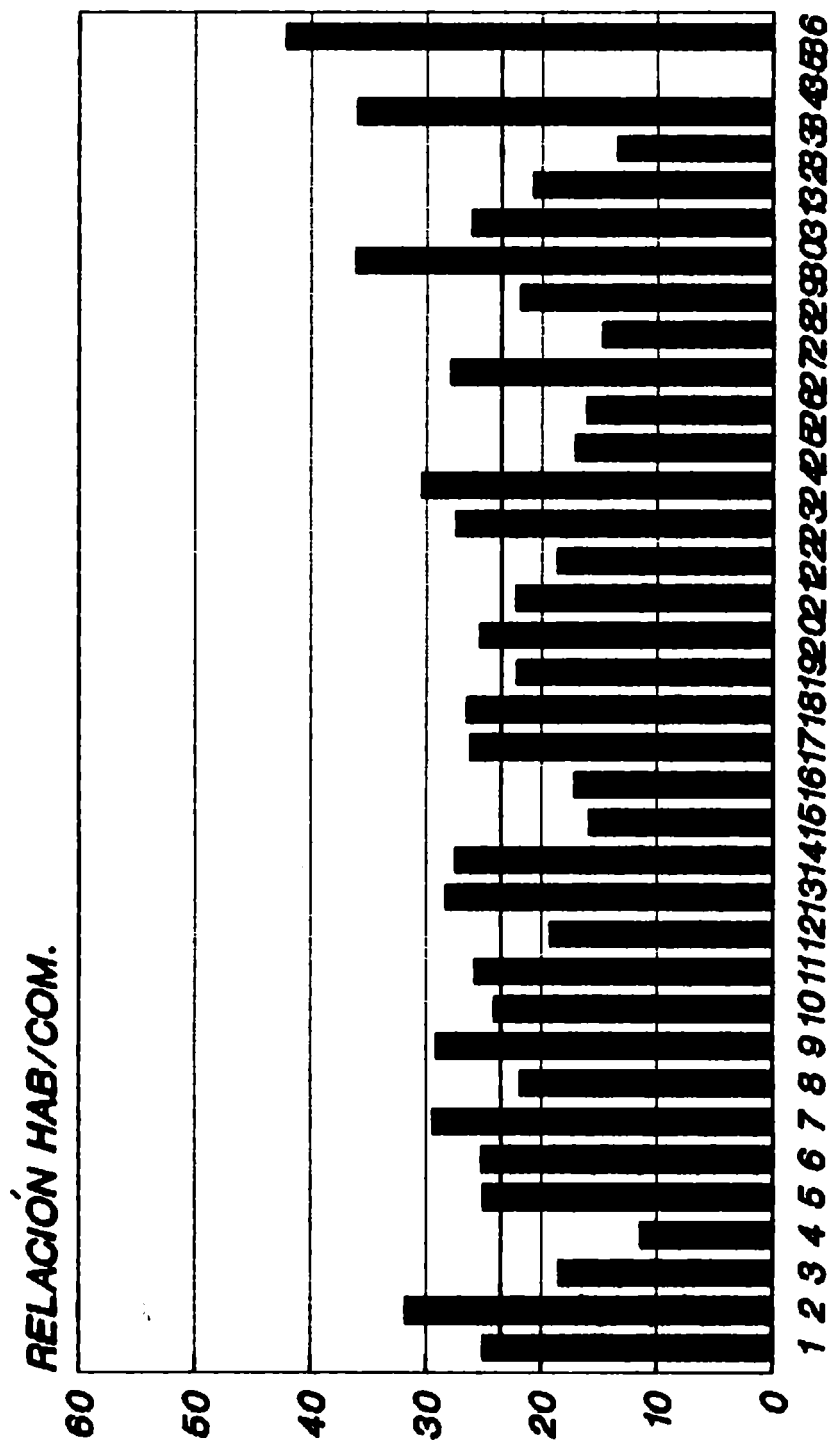


■ Com.y serv. por área

Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

COMERCIO Y SERVICIO DE USO DIARIO

Relación hab/com. por área



AREAS

■ Relac. hab/com. + Promedio

Fuente: Dirección de Industria y Comercio Municipalidad de La Plata. 1991

4.3. COMERCIO DE PRIMERA NECESIDAD

Profundizando el análisis respecto al comercio de primera necesidad, se han clasificado los nueve rubros que más relación tienen con el abastecimiento diario y que necesariamente deben tener una distribución homogénea dado que la población no puede prescindir de ellos en el consumo cotidiano. Los mismos son:

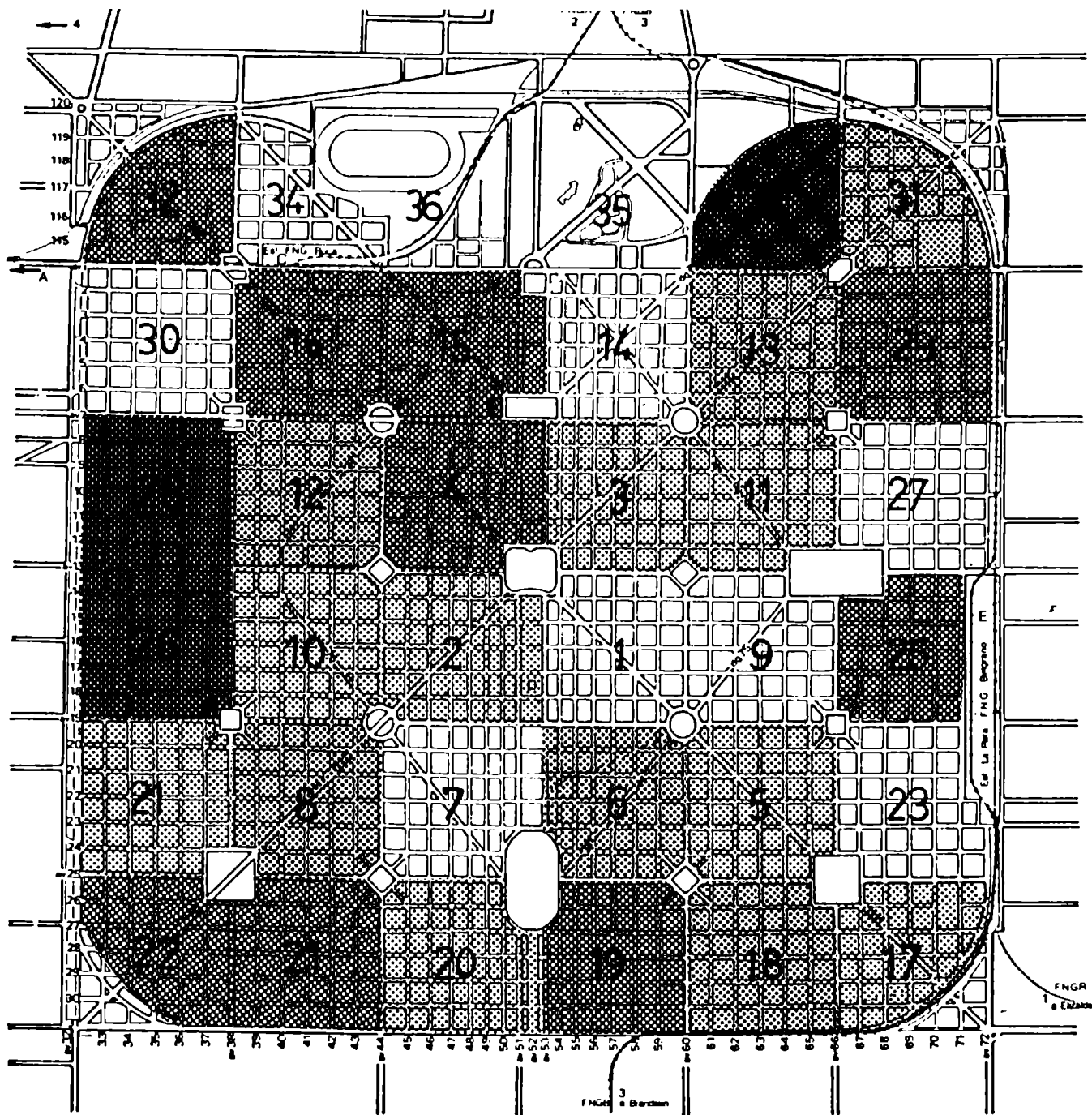
RUBRO	CANTIDAD
kioscos	1636
verdulerías	1531
almacenes	1407
carnicerías	680
panaderías	593
rotiserías	348
farmacias	158
tintorerías y lavand.	132
pescaderías	35

