

CAPITAN SARMIENTO

**Reflexiones y Datos para una
Estrategia de Desarrollo**

**EL SECTOR COMERCIAL Y DE SERVICIOS,
EL TURISMO Y EL SECTOR INDUSTRIAL**

MUNICIPALIDAD DE CAPITAN SARMIENTO

**DAM- Dirección de Asuntos Municipales
Secretaría de Extensión Universitaria
Universidad Nacional de La Plata**

El presente trabajo fue realizado para la Municipalidad de Capitán Sarmiento por la Dirección de Asuntos Municipales (DAM), dependiente de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de La Plata, en el período Julio de 1999 - febrero de 2001.

El equipo de trabajo está dirigido por:

Arq. Fernando Tauber (Secretario de Extensión Universitaria)

Coordinación general:

Arq. Diego Delucchi (Director de Asuntos Municipales)

Arq. Jorge Longo (Director Alterno de Asuntos Municipales)

Bases de datos alfanumérica

Lidia Bognanni (responsable de área)

Alicia Bognanni

Sector Urbano e Infraestructura de servicios

Arq. Diego Delucchi (responsable de área)

Arq. Patricia Nigoul

Arq. Walter Di Tommaso

Sector Industria y Comercio

Arq. Horacio Martino (responsable de área)

Susana Lagos

Sector Agropecuario

Lic. en Geografía Patricia Pintos (responsable de área)

Lic. en Geografía Andrea Pérez Ballari

Sector socio/económico

Arq. Jorge Longo (responsable de área)

Lic. en Trabajo Social Norma Domancich

Dr. en Ciencias Naturales Gloria Rojas Fajardo

Lic. en Economía Manuel Moreno

Lic. en Ciencias Políticas Agustina Pereyra

Digitalización de bases cartográficas y planos temáticos

Arq. Mariángeles Rossi

Paulo Montes

Sebastián Dietz

El presente trabajo es llevado adelante por iniciativa y gestión del Intendente Municipal de Capitán Sarmiento Dn. Oscar Ostoich. El equipo de apoyo por la Municipalidad fue coordinado por el Secretario de Hacienda Cdr. Néstor Sastre, con la colaboración del Sr. Alberto Noriega.

El equipo de relevamiento estuvo coordinado por:

La Municipalidad de Capitán Sarmiento agradece la participación de toda la Comunidad en la elaboración de este trabajo, y en particular a las siguientes Instituciones, Entidades y Empresas:

Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo

PARTE II: Caracterización Económica de Capitán Sarmiento.

El sector comercial y de servicios privados:

- Consideraciones generales: evolución histórica y estado actual.
- Evolución del Sector Comercial y de Servicios Comerciales en el Partido de Capitán Sarmiento.
- Actividades comerciales y de servicios presentes en el partido.
- Otros servicios privados, técnicos profesionales y los puestos de trabajo.
- El sector público y los puestos de trabajo.
- Localización de las actividades y su comparación con la distribución de la población.
 - Sub-agrupamiento Comestibles.
 - Sub-agrupamiento Kioscos, Bares, Restaurantes.
 - Sub-agrupamiento Farmacias, Perfumerías
 - Sub-agrupamiento Indumentaria.
 - Sub-agrupamiento Artículos del Hogar, Mueblerías.
 - Sub-agrupamiento Librerías, Fotocopiadoras.
 - Sub-agrupamiento Peluquerías, Reparaciones.
 - Sub-agrupamiento Construcción.
 - Sub-agrupamiento Comercios Varios.
 - Sub-agrupamiento Venta de Vehículos y Repuestos.
 - Sub-agrupamiento Servicios al Automotor.
 - Sub-agrupamiento Peluquerías, Reparaciones
 - Sub-agrupamiento Hoteles y Transporte
 - Sub-agrupamiento Deportes y Gimnasia
 - Sub-agrupamiento Videos y Juegos Electrónicos
 - Sub-agrupamiento Recreación y Fiestas
 - Sub-agrupamiento Actividades Financieras, Intermediaciones
 - Sub-agrupamiento Servicios Técnicos Profesionales
 - Sub-agrupamiento Servicios Sociales y de Salud
 - Sub-agrupamiento Servicios Varios
 - Agrupamiento Depósitos
 - Locales vacíos y galpones
- Cuadro de situación: Factores que inciden en el sector comercial y de servicios.
 - Características de los factores negativos que incidirían en el sector.
 - Características de los factores positivos que incidirían en el sector.
 - Algunas reflexiones sobre el comportamiento del sector.
 - El rol del Municipio
- El turismo
 - El caso particular del turismo.
 - El turismo en el país.
 - El turismo en la Provincia.
 - El turismo en Capitán Sarmiento.
 - Perspectivas para el desarrollo turístico en Capitán Sarmiento.

El sector industrial:

- Caracterización global de la industria.
- Evolución histórica global de la industria en el país.
- Tendencias del desarrollo nacional y provincial.
- Los mercados externos.

- Las exportaciones de la provincia.
- Situación actual del sector industrial.
- Panorama de la industria (*por grandes agrupamientos*).
- Comparación de la evolución global de la industria en el período 74-85-94.
- Incidencia de las actividades industriales.
- Evolución de la industria en Capitán Sarmiento
- Evolución del Producto Bruto Interno Industrial.
- Actividades industriales más representadas en el partido.
- Actividades más concentradas.
- Localización de los establecimientos y del empleo.
- Actividades industriales presentes en el partido.
- Actividades industriales sin presencia en el partido.
- Cuadro de situación: Factores que incidirían en el sector.
 - Características de los factores negativos que incidirían en el sector
 - Características de los factores positivos que incidirían en el sector.
- El nuevo contexto y el Estado.
- El rol del Municipio.

CAPITAN SARMIENTO: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo

EL SECTOR COMERCIAL Y DE SERVICIOS COMERCIALES

EL SECTOR COMERCIAL Y DE SERVICIOS COMERCIALES

Consideraciones generales: evolución histórica y estado actual

La cantidad de puestos de trabajo generados por el sector del comercio y los servicios privados había crecido en el país desde 1974 a 1985, en un 17,0%, pasando de 1.845.488 a 2.159.279 puestos de trabajo. En el período 85-94 creció un 33,2% llegando los puestos de trabajo a 2.877.015, en el sector comercio los puestos de trabajo pasaron, en el período '85-'94, de 1.406.161 a 1.221.976, es decir, disminuyendo un 13,1%, mientras que en el sector servicio, ayudado por una mayor cobertura censal, los registros pasaron de 753.118 a 1.580.121, con un incremento del 98%.

La cantidad de establecimientos registrados en el sector del comercio y los servicios privados, creció un 13% en el período '74-'85, pasando de 696.910 a 787.279 establecimientos, con un tamaño medio que varió de 2,6 a 2,8 personas por establecimiento. En el período '85-'94 los establecimientos crecieron a 951.316 (935.160 con clasificación sectorial detallada) evidenciando un incremento del 20,8%, con un tamaño medio global de 3,02 personas por establecimiento. Sin embargo el sector comercio decreció un 6,2%, pasando de 554.798 a 520.276 establecimientos, con un tamaño medio que pasó de 2,53 a 2,35 personas por establecimiento, y fue el sector de los servicios comerciales el que creció un 86,7% pasando de 222.163 a 414.884 (también se incorporaron al Censo actividades anteriormente no consideradas), con un tamaño medio que pasó de 3,39 a 3,81 personas por establecimiento.

En la provincia de Buenos Aires el incremento de los puestos de trabajo en el período 74-85 y en el sector fue del 26,2%, pasando de 541.570 a 683.463. Y el incremento de establecimientos fue del 10,6%, pasando de 255.290 a 282.267 establecimientos, con una evolución del tamaño medio de 2,1 a 2,4 personas por establecimiento. En el período 85-94 el incremento de los puestos de trabajo fue del 24,33% pasando de 695.340 a 864.512 con un descenso del 11,62% del sector comercio y un incremento del 97,23% del sector servicios. Y el incremento de establecimientos fue del 12%, con un tamaño medio global de 2,76 personas por establecimiento, con un descenso en el sector comercio del 5% cuyo tamaño medio es de 2,1 p/e y un crecimiento del 59% del sector servicios cuyo tamaño medio es de 3,84 p/e.

Se observa entonces, en el período 74-85, un fuerte crecimiento en puestos de trabajo en el sector comercios y servicios comerciales, producto de la crisis en el sector productivo, con el consiguiente trasvasamiento ocupacional, hipótesis corroborada al discriminar los 19 partidos del Gran Buenos Aires (el cordón industrial) del resto de los partidos de la provincia.

Mientras que en el primero, en el período 74-85, el crecimiento de los puestos de trabajo del sector comercio y servicios comerciales fue del 33,1%, en el resto de la provincia acompañó la media nacional con un 18,6%. En el período 85-94, el incremento global fue del 31% en el Gran Buenos Aires y del 16% en el Interior de la Provincia. Pero mientras que en el sector comercios el Gran Buenos Aires decreció un 4,4% en los puestos de trabajo, en el Resto de la Provincia se acusó un achicamiento del 20%, sin embargo en el sector servicios, mientras que el Gran Buenos Aires acusó un incremento del 103%, el Interior registró un crecimiento del 90%.

El tamaño medio de los establecimientos en el Gran Buenos Aires es de 2,83 p/e globalmente, 2,1 en comercios y 4,3 p/e en servicios. El tamaño medio de los establecimientos en el Resto de la Provincia es de 2,66 p/e globalmente, 2,13 p/e en comercios y 3,38 p/e en servicios.

1985-1994: Evolución de la cantidad de establecimientos ***

	Comercio			Servicios			TOTAL		
	1985	1994	diferencia %	1985	1994	diferencia %	1985	1994	diferencia %
País	554.798	520.276	-6,22	222.163	414.884	86,75	776.961	935.160	20,36
Prov. Bs. As.	205.418	195.229	-4,96	74.035	118.009	59,40	279.453	313.238	12,09
Gran Bs. As.	120.207	116.543	-3,05	36.854	58.619	59,05	157.061	175.162	11,52
Interior	85.211	78.686	-7,66	37.181	59.390	59,73	122.392	138.076	12,81

*** No comprende Electricidad, Gas y Agua, Comunicaciones, Financiero, Obras Sociales.

1985-1994: Evolución de la cantidad de puestos de trabajo ***

	Comercio			Servicios			TOTAL		
	1985	1994	diferencia %	1985	1994	diferencia %	1985	1994	diferencia %
País	1.406.161	1.221.976	-13,10	753.118	1.580.121	109,81	2.159.279	2.802.097	29,77
Prov. Bs. As.	465.690	411.567	-11,62	229.650	452.945	97,23	695.340	864.512	24,33
Gran Bs. As.	255.272	244.029	-4,40	124.151	252.475	103,36	379.423	496.504	30,86
Interior	210.418	167.538	-20,40	105.499	200.470	90,02	315.917	368.008	16,49

*** No comprende Electricidad, Gas y Agua, Comunicaciones, Financiero, Obras Sociales.

Este proceso de achicamiento de la industria y el agro, como generadores de empleo, se agudizó en el último periodo medido por Censos Económicos (85-94), signado por hiperinflaciones que alternaron con periodos de estabilidad, por las privatizaciones y el achicamiento del Estado, por la instalación en el mundo de una economía globalizada que significó un crecimiento de las exportaciones pero también de las importaciones, por una falta de preparación del sector público, de la fuerza laboral y de la empresaria para responder a las exigencias de la competencia para el desarrollo; y también, por una creciente automatización y robotización de los procesos productivos.

Esto acentuó la tendencia al trasvasamiento de puestos de trabajo al sector de los servicios comerciales (el que a diferencia del comercio no depende en general de un stock de mercaderías y de un capital inmovilizado), gran cantidad ni siquiera censados y componentes de la economía "informal", donde fueron a parar muchas indemnizaciones de despidos producto, en su mayoría, de la reconversión económica y el achicamiento del Estado.

Es así que tomando cifras oficiales del Censo Económico 1994, y aceptando la proyección hecha sobre la lectura en el crecimiento comercial en algunos municipios, el crecimiento de los puestos de trabajo en el sector y en el país llegaría al 30% (crecieron un 20% los establecimientos), y en la provincia un 24,3% (crecieron un 12% los establecimientos).

Esto indica que la fuerza laboral de los servicios comerciales y el comercio formal en el país es de aproximadamente unas 2.800.000 personas, ocupando cerca del 20% de la población económicamente activa (PEA). Proceso de menor impulso en la provincia, donde la cantidad de trabajadores del sector creció a casi 865.000 personas, ocupando el 15,7% de la PEA, proporción semejante a la de 1985.

Analizando la distribución de los establecimientos por actividad en 1994 y en los distintos territorios, se observa que el sector Comercio ocupa entre el 55 y 65% del total de los establecimientos (y el 45 a 50% de los puestos de trabajo), siendo la inversa para el sector Servicios. Dentro de los Servicios, las Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler y los Servicios de Enseñanza y Salud ocupan el espacio más importante en cantidad de establecimientos en el país, oscilando en el 25% de esos establecimientos cada una (en el resto de los territorios su proporción es algo mayor al 20%). Los servicios de reparación de Automotores y de Enseres Domésticos es el agrupamiento más importante en cantidad de establecimientos en la provincia, Gran Buenos Aires e Interior, donde reúne algo menos del 25% (en el país es del 20%). Los establecimientos en las otras actividades de servicios: los Servicios

Comunitarios, Sociales y Personales con el 20%, los Hoteles y Restaurantes con algo más del 12% de los establecimientos y los servicios auxiliares de Transporte con algo menos del 2%, reúnen proporciones que se repiten en el País, la Provincia, el Gran Buenos Aires y el Resto de la Provincia, con pequeñas variaciones.

Si la comparación la realizamos en los puestos de trabajo, entonces los servicios de Enseñanza y Salud son los más importantes en todos los territorios con el 33% en el país y el interior de la provincia, el 40% en la provincia y el 46% de los puestos de trabajo en el Gran Buenos Aires, seguidos por Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales con entre el 20% a 30% y por Actividades Inmobiliarias, empresariales y de Alquiler con el 15% a 20%.

1994-Distribución de los establecimientos según actividad:

	País		Prov. Bs. As.		Gran Bs. As.		Interior	
	Establec.	Pers.Ocu.	Establec.	Pers.Ocu.	Establec.	Pers.Ocu.	Establec.	Pers.Ocu.
TOTAL	975.725	2.802.097	313.238	864.512	175.162	496.504	138.076	368.008
Comercio	520.276	1.221.976	195.229	411.567	116.543	244.029	78.686	167.538
Servicios:	414.884	1.580.121	118.009	452.945	58.619	252.475	59.390	200.470
Hoteles y Restaurantes	46.181	192.528	12.903	44.574	6.673	23.841	6.230	20.733
Rep. Automotores y Enseres Domésticos	80.628	122.318	27.706	41.000	14.128	22.235	13.578	18.765
Actividades auxiliares del transporte	8.970	42.839	1.801	9.088	891	3.875	910	5.213
Activ. Inmobiliarias Empresarias y de Alquiler	108.435	328.258	25.018	63.889	11.614	34.310	13.404	29.579
Enseñanza y Salud	92.099	529.797	26.327	181.475	12.825	116.119	13.502	65.356
Otras Activ. Serv. Comu. Sociales y Personales	78.751	364.361	24.254	112.919	12.488	52.095	11.766	60.824

Analizando el tamaño medio de los establecimientos, éste es de 2,8 personas por establecimiento en términos globales, pero se reduce a 2,3 p/e en Comercios y crece a 3,8 p/e en Servicios. Dentro de éstos, los de mayor tamaño medio son los de Enseñanza y Salud con 6 p/e (llega a 9 en el Gran Buenos Aires), seguido por Actividades Auxiliares de Transporte con 5 p/e, Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales con 4,5 p/e, Hoteles y Restaurantes con 4 p/e. Los agrupamientos de menor tamaño medio son las Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler con 3 p/e y la Reparación de Automotores y Enseres Domésticos con 1,5 p/e (las proporciones se mantienen en los territorios analizados con ligeras variaciones).