Sobre ésta base y en función de la zonificación en áreas, se extrajo el siguiente cuadro:

COMERCIO DE PRIMERA NECESIDAD

AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE	AREA	POBLACION	CANT.COM.	INDICE
1	6213	132	47	19	4871	153	31,8
2	6982	188	37,1	20	5403	145	37,2
3	9831	245	40,1	21	4084	131	31,1
4	8317	301	27,6	22	3386	110	30,7
5	6253	165	37,8	23	5785	127	45,5
6	4893	139	35,2	24	4836	124	39
7	7229	156	46,7	25	3329	134	24,8
8	5950	185	32,1	26	4653	197	23,6
9	6083	139	35,2	27	5707	134	42,5
10	6406	165	38,8	28	4518	178	25,3
11	7459	184	40,5	29	6282	199	31,5
12	7013	214	32,7	30	7906	145	54,5
13	7272	199	36,5	31	5898	170	34,6
14	10127	212	47,7	32	5882	210	28
15	9698	319	30,4	33	5712	285	20
16	7560	265	28,5	34	3424	62	55,2
17	4494	117	38,4	35	543	-	-
18	5981	167	35,8	36	717	-	-

Del análisis del cuadro se desprende que existe una mayor homogeneidad en la distribución comercial, aunque distando en mucho de lo ideal.



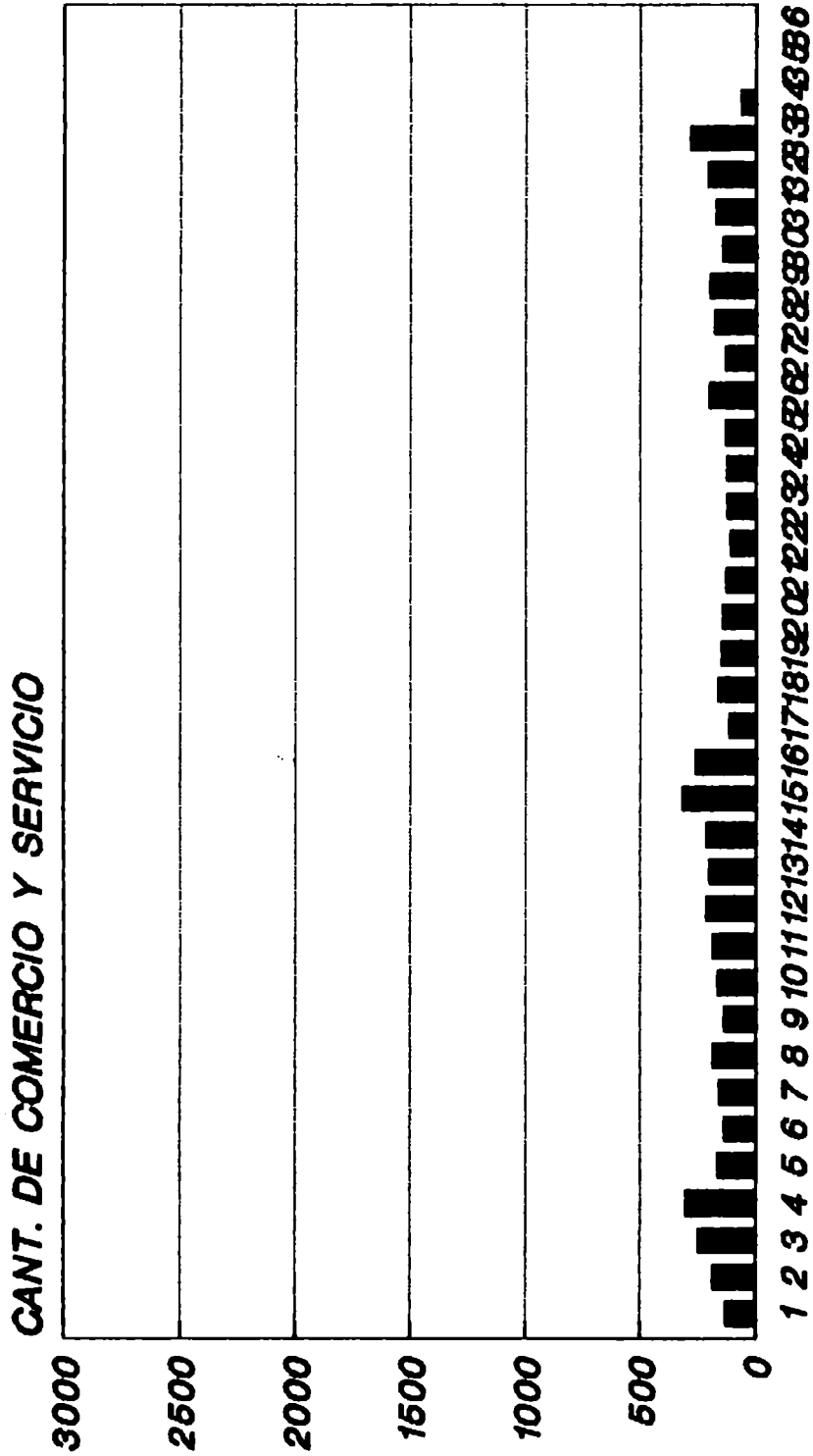
COMERCIO Y SERVICIO de Primera Necesidad

RELACION HABITANTES/COMERCIO:

- de 20 a 27 hab/com.
- de 28 a 32 hab/com.
- de 33 a 37 hab/com.
- de 38 a 43 hab/com.
- mas de 43 hab/com.

COMERCIO Y SERVICIO DE PRIMERA NECESIDAD

Distribución por áreas



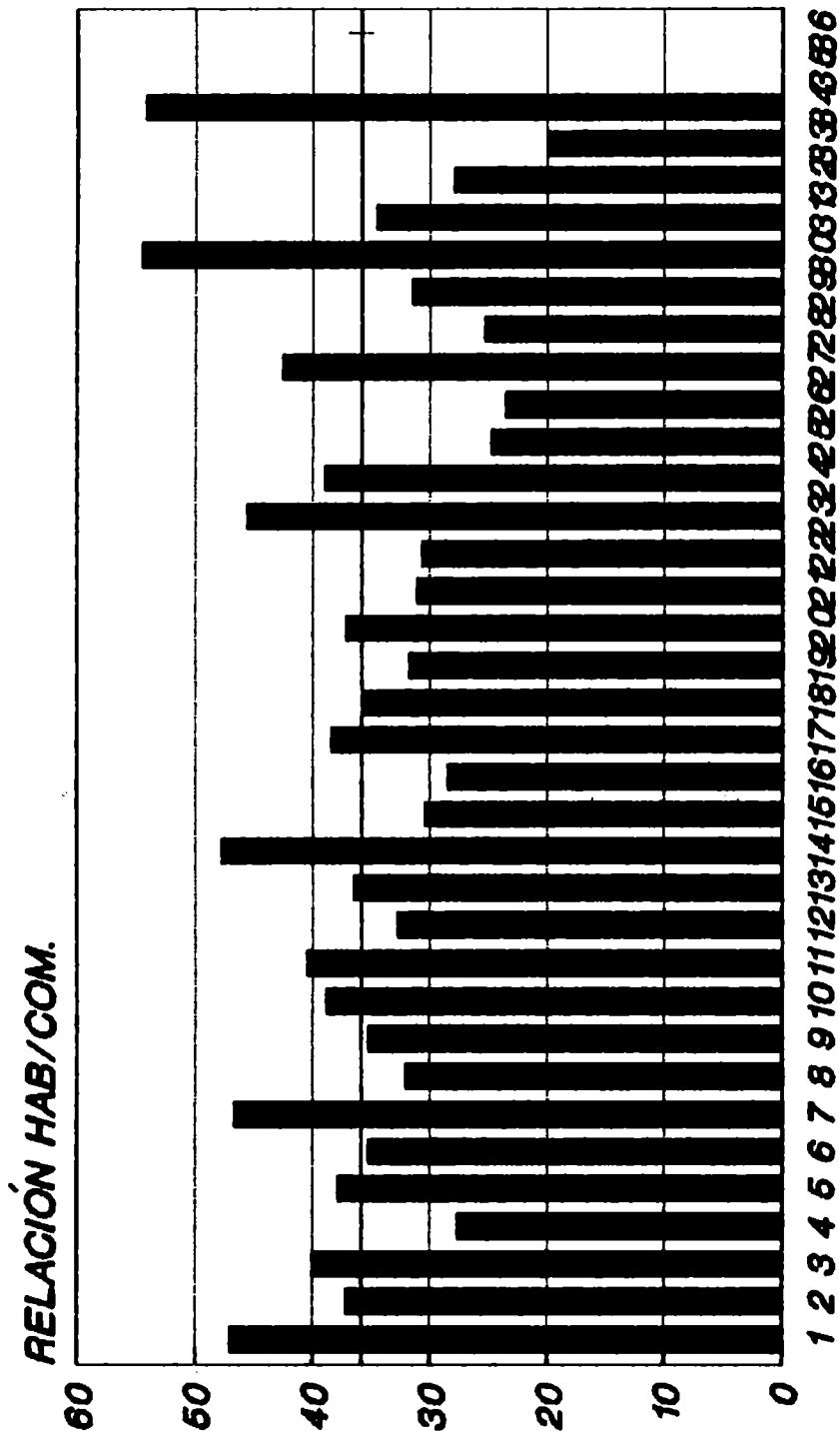
AREAS

■ Com.y serv. por área

Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

COMERCIO Y SERVICIO DE PRIMERA NECESIDAD

Relación hab/com por área



AREAS

■ Relac. hab/com. — Promedio

Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

Si bien existe una distribución medianamente pareja desde el punto de vista físico, cuando analizamos esa distribución en relación a la población que cada área alberga, notamos marcados desequilibrios. Esto es debido a que no es lo mismo una carnicería cada dos a tres cuadras en una zona densamente poblada que en una zona con baja densidad de población, y normalmente el comerciante a la hora de elegir donde emplazarse, lo hace en función de las cercanías o lejanías con otro comercio de su mismo rubro, sin tener en cuenta la demanda potencial del sector.

La relación habitante por comercio considerando los nueve rubros antes señalados, da para el Casco un índice de 35,6. Nuevamente se observan importantes desfazajes que oscilan entre 20 hab/com (barrio Mondongo) y 55 hab/com (barrio norte) lo que denota la desorientación de la oferta respecto a las demandas de primera necesidad de la población.

Las áreas mejor servidas siguen siendo las centrales, aunque en menor medida que los casos anteriores, manteniendo importante densidad comercial los corredores de acceso desde Buenos Aires (avda. 7 y avda. 13). Se observan a su vez, sobre-ofertas en áreas puntuales (barrio Mondongo, sector policlínico, área Meridiano V, La Loma, etc.) con índices por abajo del promedio para el Casco (entre 20 y 30 hab/com) que también resultan ser áreas bien servidas cuando analizamos la totalidad de los rubros.

Esto indica que los agrupamientos comerciales actúan como efecto "esponja" absorbiendo los comercios de primera necesidad, que se concentran sin tener en cuenta la demanda de clientes potenciales en función de la densidad poblacional.

Por el contrario, áreas sub-ofertadas pueden observarse muy próximas al sector céntrico, como es el caso de las áreas 2, 7, 9, 14, 13, etc., cuyos índices están por encima del promedio (más de 45 hab/com), lo que adquiere gravedad para la población que allí reside dado el carácter de primera necesidad del comercio que estamos analizando.