Si observamos el grado de asalarización, vemos que el 49% del total de Comercios y Servicios es asalariado, pero el promedio es del 40% en el Comercio y del 55% en Servicios (supera el 60% en el GBA y se reduce al 45% en el Interior). Dentro del agrupamiento, las proporciones mayores de asalariados los registra Enseñanza y Salud con el 70% (80% en el GBA y 65% en Interior) seguido por los Servicios Auxiliares de Transporte, también en un 70% promedio, luego Restaurantes y Hoteles con un 60% a 50% y Actividades Inmobiliarias, empresariales y de Alquiler con un 55% a 40%. Los niveles más bajos de asalarización lo registran las Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales con un 35% a 30% y Reparación de Automotores y Enseres Domésticos con un 20% a 15%.

1994-Tamaño medio (en personas por establecimiento) y grado de asalarización (en %):

	País		Prov. Bs. As.		Gran Bs. As.		Interior	
	Tam. Med.	° Asala.	Tam. Med.	° Asala.	Tam. Med.	° Asala.	Tam. Med.	° Asala.
TOTAL	2,87	49,01	2,76	46,52	2,83	50,00	2,66	41,83
Comercio	2,35	41,35	2,11	38,19	2,10	38,46	2,13	37,79
Servicios:	3,80	54,94	3,84	54,10	4,31	61,15	3,37	45,20
Hoteles y Restaurantes	4,17	59,52	3,45	54,34	3,57	56,92	3,33	51,37
Rep. Automotores y Enseres Domésticos	1,52	18,08	1,48	18,80	1,57	22,66	1,38	14,23
Actividades auxiliares del transporte	4,77	68,26	5,05	71,81	4,35	67,87	5,73	74,74
Activ. Inmobiliarias Empresarias y de Alquiler	3,03	55,94	2,55	48,60	2,95	55,13	2,21	41,03
Enseñanza y Salud	5,75	73,65	6,89	75,79	9,05	81,38	4,84	65,86
Otras Activ. Serv. Comu. Sociales y Personales	4,63	35,21	4,66	33,61	4,17	37,87	5,17	29,96

Respecto al tamaño de los establecimientos en el país, medidos en rangos de puestos de trabajo, en el sector de Comercios sólo el 5% ocupa a más de 5 personas, mientras que en el sector Servicios el 10% ocupa a más de 5 personas. En este sector, los agrupamientos con mayor cantidad de pequeños establecimientos es el de los servicios de reparación de Automotores y de Enseres Domésticos con el 2% de los establecimientos que ocupa a más de 5 personas, le siguen las Actividades Inmobiliarias, Empresarias y de Alquiler con el 5%, los servicios de Enseñanza y Salud con el 13%, los Hoteles y Restaurantes con el 15%, los servicios Complementarios de Transporte con el 15% y las Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales con el 17%. En los otros universos analizados, la distribución es semejante.

Respecto a la cantidad de gente que ocupan estos establecimientos, en el sector Comercio, el 33% trabaja en los establecimientos que ocupan a más de 5 personas. En el sector Servicios el 63% trabaja en esa franja. En este sector, el agrupamiento donde más gente trabaja en establecimientos de más de cinco personas es el de Enseñanza y Salud, con el 80%, seguido por Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales con el 70%, Actividades Auxiliares del Transporte con el 60%, Hoteles y Restaurantes con el 50% al igual que Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler, siendo los servicios de Reparación de Automotores y Enseres Domésticos los que menos proporción de gente ocupan en establecimientos de más de 5 personas con el 10% (con ligeras variaciones, el orden se repite en los demás territorios comparados).

1994: % de ESTABLECIMIENTOS por TAMAÑO (medido en puestos de trabajo):

	País		Prov. Bs. As.		Gran Bs. As.		Interior	
	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.
TOTAL	92,77	7,23	93,44	6,56	93,56	6,44	93,29	6,71
Comercio	94,78	5,22	95,63	4,37	95,82	4,18	95,34	4,66
Servicios:	90,26	9,74	89,82	10,18	89,06	10,94	90,57	9,43
Hoteles y Restaurantes	84,64	15,36	87,73	12,27	87,52	12,48	87,96	12,04
Rep. Automotores y Enseres Domésticos	98,32	1,68	98,14	1,86	97,50	2,50	97,50	2,50
Actividades auxiliares del transporte	85,31	14,69	88,00	12,00	89,90	10,10	86,15	13,85
Activ. Inmobiliarias Empresarias y de Alquiler	95,02	4,98	95,94	4,06	95,10	4,90	96,68	3,32
Enseñanza y Salud	86,92	13,08	82,76	17,24	77,98	22,02	87,29	12,71
Otras Activ. Serv. Comu. Sociales y Personales	83,22	16,78	82,92	17,08	86,05	13,95	79,59	20,41

1994: % de PUESTOS DE TRABAJO por TAMAÑO DE ESTABLECIMIENTO
(medido en puestos de trabajo):

	País		Prov. Bs. As.		Gran Bs. As.		Interior	
	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.	Hasta 5 pers. ocu.	+ de 5 pers. ocu.
TOTAL	49,90	50,10	52,11	47,89	50,14	49,86	54,78	45,22
Comercio	66,60	33,40	70,11	29,89	68,98	31,02	71,75	28,25
Servicios:	36,98	63,02	35,76	64,24	31,93	68,07	40,59	59,41
Hoteles y Restaurantes	43,98	56,02	50,20	49,80	47,88	52,12	52,86	47,14
Rep. Automotores y Enseres Domésticos	88,95	11,05	89,42	10,58	86,26	13,74	93,15	6,85
Actividades auxiliares del transporte	39,83	60,17	33,85	66,15	40,82	59,18	28,66	71,34
Activ. Inmobiliarias Empresarias y de Alquiler	46,55	53,44	57,12	42,88	49,48	50,52	65,97	34,03
Enseñanza y Salud	20,76	79,24	17,16	82,84	12,73	87,26	25,03	74,97
Otras Activ. Serv. Comu. Sociales y Personales	30,48	69,52	28,55	71,45	32,01	67,99	25,59	74,41

Es interesante tener en cuenta que de acuerdo a los datos difundidos de los dos últimos censos económicos, se produjo un achicamiento significativo en el número de establecimientos industriales, como ya se observó en el capítulo dedicado a la industria y se produjo, un achicamiento en el número de establecimientos comerciales del orden del 73%, consecuente con el proceso de concentración de las ventas en super e hipermercados, y un impresionante crecimiento del sector de servicios comerciales (870%) que si bien se refuerza por una mayor cobertura censal, también se refleja en algunos fenómenos masivos de la década como los locutorios, los remises, las canchas de paddle, las casas de video, de cumpleaños o los lavaderos de autos (y en general los servicios al automóvil, motos y ciclomotor) y otros más selectivos como los servicios de informática, de educación específica y general privada, los geriátricos, las consultoras, las empresas de limpieza, etc.

En el sector comercial, en los últimos años, la pérdida de puestos se agudizó de manera vertiginosa. Una de las causas, y tal vez la principal, es el proceso de *instalación y expansión compulsiva de hipermercados*, que ha producido una verdadera desarticulación de la red comercial, tanto en la escala nacional como en economías locales.

Según datos publicados recientemente "... en los últimos diez años se perdieron 450.000 puestos de trabajo en el mercado minorista, casi 150.000 en el mayorista, más de 150.000 pequeños locales bajaron sus persianas, en tanto se abrieron 500 bocas de super e hipermercados, creando apenas 64.000 empleos..."¹.

Es importante comprender que este proceso sólo ha podido desarrollarse, bajo la tutela de un Estado ausente, ya que en otros países (por ejemplo Francia, Suecia) el proceso de modernización de las redes comerciales constituyó un verdadero desafío en el campo del planeamiento integral, y en todo caso en el marco de las lógicas pujas sectoriales, tuvieron la posibilidad de participar los diferentes actores intervinientes en ese proceso. En nuestro medio constituye todavía hoy, a prácticamente 9 años de comenzado este profundo cambio, una prioridad discutir como se debe realizar el proceso de modernización de las redes comerciales en general. Adquiere importancia esta cuestión ya que en numerosas ciudades, principalmente del interior del país, todavía se mantienen rasgos tradicionales en la comercialización de mercaderías, es decir también, en los hábitos de consumo de la población, no habiéndose producido aún, *la instalación compulsiva de alguna red de hipermercados*.

¹ Los datos presentados en este párrafo fueron tomados del Suplemento Económico de "Pagina12" con fecha 05/07/98.

En este sentido sería deseable y anticipatorio, que General Pinto discuta la necesidad de propiciar una normativa, nuevamente con vistas a contemplar lo previsto en la vetada Ley Provincial 12.084/98. Por lo menos en lo referido en los artículos 4to. Y 5to. (dictamen del impacto socioeconómico en la región y respectivamente la implementación de una audiencia pública en la sustanciación del análisis del mismo). Algunos Municipios del interior del país comienzan a elaborar ordenanzas que enmarcadas en las posibilidades de lo que la legislación actual permite, den respuesta a este problema en el corto plazo.

Queda planteada entonces la preocupación, y será necesario dar respuesta urgente, a interrogantes como los siguientes: mejorar la legislación sobre radicación de grandes superficies comerciales (determinación de la posibilidad o no de localización de hiper de gran envergadura en áreas urbanas, o limitando una distancia mínima a los centros poblacionales, legislar sobre límites horarios, a fin de propiciar la convivencia de hipermercados con comercios pequeños, modificar la Ley de Defensa de la Competencia, sancionando a quienes venden por debajo del costo) y fundamentalmente, comprender que es ineludible el rol del Estado como promotor de la capacitación de los pequeños comerciantes en cuanto a las posibilidades de acción sobre nuevos modos y estrategias en su actividad, propiciando concretamente además, diversos niveles de asociaciones, por ejemplo mediante excepciones impositivas.

Este último esbozo tal vez constituya un campo fértil para nuevas ideas, ya que sería necesario encontrar los elementos posibles de coexistencia mancomunada y en marcos asociativos en grupos que históricamente han tenido comportamientos poco solidarios entre sí.

Ante la posibilidad de grandes pérdidas debemos encontrar maneras que aglutinen y permitan lograr la capacitación adecuada de los pequeños grupos comerciales, sin sacrificar las propias identidades, para que puedan competir realmente en el marco de las nuevas condiciones impuestas en estos tiempos.

Evolución del sector comercial y de servicios comerciales en el partido de Capitán Sarmiento

Los comercios y servicios relevados en el Censo Económico de 1994 (información correspondiente a julio de 1994) fueron 409 (278 comercios y 131 servicios) que generaban 882 puestos de trabajo (512 el comercio y 370 los servicios), es decir que el tamaño medio es de 2,16 personas por establecimiento. De los puestos de trabajo que genera el sector 209 son asalariados y 673 son no asalariados.

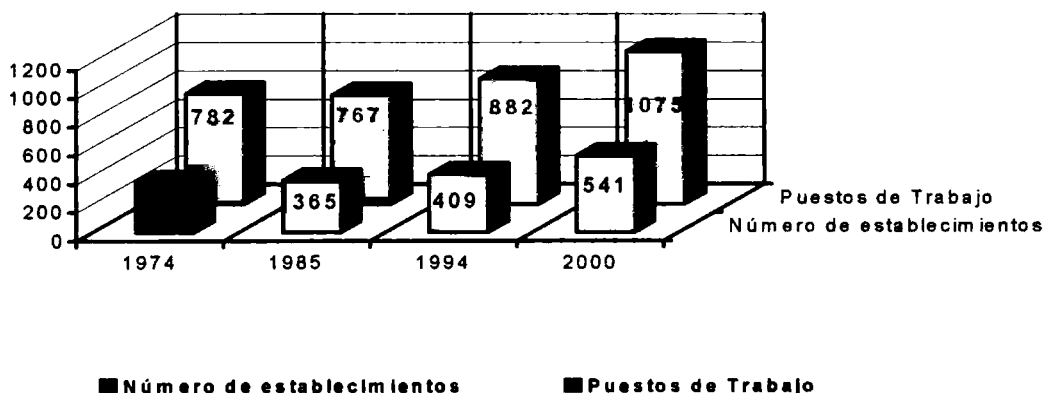
Si observamos la evolución a 1994 desde el Censo Económico de 1985 donde había 365 comercios y servicios privados censados, que empleaban 767 personas (es decir que el tamaño medio era de 2,10 personas por establecimiento, menor al de 1994), vemos que el crecimiento en establecimientos fue del 12,05% y en el nivel de empleos del 14,99% (en el período 80-91 el crecimiento poblacional fue del 10,32%).

Si observamos la evolución a 1985 desde el Censo Económico de 1974, donde había 350 establecimientos con 782 empleos, vemos que el crecimiento en establecimientos fue del 4,28%, mientras que el nivel de empleos cayó el 4,28% (acusando un aumento del tamaño medio que era de 2,23 en 1974) cifras que se comparan con el crecimiento poblacional 70-80 que fue del 16,13%.

Del análisis censal se desprende que en el período 74-94, mientras los establecimientos tuvieron un crecimiento constante, los puestos de trabajo presentaron un comportamiento oscilante, con una leve caída en 1985 y un crecimiento importante en 1994, superando el nivel alcanzado en 1974. El tamaño de los establecimientos se mantiene prácticamente estable.

El relevamiento integral realizado por el municipio en 2000 en el partido de Capitán Sarmiento (ciudad de Capitán Sarmiento y La Luisa), las cifras globales fueron superiores en un 32,3% en la cantidad de establecimientos y en un 21,9% en los puestos de trabajo. Se registró un total de 541 locales donde trabajan 1075 personas repartidos en 248 actividades comerciales donde trabajan 511 personas y 293 locales con actividades de servicios donde trabajan 564 personas.

**Evolución de comercios y servicios en Capitán Sarmiento
Cantidad de establecimientos y de puestos de trabajo**



Sin embargo, estos datos muestran un crecimiento contrastado del sector comercial y de servicios. Mientras en el primero se observa un leve decrecimiento, donde la cantidad de establecimientos cayó un 10,8%, con un comportamiento estable de los ocupados (-0,2%), en el segundo se aprecia un marcado crecimiento, donde la cantidad de establecimientos y de ocupados se incrementaron un 123,7% y un 52,4%, respectivamente.

Además se relevaron en todo el Partido 82 locales vacíos y 93 galpones (81 locales vacíos y 65 galpones en Capitán Sarmiento y 1 local vacío y 28 galpones en La Luisa).

Del total de comercios y servicios, el 96,8% de los establecimientos (524) y el 97,5% de los ocupados (1048) se encuentran en Capitán Sarmiento, seguida de lejos por La Luisa con el 3,2% (17 establecimientos) y el 2,5% (27 ocupados).

A los efectos de poder comparar la evolución del sector desde el Censo Económico de 1985 hasta el relevamiento de 2000, descontamos de este relevamiento, las actividades de servicios que no fueron relevadas en ese Censo, es decir 62 registros de estudios profesionales: médicos, contadores, abogados, arquitectos, ingenieros, agrimensores, etc. y ciertos oficios como albañiles, plomeros, etc., también descontamos los depósitos relevados que son 44, por lo que el registro de servicios comparables de 2000 disminuye a 187. No se consideran los 82 locales vacíos y los 93 galpones. Es decir que el registro global comparable sería de 435 establecimientos, contra 365 de 1985 (un 19,2% más).

Si la comparación del relevamiento la realizáramos con el Censo Económico de 1994, en el sector servicios, no debiéramos descontar los servicios profesionales ni los depósitos pues éstos fueron incluidos en el Censo, por lo que los locales de servicios comparables de 2000 son 293 contra 131 del Censo (diferencia no atribuible globalmente a un crecimiento del sector, aunque esa sea la tendencia, sino a omisiones censales, basadas en la dificultad de detectar ciertas actividades). En el sector comercio, mucho más "visible", los locales comparables de 2000 son 248, contra 278 del Censo Económico de 1994. Es decir que el registro global comparable sería de 541 establecimientos contra 409 de 1994 (un 32,3% más).

Del análisis del sector se observa en general un comportamiento positivo, tanto en la cantidad de establecimientos como en los puestos de trabajo, estimándose que en los últimos años el sector productivo, particularmente el sector industrial, trasladó al comercio y los servicios formales una parte importante de los puestos de trabajo.

No obstante, este proceso de crecimiento contrastado del sector comercial y de servicios insinúa una situación difícil para el partido. Y si la industria y el agro (e incluso el comercio y los servicios comerciales formalmente instalados) no acompañan el estancado crecimiento poblacional con una demanda acorde de mano de obra, es evidente que la desocupación, subocupación y el cuentapropismo marginal (o al menos informal) absorberán cada vez más esa diferencia.