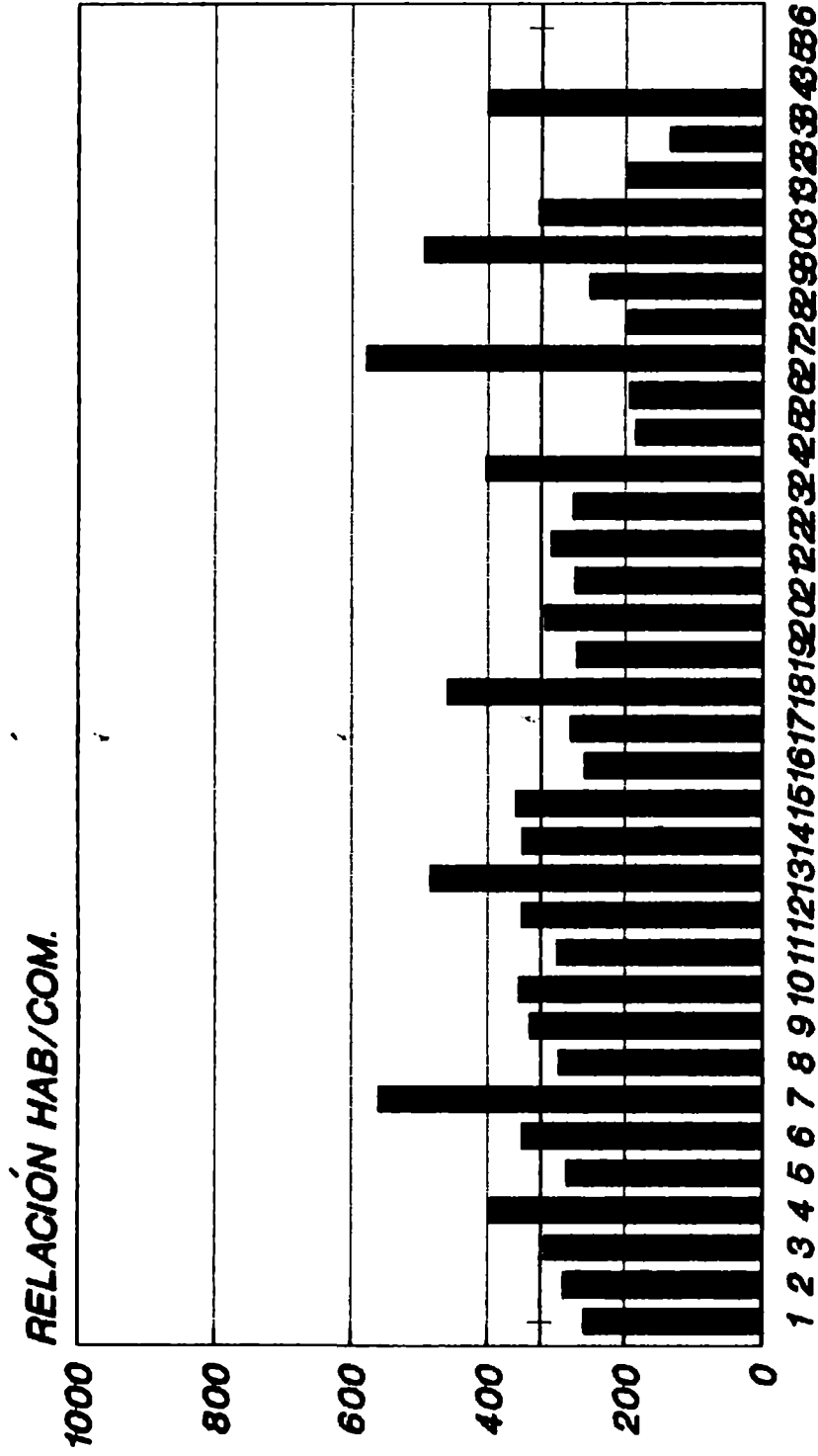
Para individualizar la distribución de la oferta comercial rubro por rubro, que nos permitiría obtener una visión más acabada de la orientación de la inversión para este tipo de comercio, se elaboró el siguiente cuadro:

HABITANTE POR ESTABLECIMIENTO EN CADA AREA DEL CASCO URBANO (rubros de primera necesidad).

:RUBRO/AREAS	: 1	: 2	: 3	: 4	: 5	: 6	: 7	: 8	: 9	: 10	: 11	: 12	: 13	: 14	: 15	: 16	: 17	: 18	: 19	: 20	: 21	: 22	: 23	: 24	: 25	: 26	: 27	: 28	: 29	: 30	: 31	: 32	: 33	: 34	: 35	: 36
:Almacenes	: 138	: 188	: 153	: 148	: 156	: 119	: 208	: 138	: 184	: 168	: 177	: 159	: 129	: 220	: 164	: 130	: 160	: 130	: 131	: 180	: 151	: 116	: 170	: 156	: 107	: 91	: 203	: 129	: 120	: 239	: 138	: 108	: 74	: 240		
:Carnicerías	: 258	: 290	: 317	: 396	: 284	: 349	: 560	: 297	: 338	: 355	: 298	: 350	: 485	: 349	: 359	: 260	: 280	: 460	: 270	: 317	: 272	: 307	: 275	: 403	: 185	: 194	: 518	: 196	: 251	: 494	: 327	: 196	: 136	: 565		
:Farmacias	: 3160	: 892	: 756	: 693	: 6253	: 1223	: 7292	: 1190	: 2027	: 711	: 932	: 1753	: 1818	: 1446	: 484	: 1512	: 1498	: 5981	: 1623	: 1350	: 4084	: 846	: 5785	: 4836	: 555	: 930	: 1902	: 753	: 1570	: 2635	: 1474	: 980	: 571	: 3424		
:Kiosco	: 117	: 124	: 115	: 64	: 160	: 188	: 173	: 138	: 202	: 118	: 169	: 98	: 145	: 155	: 88	: 83	: 140	: 136	: 128	: 138	: 113	: 125	: 186	: 146	: 87	: 91	: 146	: 92	: 108	: 219	: 107	: 115	: 79	: 188		
:Panaderías	: 338	: 653	: 378	: 594	: 347	: 305	: 303	: 297	: 380	: 355	: 324	: 334	: 363	: 506	: 334	: 290	: 749	: 351	: 270	: 284	: 226	: 338	: 413	: 372	: 277	: 244	: 356	: 282	: 349	: 527	: 453	: 325	: 272	: 856		
:Pescaderías	: 3106	: 6902	: 1966	: 4158	: 6253	: 2446		: 5950	: 6083	: 6406	: 7459	: 7013		: 9989	: 9698	: 3780	: 4494		: 4871						: 4836	: 1664	: 2326	: 2853	: 4518		: 7960	: 5898		: 5712		
:Rotiserías	: 1035	: 498	: 409	: 297	: 1042	: 611	: 1041	: 743	: 1520	: 1067	: 678	: 412	: 404	: 920	: 373	: 504	: 898	: 854	: 608	: 1080	: 408	: 338	: 964	: 967	: 832	: 1163	: 951	: 282	: 785	: 790	: 1179	: 452	: 357	: 1631		
:Tintorerías	: 1035	: 1163	: 1092	: 756	: 6253	: 1631	: 1823	: 1487	: 2027	: 3203	: 1065	: 779	: 1454	: 1125	: 880	: 3780	: 4494	: 2990	: 4871	: 1350	: 2042	: 1693	: 5785				: 1651	: 1141	: 1129	: 1256	: 2653	: 1956	: 5882	: 1904		
:Verdulerías	: 298	: 238	: 378	: 277	: 174	: 196	: 243	: 145	: 254	: 256	: 324	: 259	: 346	: 422	: 225	: 222	: 214	: 181	: 168	: 200	: 204	: 199	: 304	: 179	: 144	: 145	: 237	: 161	: 224	: 292	: 235	: 159	: 133	: 233		

CARNICERIAS

Relación hab/com por área

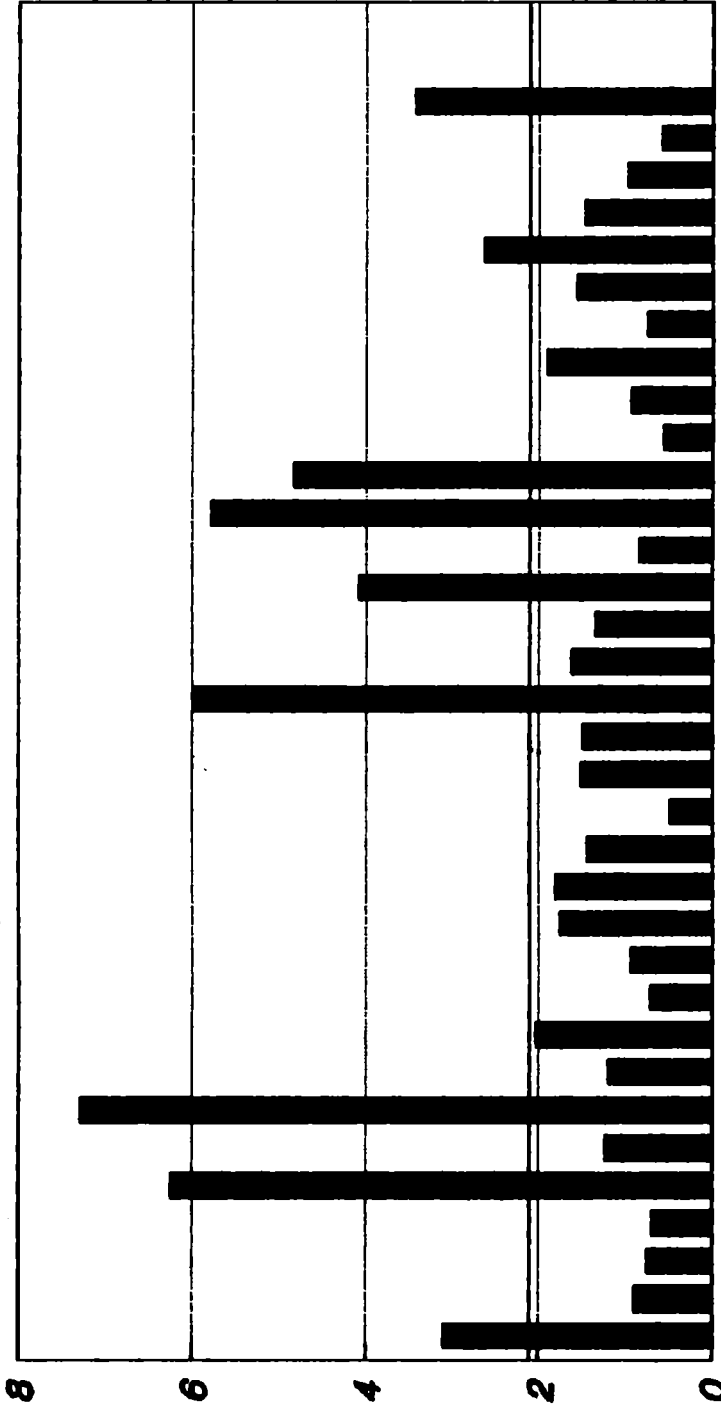


Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

FARMACIAS

Relación hab/com por área

RELACION HAB/COM. (en miles)