Los valores de 2000 ratifican un crecimiento importante del sector. Si aceptamos las cifras de ocupación registradas en el relevamiento realizado por el municipio en el año 2000 con 1075 personas que trabajan en el comercio estable, su aporte a la Población Económicamente Activa (PEA) sería del 21,1%.

Relevamiento municipal 2000

	COMERCIO		SERVICIOS		TOTAL	
	Locales	Pers. Ocup.	Locales	Pers. Ocup.	Locales	Pers. Ocup.
Capitán Sarmiento	239	502	285	546	524	1048
La Luisa	9	9	8	18	17	27
PARTIDO	248	511	293	564	541	1075

* Además se relevaron 82 locales vacíos y 93 galpones (81 locales vacíos y 65 galpones en Capitán Sarmiento y 1 local vacío y 28 galpones en La Luisa).

Estos registros, como dijimos, no consideran a los profesionales, ni a los bancos, clínicas, mutuales y servicios educativos privados, que hoy generan en Capitán Sarmiento como luego veremos unos 240 puestos de trabajo. Y un párrafo aparte dedicaremos a los servicios denominados "públicos" que en su estructura contienen unos 805 empleos para el partido de Capitán Sarmiento.

Actividades comerciales y de servicios presentes en el partido

Estas actividades privadas se organizan en dos grandes agrupamientos: el sector *Comercios* (en su gran mayoría minorista) que se caracteriza por "vender un producto", y el sector de *Servicios comerciales* (agrupando Servicios Generales, de Esparcimiento, Financieros y Depósitos) que se caracteriza por "vender un servicio".

	Capitán Sarmiento	La Luisa
Total de COMERCIOS Y SERVICIOS: 541 (409)	524	17
Se consignan entre paréntesis la cantidad total de locales de comercios y servicios relevados en el CNE '94. Se señalan con asterisco (*) las actividades clasificadas como industriales, muchas de las cuales comercializan el producto en el mismo local. Las mismas se presentan a modo indicativo, pero no se contabilizan como locales de comercios y servicios.		
Sector COMERCIOS: 248 (278)	239	9
Sub-agrupamiento COMESTIBLES: 85	81	4
- Despensas	28	1
- Camicerías	18	1
- Pollajerías	3	
- Pescadería	1	
- Verdulerías	8	
- Despacho de pan	3	
- Rotisería-miel	8	
- Supermercados	3	
- Autoservicios	2	
- Mercado	5	1
- Distribuidora de cigarrillos	1	
- Polimubros		1
- Ramos generales	1	
(*) <i>Fábrica de muzzarella</i>	(1)	
(*) <i>Panaderías</i>	(11)	
(*) <i>Fábrica de soda</i>	(1)	
Sub-agrup. KIOSCOS, BARES, RESTAURANTES: 46	43	3
- Kioscos	22	
- Confiterías-Bares-Café	12	2
- Restanrante-Parrilla	3	1
- Pizzería	2	
- Venta de Helados	4	
(*) <i>Fábrica de helados</i>	(2)	
Sub-agrupamiento FARMACIAS, PERFUMERIAS: 15	15	0
- Farmacias	6	
- Ópticas	3	
- Perfumería	5	
- Artículos de limpieza tambos	1	
(*) <i>Fábrica y venta artículos de limpieza</i>	(2)	
Sub-agrupamiento INDUMENTARIA: 35	35	0
- Tiendas	9	
- Casas de deportes	1	
- Boutiques	1	
- Mercerías	6	
- Zapaterías	4	
- Venta de ropa	13	

- Venta de ropa niños	1	
(*) <i>Taller de costura</i>	(52)	
Sub-agrup. ART. DEL HOGAR, MUEBLERIAS: 20	20	0
- Artículos del hogar	4	
- Mueblerías	3	
- Ferreterías	5	
- Bazares	2	
- Venta de máquinas de coser	2	
- Venta de material para artefactos a gas	1	
- Juguetes-Cotillón	1	
- Venta servicios de computación	2	
(*) <i>Fábrica de muebles</i>	(1)	
Sub-agrup. LIBRERÍAS, FOTOCOPIADORAS: 5	5	0
- Librería, fotocopiadoras	5	
(*) <i>Imprentas</i>	(3)	
Sub-agrupamiento CONSTRUCCIÓN: 4	4	0
- Materiales de construcción	1	
- Vidrierías	1	
- Pinturería	2	
(*) <i>Carpinterías</i>	(4)	
(*) <i>Herrerías</i>	(2)	
(*) <i>Fábrica de aberturas</i>	(1)	
(*) <i>Fábrica de mosaicos</i>	(1)	
Sub-agrupamiento COMERCIOS VARIOS: 23	21	2
- Joyería, Relojería	4	
- Regalos, Bijouterie	3	
- Florerías	1	
- Artesanías	1	
- Artículos de pesca, camping	2	
- Santerías	1	
- Viveros	2	1
- Acopio de cereal	2	1
- Lonerías	1	
- Broncerías	1	
- Semillerías	1	
- Forrajerías	2	
(*) <i>Fábrica tinglados</i>	(1)	
(*) <i>Fábrica equipos de radio</i>	(1)	
Subagrup. VENTA DE VEHÍCULOS Y REPUESTOS: 15	15	0
- Venta de autos	7	
- Venta de neumáticos	2	
- Venta de repuestos y autopartes	3	
- Venta de lubricantes	1	
- Venta de motos	1	
- Venta de maquinaria agrícola	1	
(*) <i>Rectificación de motores</i>	(4)	
(*) <i>Fábrica de acoplados</i>	(1)	
Sector SERVICIOS: 293 (131)	265	8
Agrupamiento SERVICIOS GENERALES: 95	92	3
Sub-agrupamiento Servicios al AUTOMOTOR: 58	53	3
- Taller de mecánica	21	1
- Taller de chapa y pintura	5	
- Taller de alineación	1	
- Taller escapes	1	
- Taller de electricidad	1	
- Reparación de motos	3	
- Reparación de bicicletas	4	

- Gomerías	6	1
- Lavadero de autos	3	
- Estación de servicios	4	1
- Cocheras	2	
- Remolques	1	
- Playa de camiones	1	

Sub-agrup. PELUQUERÍAS, REPARACIONES: 39	39	0
- Peluquerías	15	
- Funerarias	3	
- Lavadero automático	1	
- Lavadero industrial	1	
- Reparación de máquinas de coser	1	
- Reparación de electrodomésticos	4	
- Taller de tomería y herrería	4	
- Cerrajerías	1	
- Tapicerías	3	
- Taller de afilación	1	
- Taller de soldadura	1	
- Servicio de plomería	1	
- Perforaciones	1	
- Oficios varios	2	

Agrup. HOTELES, TRANSPORTE, COMUNICACIONES: 51	49	2
Sub-agrupamiento HOTELES, TRANSPORTE: 28	27	1
- Hoteles	1	
- Agencia de lotería	5	
- Telefonía celular	1	
- Cooperativa Telefónica	3	
- Distribuidora de electricidad	2	1
- Distribuidora y venta de diarios	1	
- Agencias de taxis y remises	7	
- Empresa de transporte de pasajeros	1	
- Flete, mudanza, cargas	3	
- Correo	1	
- F.M.-T.V.	2	

Sub-agrupamiento DEPORTES y GIMNASIA: 7	7	0
- Gimnasio	3	
- Natatorio (confitería)	1	
- Paddle-Fútbol-Tenis	3	

Sub-agrup. VIDEOS, JUEGOS ELECTRÓNICOS: 3	3	0
- Video Club	2	
- Video Juegos	1	

Sub-agrupamiento RECREACIÓN Y FIESTAS: 13	12	1
- Cine	1	
- Clubes	8	1
- Confeiterías bailables	3	

Agrup. SERVICIOS SOCIALES y PERSONALES: 103	101	2
Sub-agrup. ACT. FINANCIERAS, INTERMEDIACION: 14	14	0
- Inmobiliaria	3	
- Servicio agropecuario	1	
- Consignatarios	1	
- Bancos	3	
- Aseguradora	4	
- Financiera	1	
- Seguros	1	

Sub-agrup. SERV. TÉCNICOS PROFESIONALES: 43	41	2
- Estudios jurídicos	10	

- Estudios de arquitectura, ingeniería	5	2
- Estudio contable	9	
- Asesor impositivo	1	
- Gestor	5	
- Veterinarias	5	
- Agronomía	2	
- Estudio foto film	4	
Sub-agrup. SERVICIOS SOCIALES, SALUD Y EDUCACION: 40	40	0
- Obra social	2	
- Médico Clínico	6	
- Médico Cirujano	1	
- Psicólogo	2	
- Dermatólogo	1	
- Traumatólogo	2	
- Cardiólogo	1	
- Pediatra	2	
- Ginecólogo	3	
- Radiólogo	1	
- Oculista	1	
- Odontólogo	6	
- Laboratorios de análisis clínicos	5	
- Fonoaudiólogo	1	
- Podólogo	2	
- Kinesiólogo	1	
- Guardería	1	
- Instituto de computación	2	
Sub-agrupamiento SERVICIOS VARIOS: 6	6	0
- Taller de Arte	1	
- Oficinas varias	5	
Agrupamiento DEPOSITOS: 44	43	1
- Depósito de autos	1	
- Depósito de camión	2	
- Depósito de materiales construcción	1	
- Depósito de leña	1	
- Depósito de maquinaria agrícola	10	1
- Depósito de comestibles	2	
- Depósito de postes	1	
- Depósito de chatarra	5	
- Depósito de artículos varios	9	
- Depósito de fardos	1	
- Depósito de herramientas	5	
- Depósito de bebidas	1	
- Depósito de maderas	2	
- Stud	2	
- Galpones: 93	65	28
- Locales vacíos: 82	81	1

En definitiva, en el partido de Capitán Sarmiento se relevaron 541 establecimientos que se reparten en 248 comercios y 293 servicios comerciales. Además se relevaron, en todo el partido, 82 locales vacíos y 93 galpones.

Los 524 establecimientos registrados en la ciudad de Capitán Sarmiento se reparten en 239 comercios, 285 servicios comerciales, más 81 locales vacíos y 65 galpones. Mientras que los 17 establecimientos registrados en La Luisa se reparten en 9 comercios y 8 servicios comerciales, existiendo además 1 local vacío y 28 galpones; lo que muestra el enorme peso específico que tiene la localización de comercios y servicios comerciales en la ciudad cabecera.

Otros servicios privados, técnicos y profesionales y los puestos de trabajo

Se enumeran otros servicios privados (salud, educación, sindicatos, etc.) y técnicos y profesionales que por el carácter de su prestación o por no necesitar habilitación municipal, no se encuentran en el anterior registro, pero tienen incidencia en la generación de puestos de trabajo, sumando 84 puestos en otros servicios privados, más 156 puestos en técnicos y profesionales², lo que hace un total de 240 puestos de trabajo registrados.

Puestos de trabajo en otros servicios privados

ESTABLECIMIENTOS O INSTITUCIONES	PUESTOS DE TRABAJO
- Establecimientos privados para la educación:	63
Jardín de Infantes "Creciendo"	4
Nuevo Colegio Inglés	59
- Establecimientos privados para la salud:	2
Taller Protegido "Amor y Fe"	2
- Sindicatos:	2
Sindicato de Empleados de Comercio	2
- Otros:	17
Asociación de Productores	2
Asociación Médica	3
Cámara de Industria y Comercio	2
Cooperativa de Agua Tanque	7
Pileta Club Atlético Sarmiento	3
TOTAL OTROS SERVICIOS PRIVADOS	84

Fuente de información: Relevamiento Municipalidad de Capitán Sarmiento.

El sector público y los puestos de trabajo:

Al sólo efecto de poder dimensionar la importancia de la incidencia del sector de los servicios denominados públicos en el total de puestos de trabajo del partido, se detallan las reparticiones que se asientan en el partido y los empleos que hoy generan aproximadamente 805.

Puestos de trabajo en los servicios públicos

ESTABLECIMIENTOS O INSTITUCIONES	PUESTOS DE TRABAJO
- Establecimientos educativos públicos:	512
Biblioteca Municipal	3
Centro Educación Complementaria N° 801	26
Comedor Escuela N° 1	3
Escuela Especial N° 501 A. Stomi	14
Escuela N° 9 Malvinas Argentinas	20
Escuela de Educación Media N° 1 Dr. Mateo Jelichich	57
Escuela de Educación Media N° 2	49
Escuela de Educación Técnica N° 1	55
Escuela N° 1 D. M. Sarmiento	46
Escuela E.G.B. N° 1	25
Escuela N° 11 Gral. San Martín	17
Escuela Primaria N° 13	27
Escuela N° 4 Juan B. Alberdi	37
Escuela N° 5 B. Rivadavia	29
Instituto de Formación Docente N° 138	31
Jardín de Infantes N° 901 M. M. Guemes	18
Jardín de Infantes N° 903	8
Jardín de Infantes N° 906	8
Jardín de Infantes N° 902 Profesor J. Piagget	17

² Por falta de fuentes de información, se estima que el total de técnicos y profesionales del partido representa el 185% del total de puestos de trabajo de otros servicios privados, utilizando como parámetro el Partido de Gral. Pinto, que cuenta con similar cantidad de población que Capitán Sarmiento.

Polimodal	22
- Establecimientos públicos para la salud:	50
Hospital San Carlos	48
Unidad Sanitaria N° 3	2
- Dependencias Municipales:	124
Municipalidad Concejo Deliberante	57
Corralón Municipal	50
Centro Cívico Municipal	12
Dirección de Cultura	5
- Otras Dependencias:	119
Asilo "San Vicente"	4
Bomberos voluntarios	80
Consejo Escolar	5
Policía de la Provincia de Buenos Aires	25
P.A.M.I.	4
S.E.N.A.S.A.	1
TOTAL SECTOR SERVICIOS PUBLICOS:	805

Fuente de información: Relevamiento Municipalidad de Capitán Sarmiento.

Localización de las actividades y su comparación con la distribución de la población

Como ya vimos, la cantidad global de comercios y servicios comerciales, así como los puestos de trabajo, crecieron en los últimos años; sin embargo, mientras que el crecimiento poblacional fue solo del 6,4% en el período 1991-1999, entre 1994 y 2000 los establecimientos crecieron un 32,3% y la ocupación en el sector creció un 21,9%.

Esto nos permite suponer que al igual que muchos otros partidos del interior de la provincia, en los últimos años el sector productivo trasladó al comercio y los servicios formales, una parte de sus puestos de trabajo. Una parte de la población emigra hacia los grandes centros urbanos o las cabeceras regionales y el resto se refugia en la informalización, sector al que es necesario orientar y capacitar para incorporarlo al sistema, con todo lo que esto significa (obra social, jubilación, etc.).

La retracción del consumo, el crecimiento de los establecimientos mayores, la concentración de la oferta y la relativa evolución tecnológica, por otra parte, muestran un crecimiento del sector comercial, y un crecimiento contrastado del sector de servicios, orientado al consumo y a los requerimientos sociales y en menor medida a la producción.

Este proceso de crecimiento contrastado del sector comercial y de servicios insinúa una situación difícil para el mismo. Y si la industria y el agro (e incluso el comercio y los servicios comerciales formalmente instalados) no acompañan el estancado crecimiento poblacional con una demanda acorde de mano de obra, es evidente que la desocupación, subocupación y el cuentapropismo marginal (o al menos informal) absorberán cada vez más esa diferencia.

Esta es una de las razones fundamentales para entender la necesidad de orientar la localización e intensidad de las actividades comerciales en función de la distribución de la población y de los hábitos y expectativas ciertas de consumo y producción.

Este primer análisis global establece la localización de los rubros y en algunos casos, donde la distribución uniforme de la oferta la mejora como servicio, determina la cantidad de habitantes por rubro, de acuerdo a los distintos sectores urbanos de la ciudad de Capitán Sarmiento:

Para realizarlo se consideraron los 14 barrios en los que se distribuye la población de la ciudad de Capitán Sarmiento y la localidad de La Luisa.

Ciudad de Capitán Sarmiento: Los barrios



En esta sectorización en barrios es necesario aclarar que las actividades de borde de cada barrio sirven al resto, aún cuando las zonas vecinas estén desprovistas y una aproximación a porciones más acotadas del territorio urbano dará necesariamente datos más precisos (no obstante acusa una mayor distancia de la gente al abastecimiento). El análisis sirve para entender la "oferta" de actividad comercial y las distorsiones posibles de salvar con una difundida orientación previa.