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36

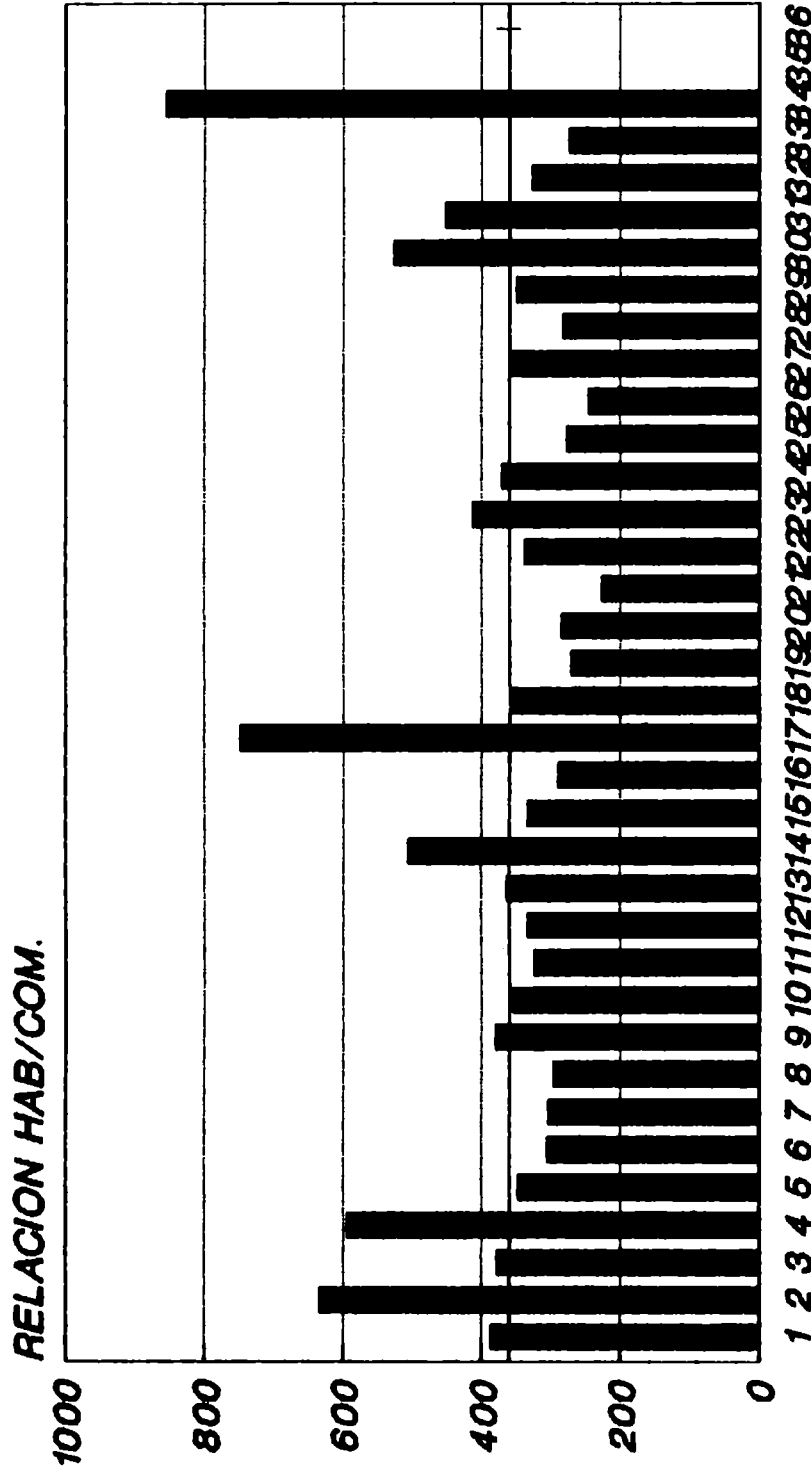
AREAS

■ Relac. hab/com. — Promedio

Fuente: Dirección de Industria y Comercio Municipalidad de La Plata. 1991

PANADERIAS

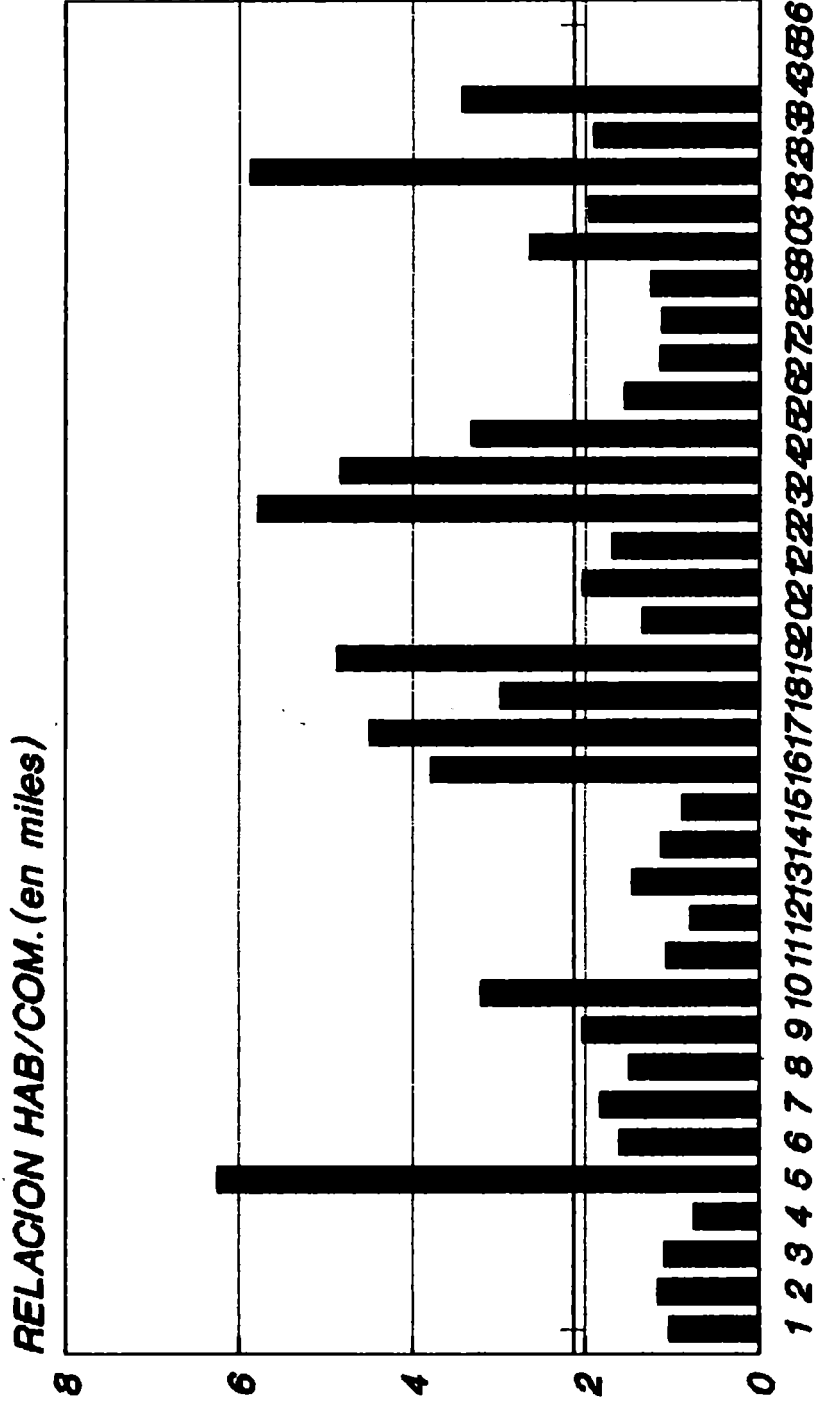
Relación hab/com por área



Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

TINTORERIAS Y LAVANDERIAS

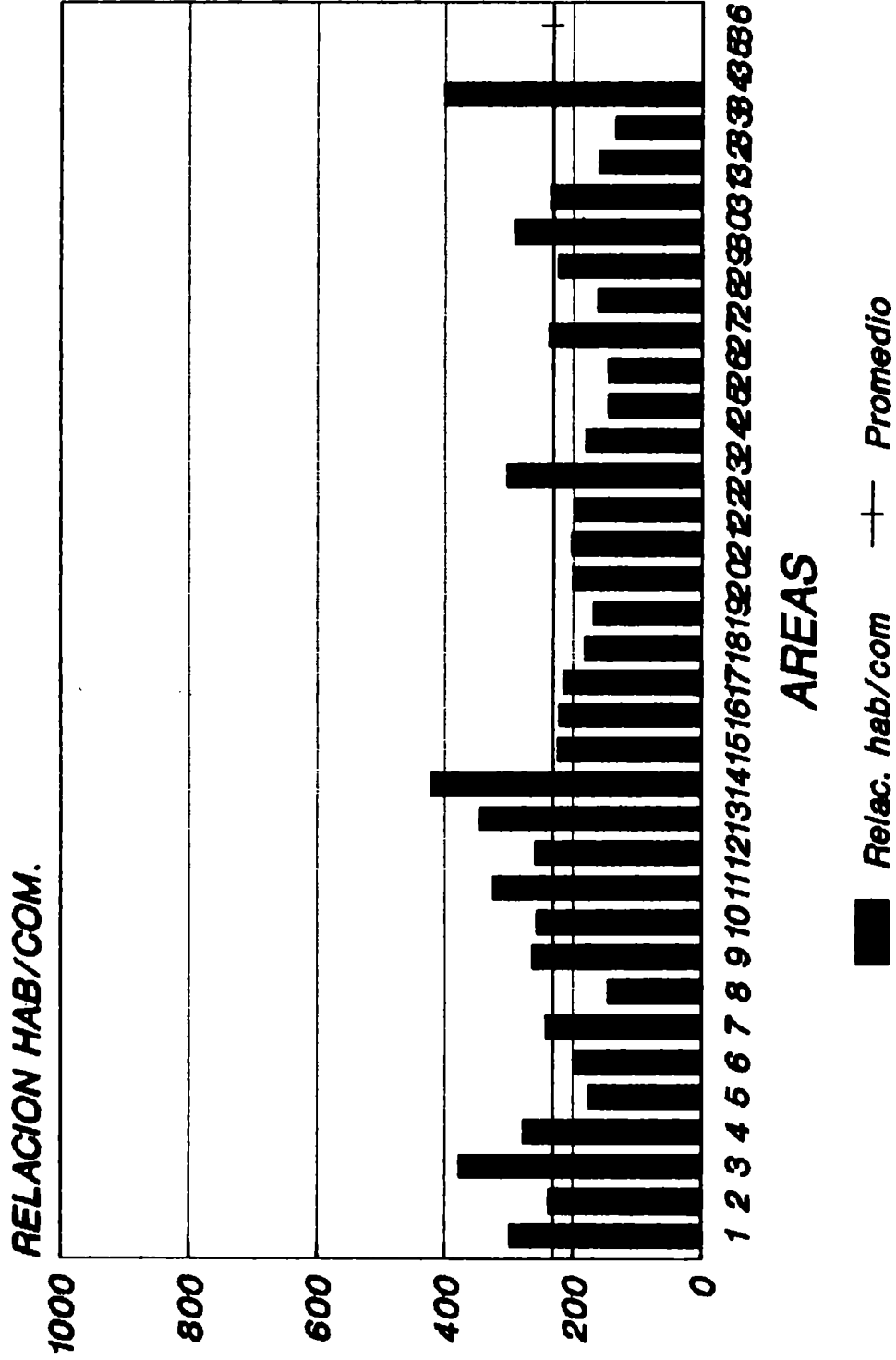
Relación hab/com por área



Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

VERDULERIAS

Relación hab/com por área



Fuente: Dirección de Industria y Comercio
Municipalidad de La Plata. 1991

En éste cuadro se consigna la relación hab/com por área de cada rubro analizado. Es decir que se obtiene una clara noción de la dimensión de la oferta comercial de primera necesidad área por área. Tomando un ejemplo, vemos que para el caso farmacias, el índice hab/com varía desde 7000 (área 7) a 700 (área 8 y 23), cuando el promedio para éste rubro en el Casco es de 2000 hab/com. Esto indica pronunciados desequilibrios en la oferta de éste rubro con áreas saturadas de farmacias y áreas carentes de ellas.