Población por barrios de Capitán Sarmiento y Localidades

N°	Barrio	Población 2000	%
1	Las Flores	1275	12,00
2	San Carlos	960	9,04
3	Centro	318	2,99
4	San José	1201	11,30
5	La Loma	1157	10,89
6	Pilar	729	6,86
7	Independiente	806	7,59
8	Barraca	393	3,70
9	Alem	598	5,63
10	Lucotti	886	8,34
11	La Cumparsita	1789	16,84
12	Dieta	477	4,49
13	Ruta 8	36	0,34
14	El amanecer	0	0,00
	Total Ciudad	10625	100,00

Localidades	Población 2000	%
La Luisa	249	100,00
Total Localidades	249	100,00

Total Encuesta	10874	100,00
-----------------------	--------------	---------------

1. Sub-agrupamiento comestibles

Los establecimientos de comestibles se distribuyen equilibradamente en la planta urbana de Capitán Sarmiento, con una leve tendencia a la localización centralizada con disminución de la oferta de comercios de comestibles hacia la periferia de la planta urbana.

En general se observa una mayor concentración en los barrios Pilar (15 locales), Lucotti (13 locales), Independiente (11 locales), San Carlos (10 locales) y Alem (10 locales). Estos barrios presentan la mayor cantidad de locales, donde se concentra el 62,8% de la oferta de establecimientos de comestibles pero solo el 37,4% de la población de Capitán Sarmiento.

Del resto de los barrios, es interesante resaltar la significativa menor oferta de comercios de comestibles de los barrios La Loma (2 locales) y Barraca (1 local), siendo inexistentes en los barrios Ruta 8 y El Amanecer. En estos barrios se concentra el 14,9% de la población de la ciudad pero solo el 3,2% de la oferta de comercios de comestibles, siendo escasa la oferta tanto de comercios convencionales, sobre todo de artículos perecederos (carnicerías, verdulerías y panaderías) como de aquellos con una oferta específica.

En las actividades de consumo "obligado" como despensas, carnicería, verdulerías, panaderías y despachos de pan, supermercados y autoservicios, si se considera la cantidad de habitantes por comercio en cada barrio, pueden observarse marcadas diferencias entre los distintos barrios de Capitán Sarmiento, donde los barrios Pilar, Lucotti, San Carlos y Alem, con mayor concentración de comercios de consumo obligado, siempre se ubican por debajo del promedio de la ciudad,

mientras que los barrios Ruta 8, El Amanecer, Barraca y La Loma acusan un mercado desabastecimiento.

En cuanto al caso particular de los supermercados, se localizan en la ciudad 3 establecimientos en los barrios Centro, Pilar y Lucotti. Es importante destacar que en 1995, la instalación de una sucursal de una cadena reconocida a nivel nacional de supermercados, repercutió negativamente en la estructura comercial de la ciudad cabecera. Según datos publicados recientemente "... Debido a rasgos propios del comercio local, el choque competitivo con este supermercado dejó un saldo fuertemente negativo sobre la estructura comercial de la ciudad; mientras genéricamente el comercio sarmientino descendió un 14% en el número de locales, aquellos que competían directamente con la sucursal cayeron en un 40%, constituido especialmente por aquellos negocios de muy pequeña escala, abiertos durante la expansión de los '70 y los '80..."³. De continuar este proceso de instalación y expansión de supermercados, incluso de hipermercados, puede determinar el cierre de una gran cantidad de pequeños locales y paralelamente, la pérdida de numerosos puestos de trabajo, produciendo una verdadera desarticulación de la red comercial local, y repercutiendo negativamente en el desempleo local.

La Luisa presenta unos pocos establecimientos de comestibles, donde solo una despensa, una carnicería, un mercado y un polirrubro satisfacen las necesidades básicas de esta pequeña población.

2. Sub-agrupamiento kioscos, bares, restaurantes

Los kioscos se localizan principalmente en los barrios San José (4 locales), Las Flores (3 locales), La Loma (3 locales), Lucotti (3 locales) y La Cumparsita (3 locales), representando el 72,7% del total de la oferta de Capitán Sarmiento. Solo algunos se localizan en los barrios Alem (2 locales), San Carlos (1 local), Centro (1 local), Barraca (1 local) y Ruta 8 (1 local), siendo inexistentes en los demás barrios.

Por otra parte, la cantidad de habitantes por establecimiento es baja, respecto del promedio de Capitán Sarmiento (483 habitantes por kiosco), en los barrios en Ruta 8 (36 habitantes por kiosco), Lucotti (295 habitantes por kiosco), Alem (299 habitantes por kiosco), San José (300 habitantes por kiosco), Centro (318 habitantes por kiosco), La Loma (386 habitantes por kiosco), Barraca (393 habitantes por kiosco) y Las Flores (425 habitantes por kiosco).

El resto de las actividades del sub-agrupamiento se distribuyen mayoritariamente en el barrio Centro, donde se asientan locales propios de una centralidad como confiterías-bares-café (4 locales), pizzerías (2 locales), restaurant-parrilla (1 local), etc., observándose en forma global una marcada disminución de la oferta hacia la periferia de la planta urbana.

En La Luisa se localizan solo 2 confiterías-bares-café y un restaurant-parrilla.

3. Sub-agrupamiento farmacias, perfumerías

Las farmacias se localizan en los barrios Centro (1 local), Las Flores (1 local), San Carlos (1 local), La Loma (1 local), Pilar (1 local) y Lucotti (1 local).

Por otra parte, la cantidad de habitantes por establecimiento es baja, respecto del promedio de Capitán Sarmiento (1771 habitantes por farmacia), en los barrios Centro (318 habitantes por farmacia), Pilar (729 habitantes por farmacia), Lucotti (886 habitantes por farmacia), San Carlos

³ Fuente: Fiol Eduardo y Iakich Mario en: "Capitán Sarmiento. Su historia y su gente". Primera Parte 1884 – 1998. Primera Edición Junio de 1998.

(960 habitantes por farmacia), La Loma (1157 habitantes por farmacia) y Las Flores (1275 habitantes por farmacia). Llamativamente no hay farmacias en ninguno de los otros barrios de la ciudad, siendo un ejemplo del costo social que produce la falta de orientación en la localización de determinadas actividades.

El resto de los rubros del sub-agrupamiento se distribuyen en los barrios Centro (3 locales) y Alem (3 locales), observándose en forma global un marcado desabastecimiento en la mayoría de los barrios de la periferia de la ciudad de Capitán Sarmiento.

Del sub-agrupamiento no se localiza ningún establecimiento en La Luisa.

4. Sub-agrupamiento indumentaria

Estos rubros, en general, requieren del agrupamiento como forma de venta porque el hábito de compra tiene que ver con la comparación (gusto, precio, calidad, crédito, etc.). Capitán Sarmiento se caracteriza por una concentración de la oferta en los barrios Centro (17 locales) y Pilar (16 locales), donde se localizan el 37,9% de los locales, particularmente sobre la avenida Rivadavia entre las avenidas Roque Saenz Peña y L. N. Alem. Otros barrios con una presencia importante de locales son San Carlos (13 locales) y Las Flores (11 locales); mientras que unos pocos locales se encuentran en los barrios Barraca (3 locales), Alem (3 locales), Dieta (3 locales) y San José (1 local), siendo la oferta inexistente en los barrios Ruta 8 y El Amanecer.

En La Luisa no se encuentra locales del sub-agrupamiento.

5. Sub-agrupamiento artículos del hogar, mueblerías

Lo mismo que sucede en los rubros del sub-agrupamiento de indumentaria sucede en este de artículos del hogar y mueblerías, por las mismas razones, con una mayor localización en los barrios Centro (9 locales) y Pilar (5 locales) donde se localizan el 50% de los locales, en particular sobre la avenida Rivadavia entre las avenidas Roque Saenz Peña y L. N. Alem. Unos pocos locales se encuentran en los barrios Lucotti (3 locales), Las Flores (2 locales), San Carlos (1 local) e Independiente (1 local), siendo la oferta inexistente en los barrios San José, La Loma, Barraca, Alem, La Cumparsita, Dieta, Ruta 8 y El Amanecer.

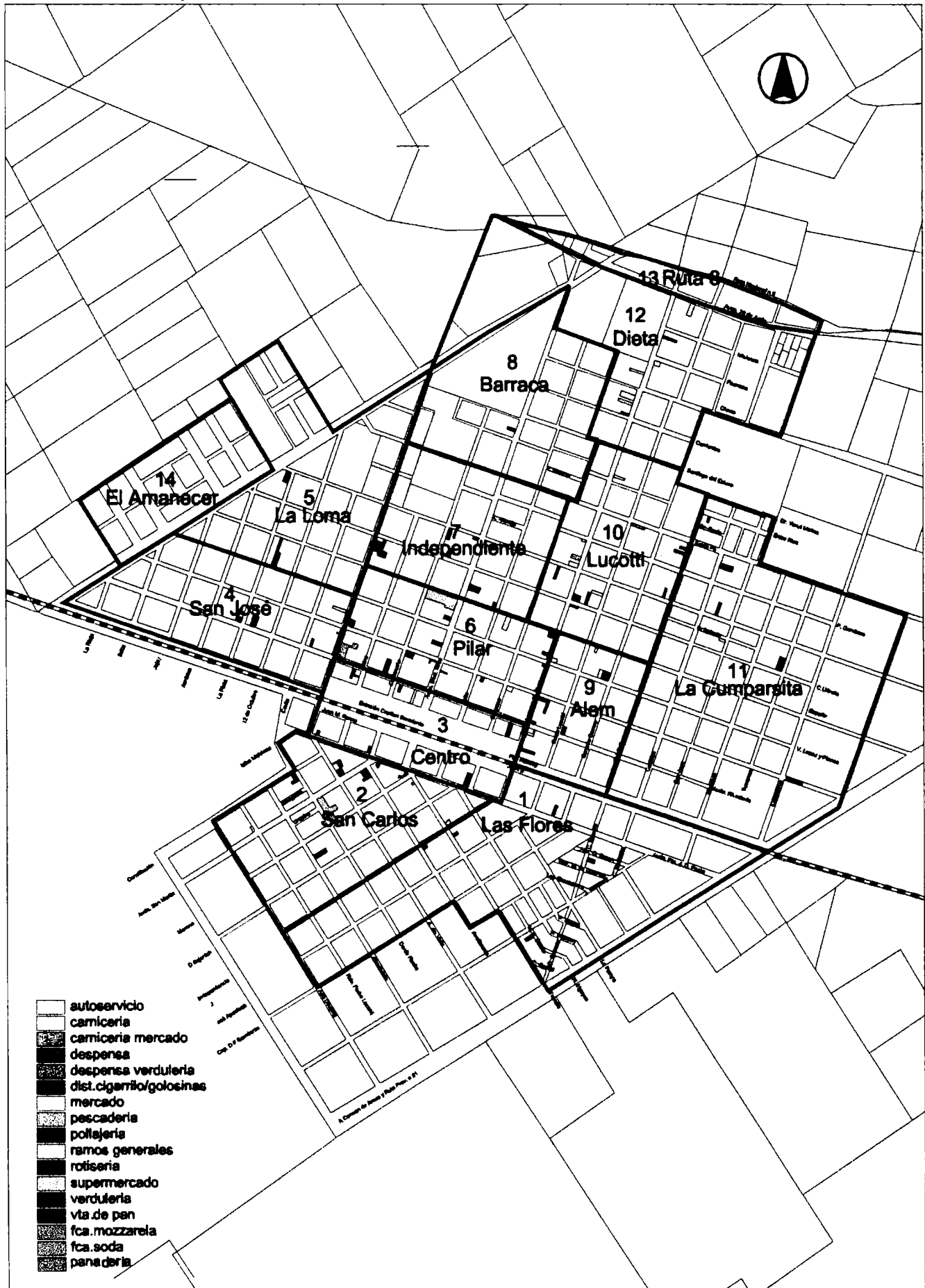
No se encuentran actividades del sub-agrupamiento en La Luisa.

6. Sub-agrupamiento librerías, fotocopiadoras

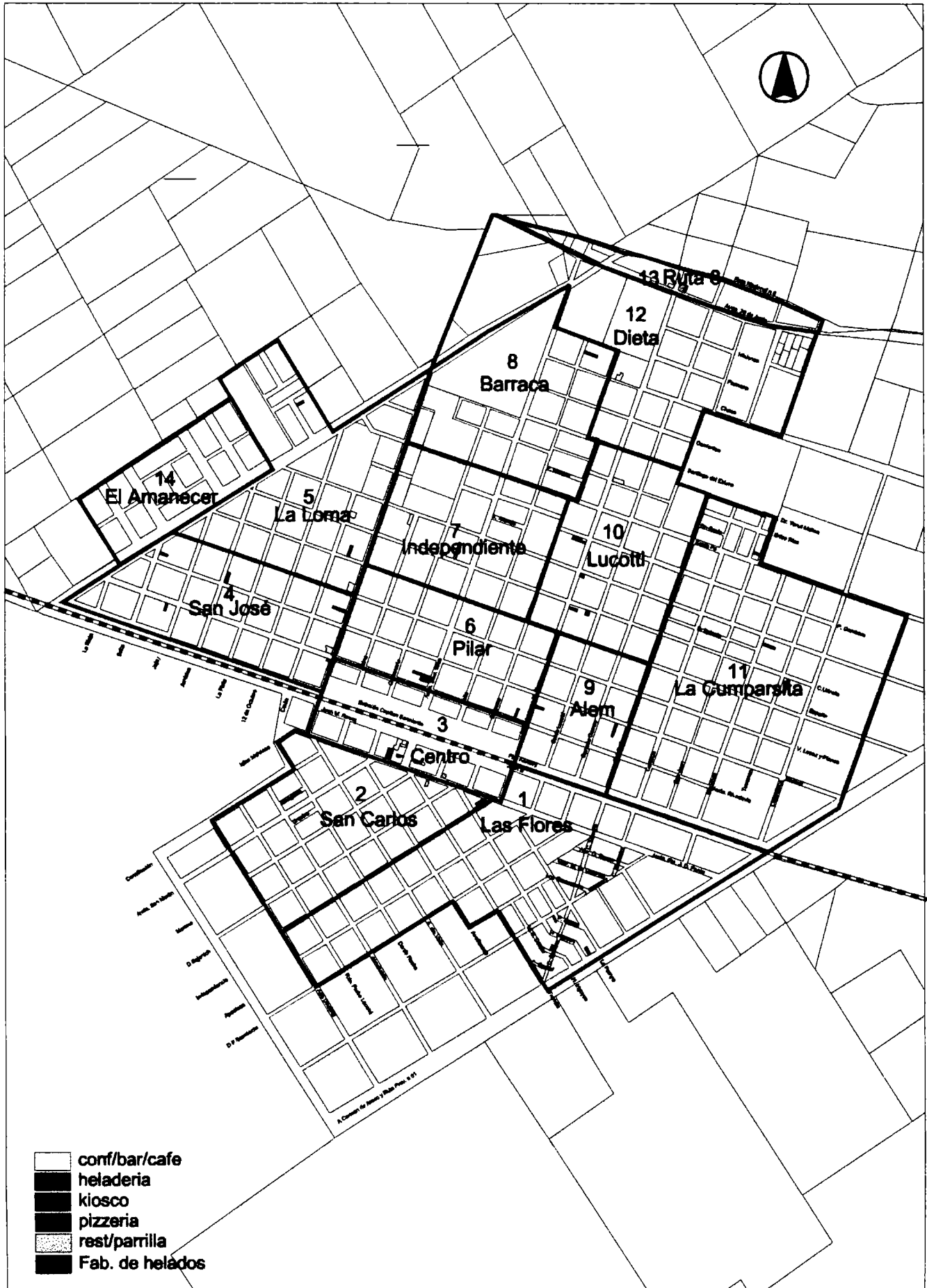
La totalidad de los rubros de este sub-agrupamiento se localizan en los barrios San Carlos (3 locales), Pilar (2 locales), Centro (1 local), Independiente (1 local) y Lucotti (1 local), siendo inexistentes en los demás barrios. La ausencia de locales en el resto de los barrios, determina cierta distancia de algunos consumidores al producto, lo que lleva en muchos casos, a que otros comercios satisfagan la demanda (librerías, fotocopias, etc.), con la consiguiente falta de variedad en la calidad y el precio.

Del sub-agrupamiento, no se localizan actividades en la localidad de Las Luisa.

Ciudad de Capitán Sarmiento: 1. Comestibles



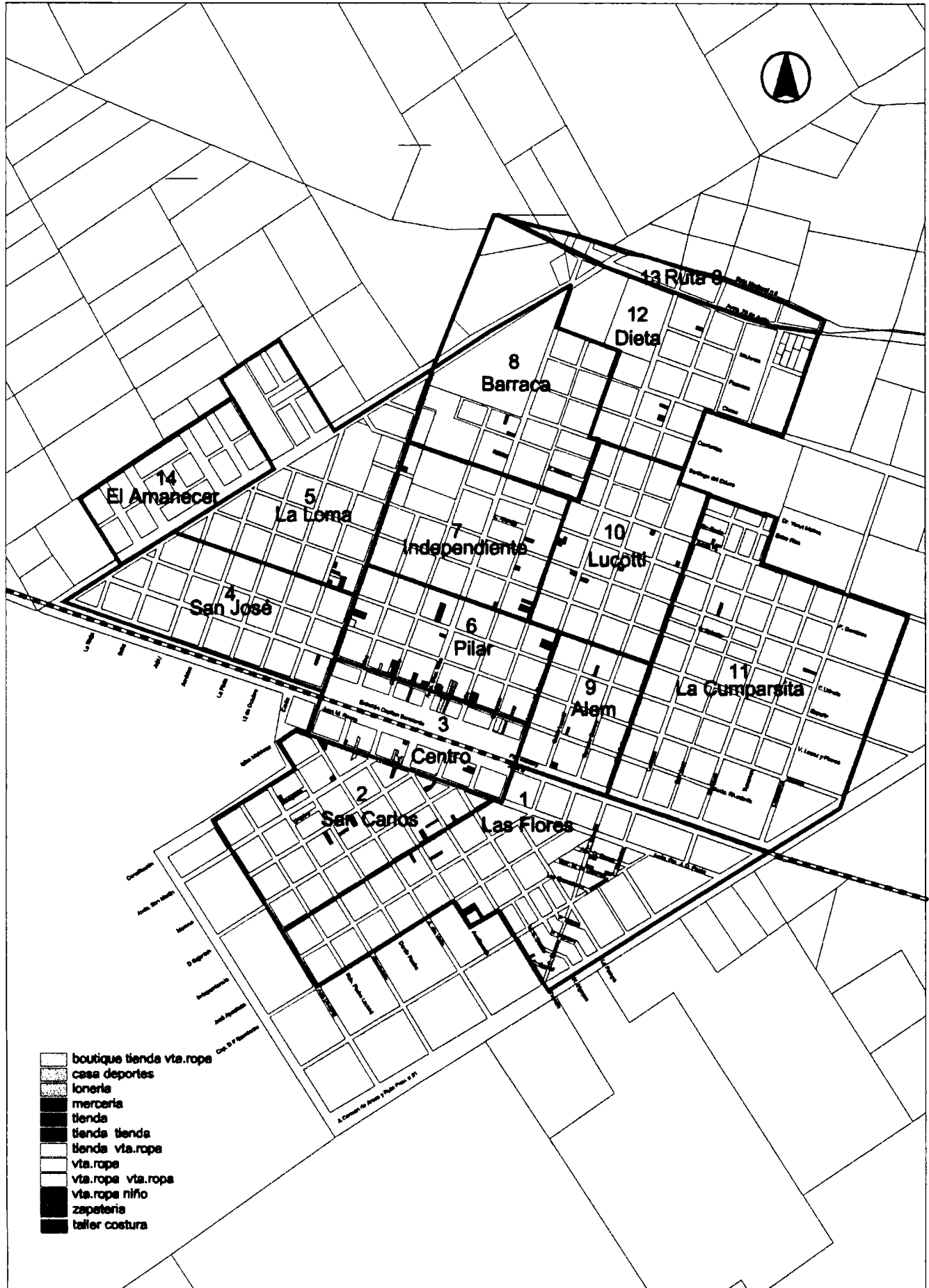
Ciudad de Capitán Sarmiento: 2. Kioscos, bares, restaurantes



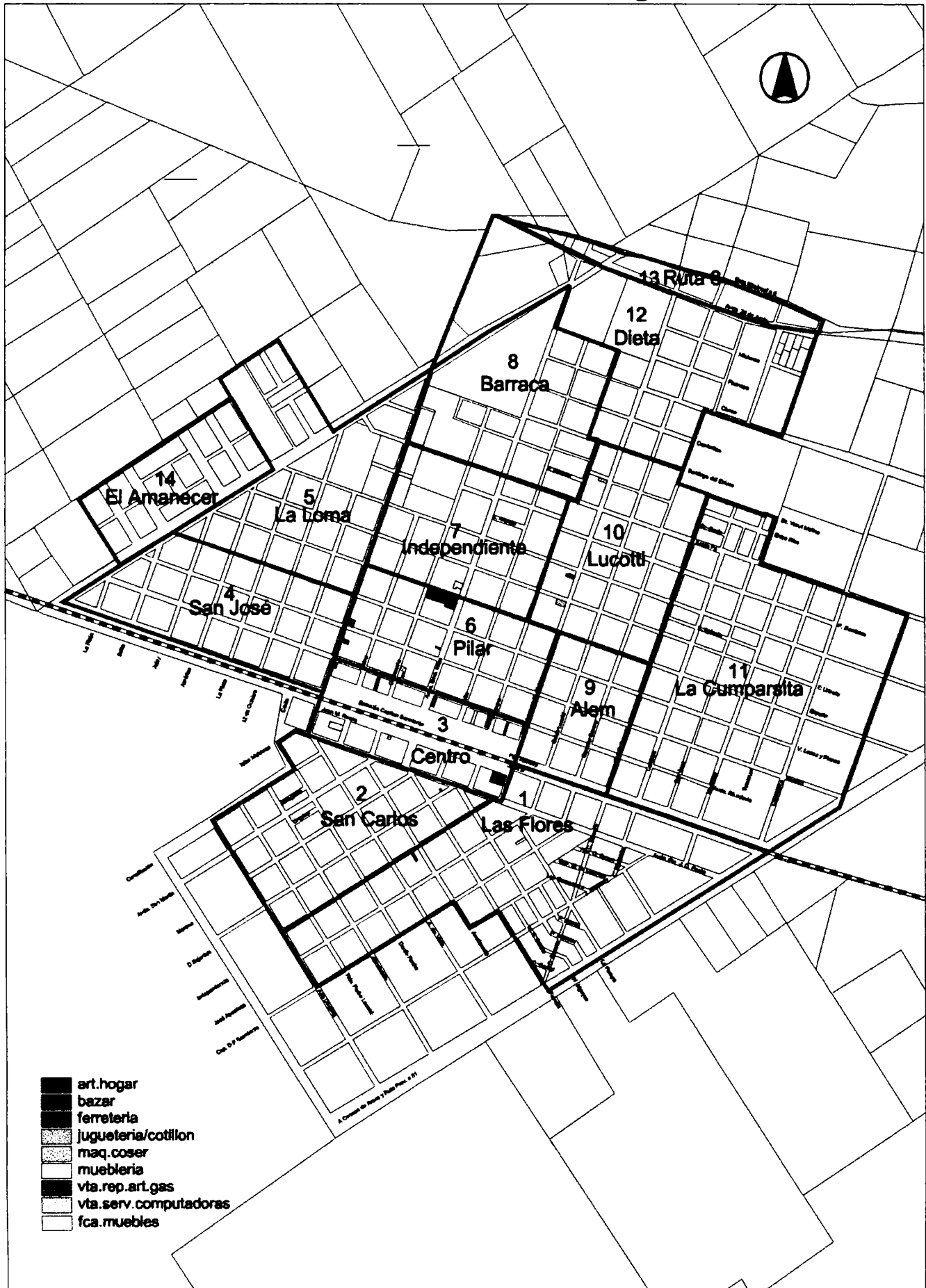
Ciudad de Capitán Sarmiento: 3. Farmacias, perfumerías



Ciudad de Capitán Sarmiento: 4. Indumentaria



Ciudad de Capitán Sarmiento: 5. Artículos del hogar, mueblerías



Ciudad de Capitán Sarmiento: 6. Librerías, fotocopiadoras



Sub-agrupamiento: Comestibles

N°	Barrio	Despensas	Carnicerías	Pollajerías	Pescadería	Verdulerías	Panaderías*	Despacho de pan	Rotisería miel	Supermercado	Autoservicio	Mercado	Fca. Mozzarella*	Dist. Cigarrillos	Pollirubros	Fca. de soda*	Ramos generales	Total
1	Las Flores	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
2	San Carlos	0	2	1	0	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	10
3	Centro	3	1	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	8
4	San Jose	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
5	La Loma	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
6	Pilar	3	2	1	0	2	2	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	15
7	Independiente	2	3	0	0	2	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	11
8	Barraca	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
9	Alem	3	4	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
10	Lucotti	2	4	0	1	1	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	13
11	La Cumparsita	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
12	Dieta	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0	7
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	28	18	3	1	8	11	3	8	3	2	6	1	1	0	1	1	94

Localidades	Despensas	Carnicerías	Pollajerías	Pescadería	Verdulerías	Panaderías*	Despacho de pan	Rotisería miel	Supermercado	Autoservicio	Mercado	Fca. Mozzarella*	Dist. Cigarrillos	Pollirubros	Fca. de soda*	Ramos generales	Total
La Luisa	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	4
Total Localidades	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	4

Total Encuesta	29	19	3	1	8	11	3	8	3	2	6	1	1	1	1	1	1	98
-----------------------	-----------	-----------	----------	----------	----------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Kioscos, Bares, Restaurantes

N°	Barrio	Kiosco	Restaurante Parrilla	Confitería Bar Café	Pizzería	Venta helados	Fca. de helados*	Total
1	Las Flores		3	0	0	0	0	3
2	San Carlos		1	0	1	0	0	2
3	Centro		1	1	4	2	0	9
4	San Jose		4	0	1	0	1	7
5	La Loma		3	0	2	0	0	5
6	Pilar		0	0	0	0	2	2
7	Independiente		0	1	1	0	0	2
8	Barraca		1	0	0	0	0	1
9	Alem		2	0	0	0	0	2
10	Lucotti		3	0	1	0	1	5
11	La Cumparsita		3	0	0	0	0	3
12	Dieta		0	0	1	0	0	1
13	Ruta 8		1	1	1	0	0	3
14	El amanecer		0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad		22	3	12	2	4	43

Localidades	Kiosco	Restaurante Parrilla	Confitería Bar Café	Pizzería	Venta helados	Fca. de helados*	Total
La Luisa		0	1	2	0	0	3
Total Localidades		0	1	2	0	0	3

Total Encuesta		22	4	14	2	4	2	48
-----------------------	--	-----------	----------	-----------	----------	----------	----------	-----------

Nota: * actividades clasificadas como industriales.

Sub-agrupamiento: Farmacias, Perfumerías

N°	Barrio	Farmacias	Ópticas	Perfumerías	Art. limpieza tambos	Fca. Vta. Artículo de limpieza	Total
1	Las Flores	1	0	0	0	0	1
2	San Carlos	1	0	1	0	0	2
3	Centro	1	1	2	0	0	4
4	San Jose	0	0	1	0	0	1
5	La Loma	1	0	0	0	0	1
6	Pilar	1	1	0	0	0	2
7	Independiente	0	0	0	0	0	0
8	Barraca	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	1	1	0	1	3
10	Lucotti	1	0	0	0	1	2
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0	1	0	1
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	6	3	5	1	2	17

Localidades	Farmacias	Ópticas	Perfumerías	Art. limpieza tambos	Fca. vta. artículo de limpieza	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0

Total encuesta	6	3	5	1	2	17
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Indumentaria

N°	Barrio	Tiendas	Casa de deportes	Boutique	Mercerías	Zapatería	Talleres de costura*	Vta. de ropa	Vta. ropa niños	Total
1	Las Flores	0	0	0	1	0	10	0	0	11
2	San Carlos	1	0	0	1	1	9	1	0	13
3	Centro	3	0	1	1	1	4	7	0	17
4	San Jose	0	0	0	0	0	1	0	0	1
5	La Loma	0	0	0	1	0	3	1	0	5
6	Pilar	5	1	0	0	1	4	4	1	16
7	Independiente	0	0	0	1	0	3	0	0	4
8	Barraca	0	0	0	0	0	3	0	0	3
9	Alem	0	0	0	0	1	2	0	0	3
10	Lucotti	0	0	0	1	0	5	0	0	6
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	5	0	0	5
12	Dieta	0	0	0	0	0	3	0	0	3
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	9	1	1	6	4	52	13	1	87

Localidades	Tiendas	Casa de deportes	Boutique	Mercerías	Zapatería	Talleres de costura*	Vta. de ropa	Vta. ropa niños	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Total encuesta	9	1	1	6	4	52	13	1	87
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	----------	-----------

Nota: * actividades clasificadas como industriales.

Sub-agrupamiento: Art. del Hogar, Mueblerías

Nº	Barrio	Artículos del hogar	Mueblería	Fca. de muebles	Ferreterías	Bazar	Juguetería colillon	Vta. maquinas de coser	Vta. Material artefactos a gas	Vta. serv. Computadoras	Total
1	Las Flores	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
2	San Carlos	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
3	Centro	3	2	0	1	1	0	1	1	0	9
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Pilar	1	0	0	2	0	1	0	0	1	5
7	Independiente	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Lucotti	0	0	0	1	0	0	1	0	1	3
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	4	3	1	5	2	1	2	1	2	21

Localidades	Artículos del hogar	Mueblería	Fca. de muebles	Ferreterías	Bazar	Juguetería colillon	Vta. Maquinas de coser	Vta. Material artefactos a gas	Vta. serv. Computadoras	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Total Encuesta	4	3	1	5	2	1	2	1	2	21
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Librerías, Fotocopiadoras

Nº	Barrio	Librerías Fotocopiadoras	Imprenta *	Total
1	Las Flores	0	0	0
2	San Carlos	2	1	3
3	Centro	1	0	1
4	San Jose	0	0	0
5	La Loma	0	0	0
6	Pilar	1	1	2
7	Independiente	0	1	1
8	Barraca	0	0	0
9	Alem	0	0	0
10	Lucotti	1	0	1
11	La Cumparsita	0	0	0
12	Dieta	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0
	Total Ciudad	5	3	8

Localidades	Librerías Fotocopiadoras	Imprenta *	Total
La Luisa	0	0	0
Total Localidades	0	0	0

Total Encuesta	5	3	8
-----------------------	----------	----------	----------

Nota: * actividades clasificadas como industriales.

7. Sub-agrupamiento construcción

Los establecimientos del sub-agrupamiento se distribuyen mayoritariamente en los barrios Centro (3 locales), San Carlos (2 locales), Lucotti (2 locales) y La Cumparsita (2 locales). Solo un local se localiza en los barrios Pilar (pinturería), Alem (pinturería) y Dieta (carpintería), siendo inexistentes en los otros barrios.

La presencia en barrios residenciales de locales de herrerías, carpinterías, fábrica de mosaicos etc., determina la necesidad de orientar la localización de estas actividades, donde otras alternativas pueden ser superadoras para objetivos propios, además de mejorar la calidad ambiental del entorno barrial, evitando movimientos de camiones con carga pesada, ruidos molestos y otros trastornos propios de la actividad.

La Luisa no registra actividades del sub-agrupamiento.

8. Sub-agrupamiento comercios varios

La gran mayoría de los rubros de este sub-agrupamiento se localizan en los barrios Centro (5 locales), San José (4 locales) y Pilar (4 locales). Solo unos pocos locales se localizan en los barrios Alem (2 locales), Lucotti (2 locales), Dieta (2 locales), Las Flores (1 local), San Carlos (1 local), La Cumparsita (1 local) y Ruta 8 (1 local), siendo nula la presencia de locales en el resto de los barrios.

La localidad de La Luisa presenta 2 locales del sub-agrupamiento, un vivero y una lonería.