Si analizamos el rubro verdulerías, vemos que el índice varía entre 350 hab/com y 150 hab/com con un promedio para el casco de 231 hab/com. En éste caso la distribución es mucho mas homogénea no existiendo áreas sobre-ofertadas o sub-ofertadas.

A su vez, existen rubros cuya distribución errática es tal que carecen de oferta en determinadas áreas y se saturan en otras, como es el caso de las pescaderías o tintorerías, numerosas en las áreas centrales e inexistentes en muchas zonas cuando la demanda que atienden es netamente barrial.

Podemos seguir analizando otros ejemplos, pero lo que queda claro es que la marcada heterogeneidad de la oferta comercial denota una cierta desorientación del sector respecto a las necesidades de consumo de la población, y esto es una de las causas de los reiterados fracasos de comercios que se habilitan sin lograr una clientela suficiente para poder sobrevivir.

5. LAS DISTORSIONES EN LA OFERTA COMERCIAL

La actividad comercial y de servicios privados ocupa al 40 % de la población activa del partido, lo que indica la importancia del sector en la actividad económica regional. La participación del mismo viene creciendo año a año en una economía que se achica. Teniendo en cuenta que el mercado que abastece es netamente local, vemos que el crecimiento del sector no se corresponde con las necesidades de consumo de la población.

El comportamiento del mercado de consumo local es muy difícil de medir y no es objeto de éste estudio indagar sobre éste aspecto. Sin embargo los análisis realizados sobre la base de la demanda potencial (relacionando al comercio con la población de su área de influencia), nos indica no sólo una cierta saturación de la oferta, sino también criterios de localización sobre la base de la concentración comercial y no de una distribución que diversifique la oferta en función de las demandas de consumo.

Está claro que ciertos rubros necesitan agruparse para funcionar, conformando centros o subcentros comerciales (boutiques, confiterías, bazares, etc.), y otros necesitan ubicarse aledaños a las vías troncales de circulación (corralones, depósitos, etc.). En éstos casos es muy difícil dimensionar el mercado que abastecen ya que el consumidor puede provenir de cualquier lugar del partido.

Esta tendencia de localización se observa también en los comercios de carácter barrial y ésto implica concentrar la oferta, obligando a quien quiera comprar artículos de uso cotidiano a trasladarse a dichos centros o desistir de la compra.

Esta distorsión se acentúa en las áreas alejadas de los centros o corredores comerciales, donde se observan carencias de oferta de artículos de primera necesidad, que debieran estar a distancias accesibles para toda la comunidad.

En síntesis, la desorientación del sector fomenta una competitividad perjudicial, dado que el tamaño y la excesiva concentración de la oferta obliga a los comerciantes a trabajar con exiguos márgenes de rentabilidad, cuando existen áreas que no cuentan con una oferta razonable y son posibles de ser explotadas comercialmente.

6. EL ROL ORIENTADOR DEL MUNICIPIO

El Municipio dispone en sus archivos de un importante caudal de información que, debidamente analizada, puede transformarse en una herramienta para orientar la inversión comercial.

Es el único que conoce la localización de la totalidad de los comercios y servicios en el partido y la discriminación por rubro de cada habilitación. Puede estimar también los porcentajes de clandestinidad en función de su labor permanente de fiscalización y además dispone de la información actualizada de las altas y bajas que se registran diariamente.

Si ésta información se la depura adecuadamente, se la clasifica, se la informatiza y se la procesa en función de un programa armado al efecto, puede conocerse el nivel de oferta por zona de cada rubro.

En el cuadro que indicaba la relación hab/com por zona de los nueve rubros de primera necesidad analizados, se pueden hacer diferentes ensayos para determinar dónde hacen falta comercios y dónde abundan en demasía.

Analizando el cuadro, vemos que para el caso de carnicerías, las áreas 7, 13, 18, 24, 27, y 30 tienen una relación hab/com alta, es decir que quién desee invertir en éste rubro, éstas son las áreas más lógicas para localizarse. Por el contrario, no debieran instalarse más carnicerías en las áreas 1, 16, 25, 26, 28, 32 y 33 cuyo índice hab/com se ubica muy por debajo del promedio para el Casco.

En el caso de los kioscos, las áreas 4, 12, 15, 16, 26 y 28 registran índices por debajo del promedio para el Casco, por lo que correspondería desalentar su localización en ellas. Por otro lado, las áreas 5, 6, 7, 9, 11, 23 y 30 podrían admitir mayor oferta de éste rubro en función de los índices que registran.

Así podríamos analizar otros ejemplos para saber qué rubros son los que hacen falta o sobran en cada sector de la ciudad.

Con la información que maneja el Municipio pueden realizarse estudios mucho más profundos sobre éste aspecto, a través de pautas metodológicas precisas. Así podrá orientarse la inversión comercial, aconsejando al comerciante donde localizarse y qué tipo de rubro instalar, para que éstos emprendimientos (cada vez más frecuentes) no estén condenados al fracaso por el desconocimiento, y obtengan la rentabilidad esperada.

7. CONCLUSIONES

1. El sector comercial y de servicios privados ocupa alrededor de 75.000 personas, si consideramos cierta la hipótesis de un 30% de clandestinidad, lo que representa el 40 % de la Población Económicamente Activa, y aún descartándola, es decir suponiendo que no existe el comercio clandestino (al sólo efecto de poder comparar con otros datos censales), la ocupación sería de 56.000 personas, es decir un 30% de la P.E.A.. Si comparamos estos valores con el promedio para el país: 20%, o el 17,4% de la provincia, observaremos la sobredimensión del sector para abastecer a un mercado de consumo netamente local.

2. La tendencia que se registra en los últimos años es de un crecimiento del sector, tanto en habilitaciones como en personal empleado, producto del trasvasamiento de la industria al comercio y del actual achicamiento del personal de las empresas o instituciones del Estado. Esto implica un aumento en la oferta comercial y de servicios para un mercado cerrado que sufre un proceso de empobrecimiento cada vez más marcado.

3. Para el Casco Urbano, el índice hab/com se ubica en 10,05, que sube a algo menos del 20 % considerando todo el partido. Comparando éstos índices con el de otras ciudades, se reafirma el concepto de una sobre-oferta del sector para el tamaño y nivel económico del mercado de consumo local (por ejemplo, una ciudad como Chascomús, con 25.373 habitantes y con 1.062 comercios y servicios comerciales registrados, muestra un índice de 24 hab/com. promedio que sube a 28 para todo el partido. Además, el tamaño medio por establecimiento no es de 2,8 personas empleadas sino de 2 por comercio.

4. Se observa una marcada centralización en la localización comercial del Casco Urbano, donde el microcentro concentra el 14 % del total (área 4) y la zona Centro (áreas 4, 3, 14 y 15) mas del 30 %.

5. Se registra una tendencia a la concentración comercial sobre los corredores de acceso a la ciudad, preferentemente del sector norte (avda. 7 y avda. 13) que no guarda relación con la población que allí se asienta.

6. Si analizamos los comercios y servicios de abastecimiento diario y/o barrial, se mantiene la tendencia de concentración en áreas centrales de la ciudad, dado que el 24 % de los mismos se localizan en el área Centro, que concentra el 17 % de la población del Casco Urbano. Por el contrario, se observan muchos barrios de la ciudad cuyos índices hab/com se ubican muy por encima de los valores promedio, lo que indica áreas sub-ofertadas para el consumo cotidiano.