9. Sub-agrupamiento venta de vehículos y repuestos

Los establecimientos del sub-agrupamiento se distribuyen mayoritariamente en los barrios Centro (4 locales), San Carlos (3 locales) y Pilar (3 locales), siendo en su mayoría locales de venta de vehículos. Solo unos pocos locales se localizan en los barrios Lucotti (2 locales), Ruta 8 (2 locales), Independiente (1 local) y Alem (1 local), siendo inexistentes en los otros barrios.

La Luisa carece de locales del sub-agrupamiento.

10. Sub-agrupamiento servicios al automotor

Dentro del Agrupamiento de Servicios Generales, en el caso de los servicios al automotor, se observa una mayor localización en los barrios San Carlos (10 locales), Centro (8 locales) y Lucotti, siendo en su mayoría talleres mecánicos.

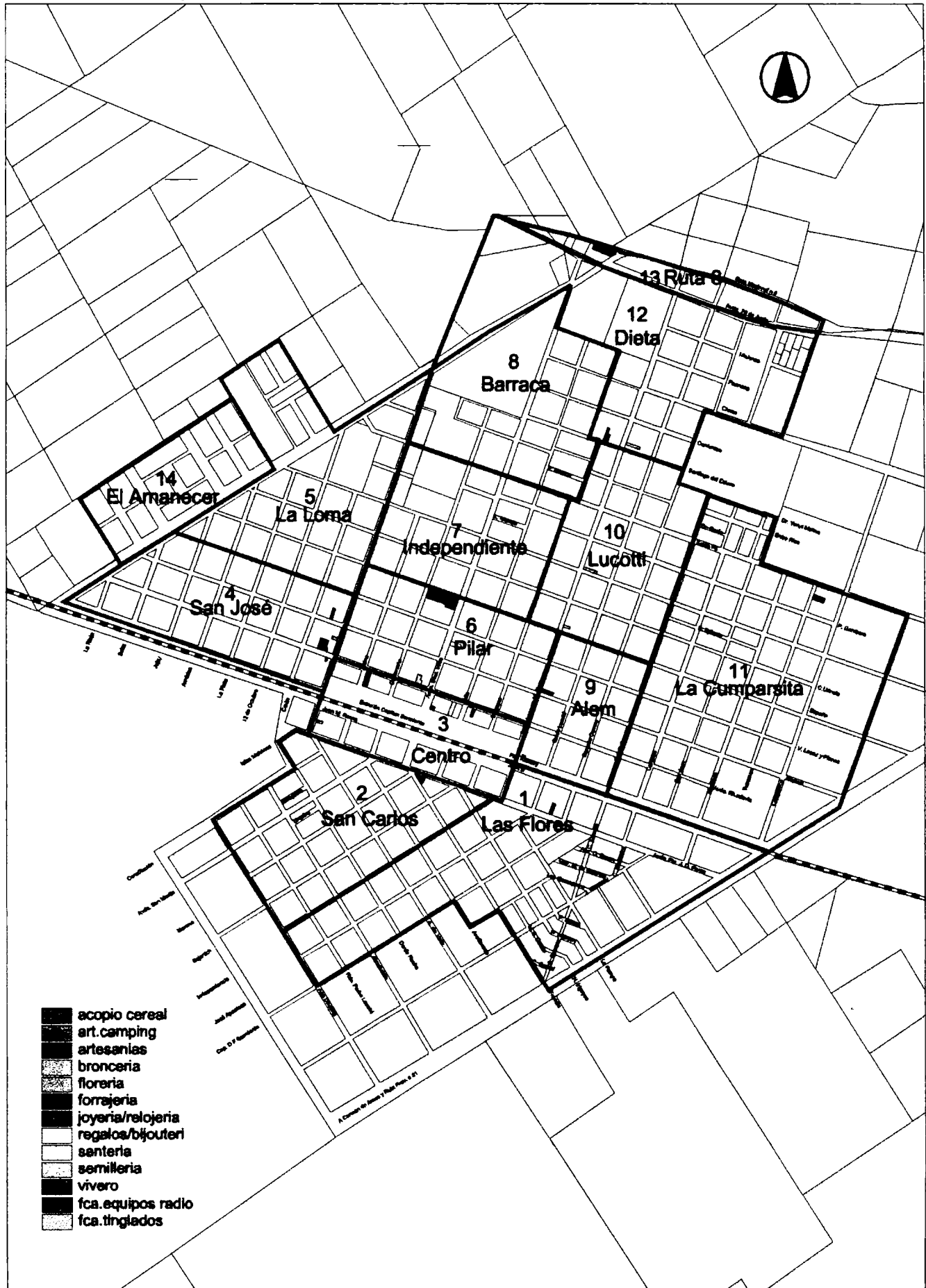
La localización de talleres de servicio al automotor en la ciudad, si bien no representa un problema grave para Capitán Sarmiento, surge como necesaria una reflexión sobre la localización adecuada y la calidad ambiental en sectores netamente residenciales, procurando evitar intensos movimientos de vehículos, ruidos molestos y otros trastornos propios de estas actividades.

En la localidad de La Luisa se encuentran 3 locales del sub-agrupamiento: un taller mecánico, una gomería y una estación de servicio.

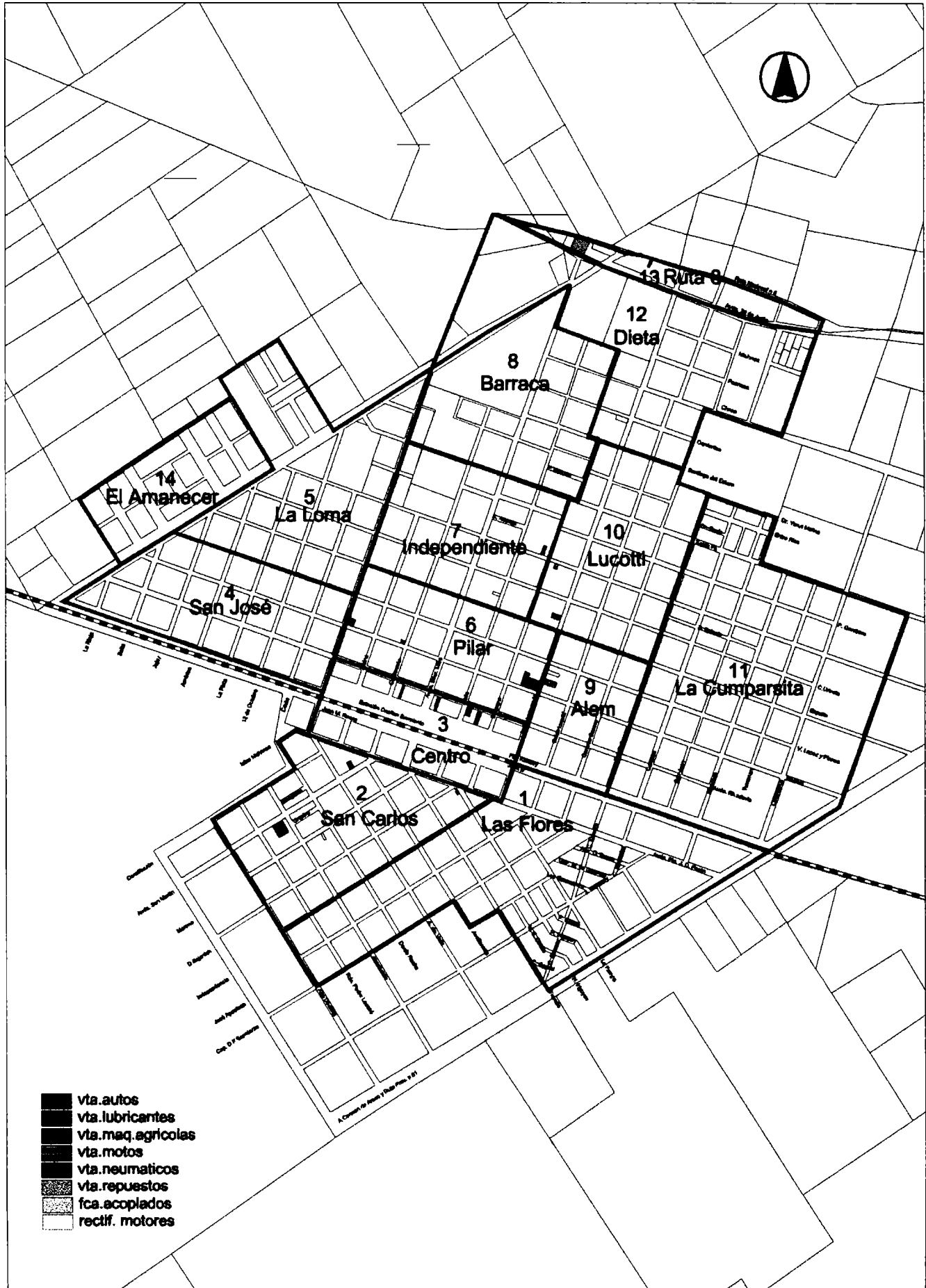
Ciudad de Capitán Sarmiento: 7. Construcción



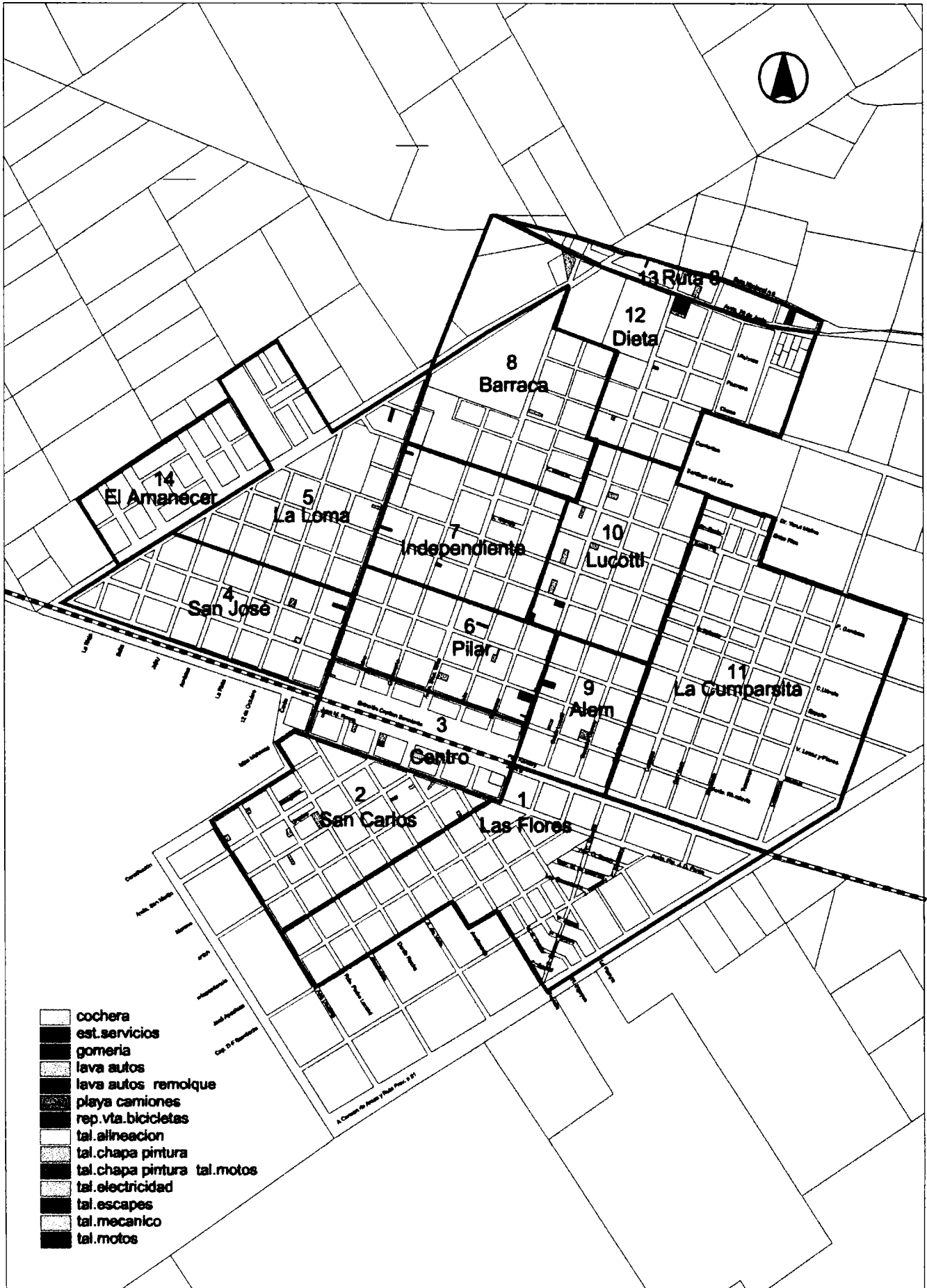
Ciudad de Capitán Sarmiento: 8. Comercios varios



Ciudad de Capitán Sarmiento: 9. Venta de vehículos y repuestos



Ciudad de Capitán Sarmiento: 10. Servicios al automotor



Sub-agrupamiento: Construcción

N°	Barrio	Mat. de Construcción	Fca. Mosalcos*	Fca. Aberturas	Carpinterías*	Pinturerías	Vidrierías	Herrerías*	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0
2	San Carlos	0	1	1	0	0	0	0	2
3	Centro	1	0	0	1	0	1	0	3
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Pilar	0	0	0	0	1	0	0	1
7	Independiente	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	0	0	0	1	0	0	1
10	Lucotti	0	0	0	1	0	0	1	2
11	La Cumparsita	0	0	0	1	0	0	1	2
12	Dieta	0	0	0	1	0	0	0	1
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	1	1	1	4	2	1	2	12

Localidades	Mat. de Construcción	Fca. Mosalcos*	Fca. Aberturas	Carpinterías*	Pinturerías	Vidrierías	Herrerías*	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0

Total encuesta	1	1	1	4	2	1	2	12
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Varios

N°	Barrio	Joyería relojería	Regalos bijouterie	Florerías	Art. pesca camping	Artesanías	Santerías	Viveros	Acopio de cereal	Lonerías	Broncerías	Semilleras	Forrajerías	Fca. Tinglados	Fca. Equi. Radio	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2	San Carlos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
3	Centro	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	5
4	San Jose	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Pilar	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4
7	Independiente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
10	Lucotti	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	4	3	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	23

Localidades	Joyería relojería	Regalos bijouterie	Florerías	Art. pesca camping	Artesanías	Santerías	Viveros	Acopio de cereal	Lonerías	Broncerías	Semilleras	Forrajerías	Fca. Tinglados	Fca. Equi. Radio	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2

Total encuesta	4	3	1	2	1	1	3	3	1	1	1	2	1	1	25
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Nota: * actividades clasificadas como industriales.

Sub-agrupamiento: Venta de vehículos y Repuestos

Nº	Barrio	Vta. de autos	Vta. Neumáticos	Vta. Repue. y autopartes	Vta. lubricantes	Vta. motos	Vta. Maquinaria agrícola	Fca. acoplados *	Rectific. motores *	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	San Carlos	1	0	1	1	0	0	0	1	4
3	Centro	2	1	0	0	1	0	0	0	4
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Pilar	2	1	0	0	0	0	0	0	3
7	Independiente	1	0	0	0	0	0	0	1	2
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	0	1	0	0	0	0	1	2
10	Lucotti	1	0	1	0	0	0	0	0	2
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	1	1
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	1	1	0	2
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	7	2	3	1	1	1	1	4	20

Localidades	Vta. de autos	Vta. Neumáticos	Vta. Repue. y autopartes	Vta. lubricantes	Vta. motos	Vta. Maquinaria agrícola	Fca. acoplados *	Rectific. motores *	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Total encuesta	7	2	3	1	1	1	1	4	20
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Servicios al Automotor

	Taller mecánico	Taller chapa pintura	Taller alineación	Taller escapes	Taller electricidad	Repuestos de motos	Repuestos bicicletas	Gomeras	Lavadero de autos	Estación de servicio	Cocheras	Remolques	Playa camiones	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	San Carlos	6	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	9
3	Centro	3	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	8
4	San Jose	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3
5	La Loma	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
6	Pilar	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	1	0	6
7	Independiente	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	3
8	Barraca	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
9	Alem	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
10	Lucotti	5	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	8
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	2	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	6
13	Ruta 8	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	4
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	21	5	1	1	3	4	6	3	4	2	1	1	53

Localidades	Taller mecánico	Taller chapa pintura	Taller alineación	Taller escapes	Taller electricidad	Repuestos de motos	Repuestos bicicletas	Gomeras	Lavadero de autos	Estación de servicio	Cocheras	Remolques	Playa camiones	Total
La Luisa	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	3
Total Localidades	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	3

Total Encuesta	22	5	1	1	1	3	4	7	3	5	2	1	1	56
-----------------------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Nota: * actividades clasificadas como industriales.