7. Si analizamos la localización de los comercios y servicios de primera necesidad, vemos que su distribución es medianamente uniforme, aunque se mantienen las tendencias a la concentración en las áreas céntricas y en los corredores de acceso. Pero al relacionar ésta oferta con la población de cada área, se observan marcados desequilibrios que denotan una cierta desorientación del sector respecto a las demandas de la población.

8. Los agrupamientos comerciales actúan como efecto "esponja", absorbiendo los comercios de primera necesidad, que se concentran sin tener en cuenta la demanda de clientes potenciales en función de la densidad poblacional.

9. La desorientación del sector fomenta una competitividad perjudicial, dado el tamaño y la concentración de la oferta, obligando a los comerciantes a trabajar con exiguos márgenes de rentabilidad, cuando existen áreas que no cuentan con una oferta razonable y que son posibles de ser explotadas comercialmente.

10. Por último, resulta necesario orientar la inversión comercial para que no se produzcan sobre-ofertas ni en rubro ni en localización (con las lógicas consecuencias, hoy verificables, de quiebra y pauperización), generando mecanismos de información permanente sobre el comportamiento de la oferta y la demanda en cada rubro y en cada barrio o sector del partido, y estudiando parámetros para fomentar o desalentar tal o cual actividad de acuerdo a las verdaderas necesidades sociales del lugar.

Estudian incentivos fiscales para la instalación de comercios en La Plata 22/5/95

La Municipalidad de La Plata estudia la aplicación de incentivos fiscales para favorecer la instalación de comercios en distintas zonas del Partido "donde se verifiquen la inexistencia de determinados rubros" y que podrían llegar a la exención impositiva comunal por el término de un año, según informaron funcionarios de la secretaría de Economía y Producción.

Esta medida está siendo estudiada por las autoridades comunales y se aplicaría con el objeto de "fortalecer" la actividad comercial y luego de que la Cámara de Comercio se haga cargo del trámite de las habilitaciones de los locales comerciales -actualmente en manos del municipio- y tras la realización de un mapeo de negocios existentes en los distintos barrios de La Plata.

"Queremos orientar a los futuros comerciantes con el objeto de evitar el fracaso. Por ejemplo, aconsejarlos sobre el lugar donde pueden instalar su negocio en función de si la actividad que pretenden desarrollar está o no presente en tal o cual barrio", explicó el subsecretario de Economía, Dante Sica.

En ese sentido, precisó que mientras en la dirección de Producción de la Comuna se está formando un equipo de economistas para realizar ese mapeo, se estudia también un convenio con las distintas asociaciones para orientar al futuro comerciante.

Sica dijo que antes de habilitar el negocio, el comerciante tendrá la información sobre qué tipo de actividad comercial se registra en el lugar donde se va a instalar, y señaló que "estudiamos la posibilidad de establecer incentivos fiscales para aquellos que decidan establecerse en sitios de la ciudad donde se les indique que su rubro no está siendo explotado".

En cambio, el que de todos modos decida instalar su negocio desconociendo las recomendaciones comunales, se le exigiría el pago por adelantado de un año de la tasa de Seguridad e Higiene, que es la que pagan los comercios, según indicó el funcionario.

PREMIOS Y CASTIGOS

De tal forma, la secretaría de Economía y Producción pondría en práctica una suerte de "premios y castigos" para la instalación de comercios en la ciudad.

En ese contexto, Sica refirió que el incentivo fiscal se aplicará a partir de no cobrarle al comerciante durante un año la tasa por Seguridad e Higiene y el "castigo" será el pago por anticipado de la referida imposición.

"Lo que buscamos es que la actividad comercial no sea sólo una salida efímera para el propietario del negocio", sostuvo el funcionario.

A todo esto, siguen las negociaciones entre los bloque políticos del Concejo Deliberante, los funcionarios comunales y la Cámara de Comercio e Industria por el tema de la descentralización municipal de las habilitaciones de locales comerciales.

Cabe recordar en tal sentido que, como informara EL DIA, la Municipalidad prevé que la Cámara se haga cargo del trámite con el objeto de agilizarlo, aunque se reservará la facultad de habilitar, por ejemplo, confiterías bailables, cocheras o establecimientos sanitarios.

Cuando esto se concrete, se producirá una reestructuración de la dirección general de Producción cuyo personal será capacitado "para cumplir otro tipo de tareas, por ejemplo, de inspección", sostuvo el subsecretario de Economía, Dante Sica.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.-Tauber, F. (1990). Estudio de impacto urbano en Neuquén: relocalización Terminal de Ómnibus. Localizaciones consideradas.
- 2.-Tauber, F. (1990). Plan de sistematización integral de la arquitectura pública de equipamiento y servicios de la provincia de Neuquén y su localización coordinada con el crecimiento urbano y la consolidación barrial: Plan Identidad.
- 3.-Tauber, F. (1992) Partido de La Plata. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo.
- 4.-Tauber, F. (1992). Iniciativa 92.
- 5.-Tauber, F. (1992). Partido de La Plata. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo.
- 6.-Tauber, F. (1993) Chascomús. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo.
- 7.-Tauber, F. (1993) Producto Bruto Interno. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Foro Intermunicipal de Promoción del Empleo.
- 8.-Tauber, F. (1993). Desarrollo de metodologías para la adecuación tarifaria y redefinición espacial del servicio público de transporte urbano de pasajeros y adecuación tarifaria para la ciudad de San Carlos de Bariloche.
- 9.-Tauber, F.; Delucchi, D. (1993) Caracterización del sector comercial en el casco urbano de la ciudad de La Plata.
- 10.-Tauber, F.; Bognanni, L.; Delucchi, D. (1992) Partido de La Plata, estructura barrial: barrio de La Cumbre, Centro Comunal de San Carlos.
- 11.-Tauber, F.; Bonicatto, S.; Sessa, H. (1984) Reciclaje en el Meridiano V. Evento: XII Jornadas del Instituto Argentino de Investigaciones de Historia de la Arquitectura y del Urbanismo (La Plata, 6 al 9 de junio de 1984).
- 12.-Tauber, F.; Delucchi, D.; Bognanni, L. (1988) Navarro. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Municipalidad de Navarro; Universidad Nacional de La Plata. ISBN: 987-96931-0-VIII.
- 13.-Tauber, F.; Hanlon, M.; Zoppi, R. (1984) Intervención urbana en La Plata. Revista: Revista de la SCA; no. 128. Evento: I Bienal de Arquitectura y Planeamiento (CABA, 20 de septiembre de 1983).
- 14.-Tauber, F.; Lecich, A.; Gómez Molina, A. (1982). Afiche "La Plata dibujada".
- 15.-Tauber, F.; Martino, H.; Morán, D.; Sábato, M.; García, M. (1987). Afiche "El Teatro del Bosque". Primer Premio en el Concurso Abierto de Afiches otorgado por el Centro de Actividades Artísticas.
- 16.-Tauber, F.; Parodi, J.; Spalletti, E.; Magliano, M. (1984). Afiche "Tercer Encuentro del Espectáculo". Primer Premio en el Concurso Abierto de Afiches otorgado por la Asociación Argentina de Actores.
- 17.-Tauber, F.; Saccone, E.; Echave, M.; Delucchi, D. (1993). Situación ocupacional. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Foro Intermunicipal de Promoción del Empleo.