11. Sub-agrupamiento peluquerías, reparaciones

En el caso de las peluquerías se localizan mayoritariamente en los barrios Pilar (4 locales), Las Flores (3 locales) y Alem (2 local). Solo un local se encuentra en los barrios San Carlos, Centro, San José, La Loma, Lucotti y La Cumparsita, siendo inexistentes en el resto de los barrios.

La cantidad de habitantes por establecimiento es baja en los barrios Las Flores (425 habitantes por peluquería), Centro (318 habitantes por peluquería), Pilar (182 habitantes por peluquería) y Alem (299 habitantes por peluquería), respecto del promedio de Capitán Sarmiento (708 habitantes por peluquería).

El resto de los rubros del sub-agrupamiento se distribuyen en mayor medida en los barrios San Carlos (4 locales), Pilar (4 locales), Lucotti (3 locales) e Independiente (3 locales), siendo menor la presencia de locales en el resto de los barrios de la ciudad, a excepción de Ruta 8 y El Amanecer que carecen de locales.

En La Luisa no hay actividades del sub-agrupamiento.

12. Sub-agrupamiento: Hoteles y Transportes

Dentro del Agrupamiento Hoteles, Transporte y Comunicaciones, en el caso del sub-agrupamiento Hoteles y Transporte, el 63% de la oferta se localiza en los barrios Pilar (10 locales) y Lucotti (7 locales), donde se observa un predominio de agencias de lotería, en el primero y de agencias de taxi y remisaje, en el segundo. En menor medida aparecen locales en los barrios San Carlos (3 locales), Centro (3 locales) y Las Flores (2 locales). Solo un local existe en los barrios San José y Ruta 8, una agencia de taxi y remisaje y un hotel, respectivamente.

En la localidad de La Luisa se encuentra solo un local del sub-agrupamiento, perteneciente a una distribuidora de electricidad.

13. Sub-agrupamiento: Deportes y Gimnasia

Los locales de deportes se encuentran en los barrios Las Flores, con un natatorio y un gimnasio y Centro, con 2 gimnasios. Solo un local tienen los barrios Pilar, Independiente y Barraca, todos con un espacio para la práctica de paddle-fútbol-tenis.

La Luisa carece de locales del sub-agrupamiento.

14. Sub-agrupamiento: Videos y Juegos Electrónicos

Del sub-agrupamiento, solo se encuentra un local de video en los barrios San Carlos y Pilar, y un video juego en el barrio Centro, siendo inexistentes en el resto de los barrios.

La Luisa carece de locales del sub-agrupamiento.

15. Sub-agrupamiento: Recreación y Fiestas

Los locales de este sub-agrupamiento se concentran mayoritariamente en el barrio Centro (5 locales), que cuenta actividades propias de una centralidad: 2 clubes, 2 confiterías bailables y un cine. Otros barrios con presencia de actividades recreativas son: San Carlos (un club y una

confitería bailable), Independiente (2 clubes), La Loma, Pilar y La Cumparsita (un club cada uno). El resto de los barrios carecen de locales del sub-agrupamiento.

En La Luisa solo se encuentra un club.

16. Sub-agrupamiento: Actividades Financieras, Intermediaciones

Dentro del agrupamiento Servicios Sociales y Personales, en el caso del sub-agrupamiento Actividades Financieras e Intermediaciones, la mayor parte de la oferta se localiza en los barrios Centro (5 locales) y Pilar (4 locales), donde se observa un predominio de bancos, en el primero y de empresas de seguros, en el segundo. En menor grado, aparecen locales en el barrio San Carlos (2 locales). Solo un local aparece en los barrios La Loma, Barraca y Alem, una empresa de seguridad, un servicio agropecuario y una inmobiliaria, respectivamente.

La Luisa carece de locales de Actividades Financieras e Intermediaciones.

17. Sub-agrupamiento: Servicios Técnicos Profesionales

Los locales del sub-agrupamiento Servicios Técnicos Profesionales se concentran en el barrio San Carlos (16 locales) y Pilar (11 locales), donde se presentan una gran variedad de servicios profesionales: estudios jurídicos, estudios contables, etc. Otros barrios con presencia de Servicios Técnicos Profesionales son: Centro (5 locales), Lucotti (5 clubes), La Loma (un local), Independiente (un local), Alem (un local) y Dieta (un local). El resto de los barrios carecen de locales del sub-agrupamiento.

En La Luisa solo se encuentran 2 estudios de arquitectura-ingeniería.

18. Sub-agrupamiento: Servicios Sociales y de Salud

Dentro del Sub-agrupamiento Servicios Sociales y de Salud el 72,5% de la oferta se localiza en los barrios Centro (12 locales), San Carlos (9 locales) y Pilar (8 locales), donde se observa una concentración de actividades del sub-agrupamiento.

En el caso particular de los consultorios médicos (clínicos, cirujanos, pediatras, ginecólogos, etc.), se localizan mayoritariamente en los barrios Pilar (7 locales) y Centro (4 locales). Por otro lado, la cantidad de habitantes por establecimiento es baja en los barrios Centro (53 habitantes por consultorio), Pilar (91 habitantes por consultorio), y San Carlos (192 habitantes por consultorio), que se encuentran por debajo del promedio de la ciudad (394 habitantes por consultorios). Muchos otros barrios de la ciudad carecen de consultorios médicos, siendo también este caso un ejemplo del costo social que produce la falta de orientación en la localización de determinadas actividades, aún cuando en algunos de estos barrios de la ciudad existan otros servicios de salud públicos o privados.

Llamativamente en La Luisa no hay actividades del sub-agrupamiento, siendo preocupante la ausencia de servicios asistenciales, principalmente médicos.

18. Sub-agrupamiento: Servicios Varios

Del sub-agrupamiento, solo se encuentra 2 locales en el barrio Dieta y un local en los barrios San José, La Loma, Pilar y Ruta 8, siendo inexistentes en el resto de los barrios.

La Luisa carece de locales del sub-agrupamiento.

19. Agrupamiento Depósitos

En los depósitos se observa una distribución más dispersa en la ciudad, con una mayor localización en los barrios: San José (6 depósitos), Dieta (6 depósitos), Independiente (5 depósitos) y Barraca (5 depósitos). La presencia en barrios residenciales de depósitos de camiones, chatarra, etc. determina otra vez la necesidad de orientar la localización de estas actividades donde otras alternativas pueden ser superadoras para objetivos propios, además de mejorar la calidad ambiental del entorno barrial, evitando movimientos de camiones con carga pesada, ruidos molestos y otros trastornos propios de la actividad.

La Luisa presenta solo un depósito de maquinaria agrícola, en concordancia con el perfil agropecuario de la localidad.

Locales vacíos y galpones

Los locales vacíos son numerosos en Capitán Sarmiento (81 establecimientos), reuniendo los barrios Centro (19 locales), San Carlos (18 locales) y Pilar (15 locales, el 64,2% de los locales vacíos de la ciudad. Otros barrios con presencia de locales vacíos son Alem (9 locales), Lucotti (8 locales), Dieta (7 locales) Las Flores (2 locales), San José (2 locales) e Independiente (un local). En el resto de los barrios la oferta es inexistente.

Los galpones vacíos o sin uso específico, son también numerosos (65 establecimientos), reuniendo los barrios Independiente (11 galpones), San Carlos (9 locales) y Lucotti (7 locales) el 41,5% de la oferta de galpones de la ciudad. Le siguen en orden de importancia los barrios La Loma (6 galpones), Pilar (6 galpones), Dieta (6 galpones), Las Flores (5 galpones), San José (5 galpones) y Centro (5 galpones). La oferta es mínima o inexistente en el resto de los barrios.

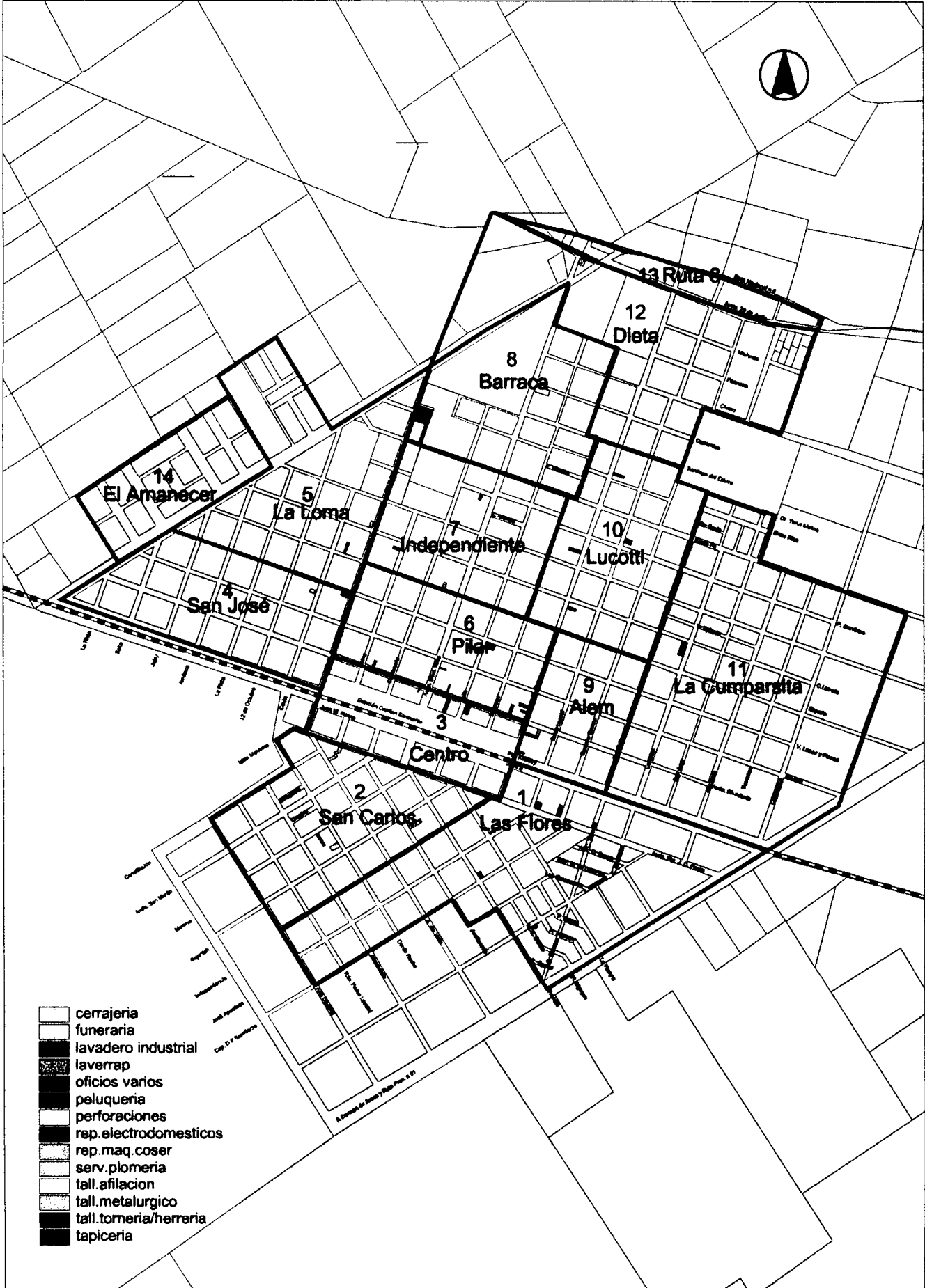
En La Luisa se encuentra solo un local vacío y 28 galpones vacíos o sin un uso definido, vinculados en su mayoría con el perfil agropecuario de la localidad.

Locales vacíos y galpones por barrios de Capitán Sarmiento y Localidades

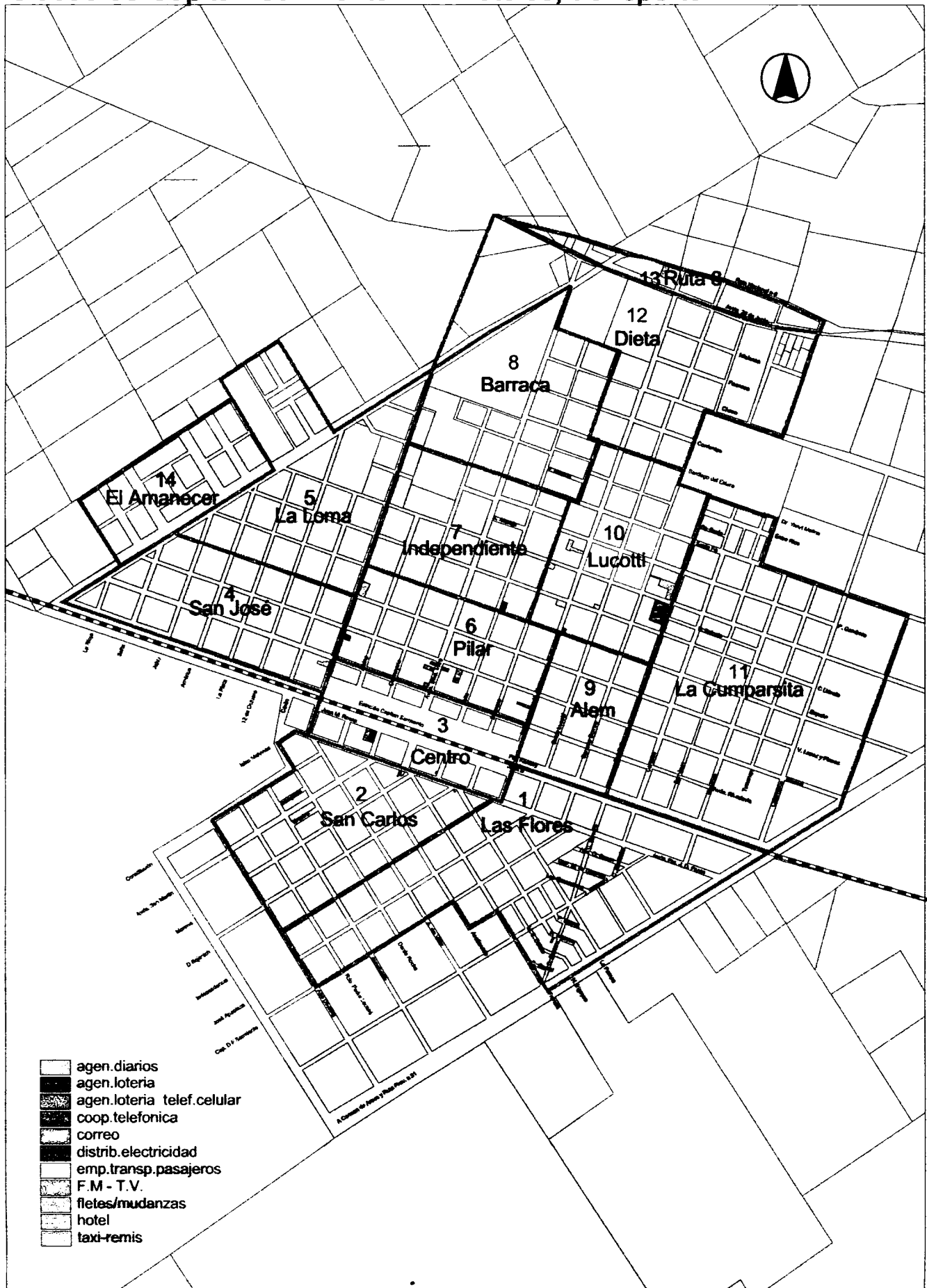
N°	Barrios	Locales vacíos	Galpones
1	Las Flores	2	5
2	San Carlos	18	9
3	Centro	19	4
4	San José	2	5
5	La Loma	0	6
6	Pilar	15	6
7	Independiente	1	11
8	Barraca	0	3
9	Alem	9	2
10	Lucotti	8	7
11	La Cumparsita	0	1
12	Dieta	7	6
13	Ruta 8	0	0
14	El amanecer	0	0
	Total Ciudad	81	65

Localidades	Locales Vacíos	Galpones
La Luisa	1	28

Ciudad de Capitán Sarmiento: 11. Peluquerías, reparaciones



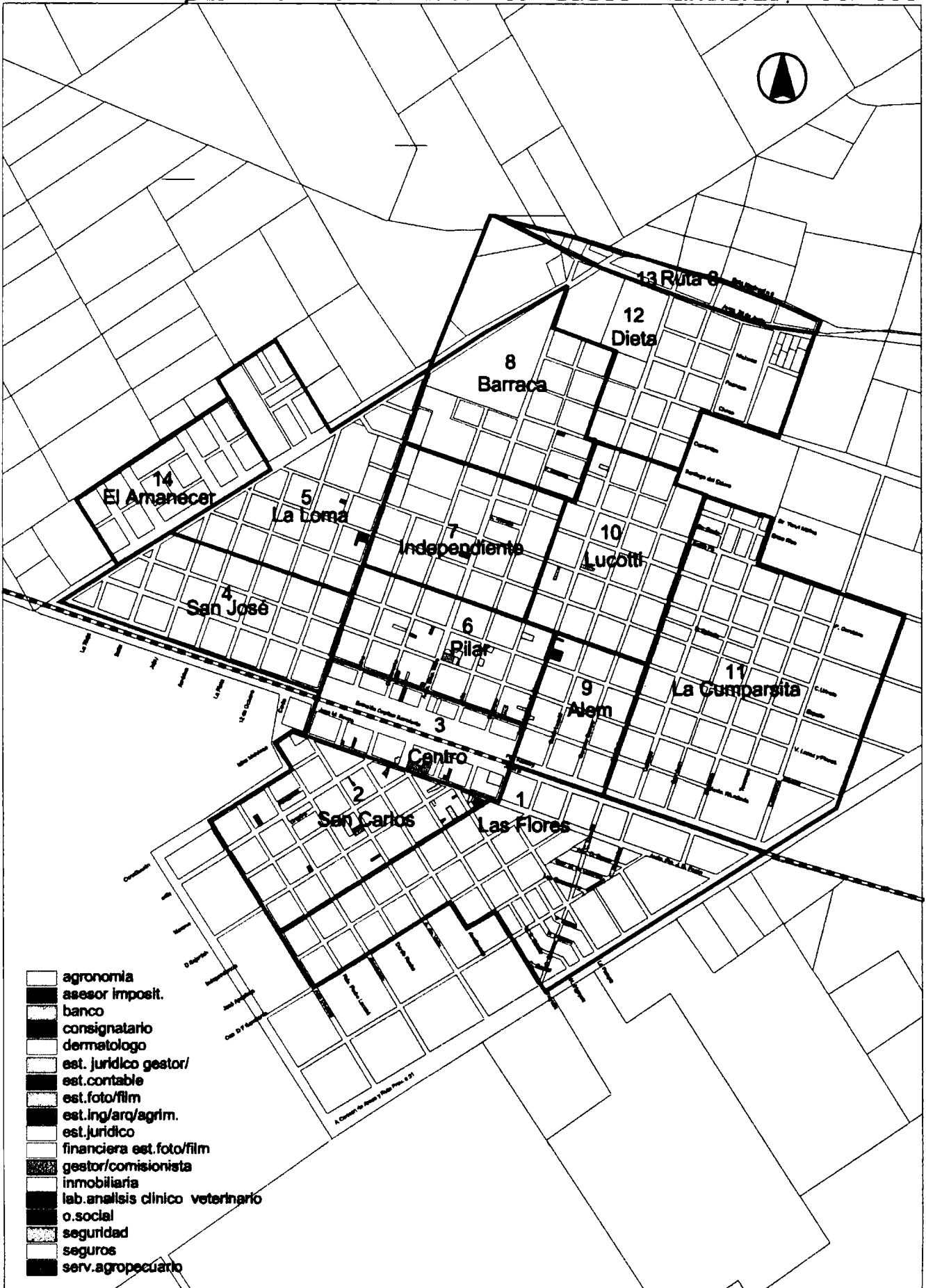
Ciudad de Capitán Sarmiento: 12. Hoteles, transporte



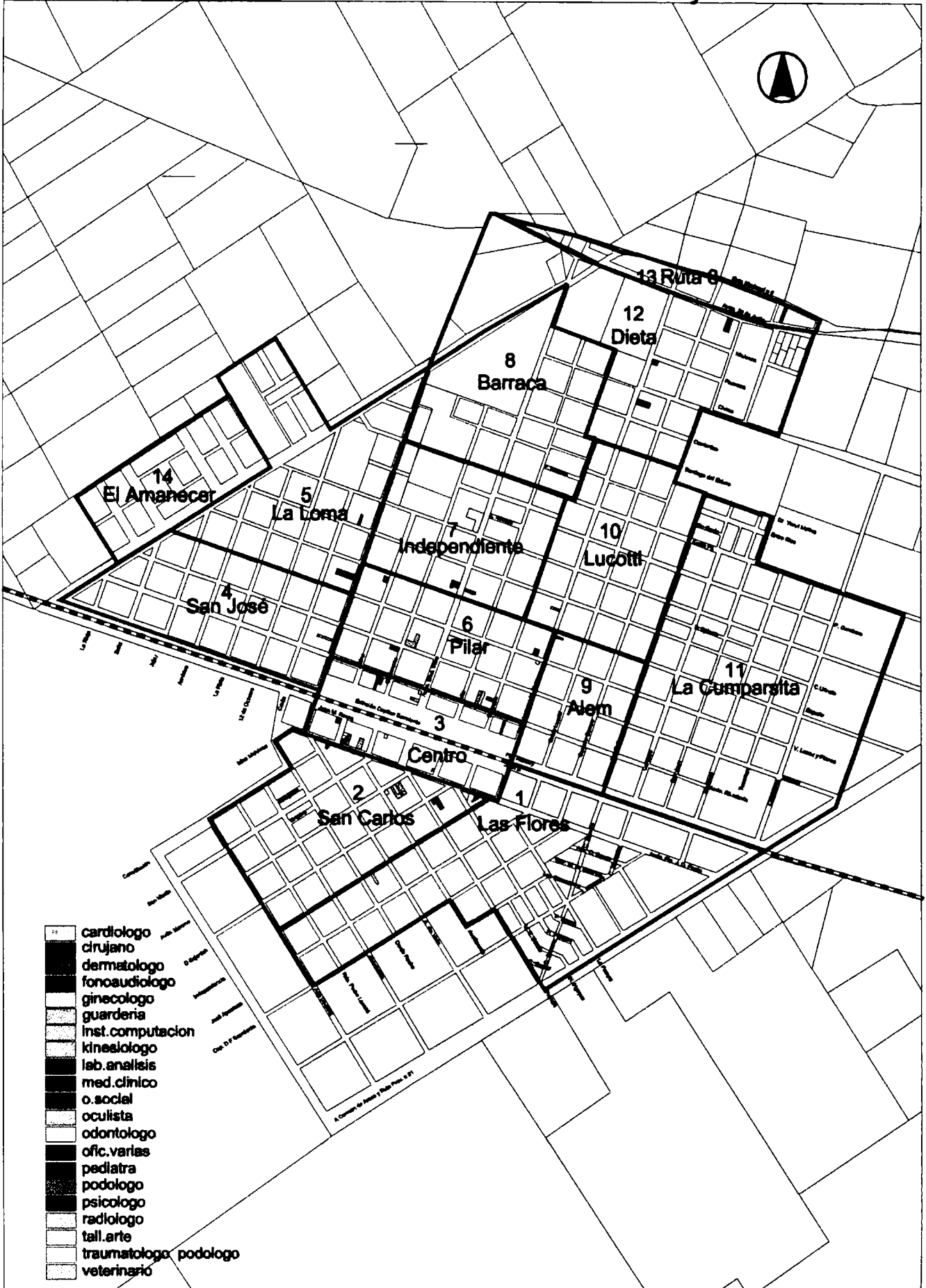
Ciudad de Capitán Sarmiento: 13/14/15 Deportes, Videos y Recreación



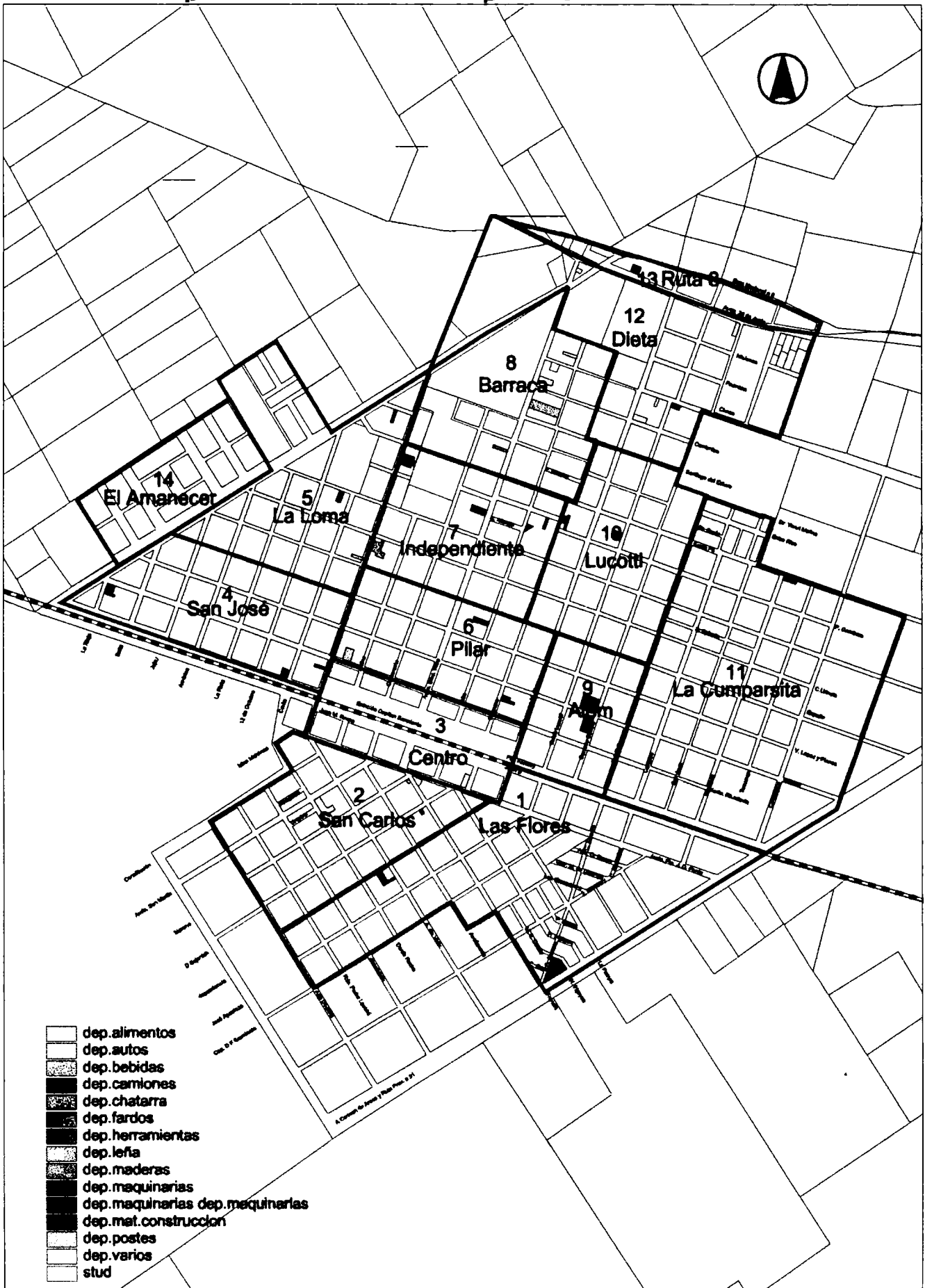
Ciudad de Capitán Sarmiento: 16/17 Actividades financieras, Técnicos



Ciudad de Capitán Sarmiento: 18/19 Serv. Sociales y Serv. varios



Ciudad de Capitán Sarmiento: 20 Depósitos



Ciudad de Capitán Sarmiento: Locales vacíos y galpones por parcela



Sub-agrupamiento: Peluquerías, Reparaciones

N°	Barrio	Peluquerías	Funerarias	Laverap	Lavadero industrial	Rep. Maq. Coser	Reparación de electrodom.	Taller torn. Herrería	Cerrajería	Tapicería	Taller afiliación	Taller soldadura	Serv. Plomería	Perforaciones	Oficio varios	total
1	Las Flores	3	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5
2	San Carlos	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5
3	Centro	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
4	San Jose	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
5	La Loma	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
6	Pilar	4	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	0	0	8
7	Independiente	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3
8	Barraca	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
9	Alem	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3
10	Lucotti	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4
11	La Cumparsita	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	15	3	1	1	1	4	4	1	3	1	1	1	1	2	39

Localidades	Peluquerías	Funerarias	Laverap	Lavadero industrial	Rep. Maq. Coser	Reparación de electrodom.	Taller torn. Herrería	Cerrajería	Tapicería	Taller afiliación	Taller soldadura	Serv. Plomería	Perforaciones	Oficio varios	total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Encuesta	15	3	1	1	1	4	4	1	3	1	1	1	1	2	39

Sub-agrupamiento: Hoteles, Transporte y Comunicaciones

N°	Barrio	Hotel	Agencia lotería	Telefonía celular	Coop. Telefonica	Distribuid. Electricidad	Dist. y vta. Diarios	Taxis remisse	Empresa transporte pasajeros	Fletes mudanzas carga	Correo	F.M. T.V.	Total
1	Las Flores	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2
2	San Carlos	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	3
3	Centro	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Pilar	0	3	1	1	0	1	1	0	1	1	1	10
7	Independiente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Lucotti	0	1	0	0	1	0	3	0	2	0	0	7
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Ruta 8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	1	5	1	3	2	1	7	1	3	1	2	27

Localidades	Hotel	Agencia lotería	Telefonía celular	Coop. Telefonica	Distribuid. Electricidad	Dist. y vta. Diarios	Taxis remisse	Empresa transporte pasajeros	Fletes mudanzas carga	Correo	F.M. T.V.	Total
La Luisa	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Total Localidades	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1

Total Encuesta	1	5	1	3	2	1	7	1	3	1	2	28
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-agrupamiento: Deportes y Gimnasia

N°	Barrio	Paddle futbol tenis	Natatorio confiteria	Gimnasio	Total
1	Las Flores	0	1	1	2
2	San Carlos	0	0	0	0
3	Centro	0	0	2	2
4	San Jose	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	0	0
6	Pilar	1	0	0	1
7	Independiente	1	0	0	1
8	Barraca	1	0	0	1
9	Alem	0	0	0	0
10	Lucotti	0	0	0	0
11	La Cumparsita	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0
	Total Ciudad	3	1	3	7

Localidades	Paddle futbol tenis	Natatorio confiteria	Gimnasio	Total
La Luisa	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0
Total Encuesta	3	1	3	7

Sub-agrupamiento: Videos, Juegos electrónicos

N°	Barrio	Video club	Video juego	Total
1	Las Flores	0	0	0
2	San Carlos	1	0	1
3	Centro	0	1	1
4	San Jose	0	0	0
5	La Loma	0	0	0
6	Pilar	1	0	1
7	Independiente	0	0	0
8	Barraca	0	0	0
9	Alem	0	0	0
10	Lucotti	0	0	0
11	La Cumparsita	0	0	0
12	Dieta	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0
	Total Ciudad	2	1	3

Localidades	Video club	Video juego	Total
La Luisa	0	0	0
Total Localidades	0	0	0
Total Encuesta	2	1	3

Sub-agrupamiento: Recreación y Fiestas

N°	Barrio	Cine	Club	Confitería bailable	Total
1	Las Flores	0	0	0	0
2	San Carlos	0	1	1	2
3	Centro	1	2	2	5
4	San Jose	0	0	0	0
5	La Loma	0	1	0	1
6	Pilar	0	1	0	1
7	Independiente	0	2	0	2
8	Barraca	0	0	0	0
9	Alem	0	0	0	0
10	Lucotti	0	0	0	0
11	La Cumparsita	0	1	0	1
12	Dieta	0	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0
	Total Ciudad	1	8	3	12

Localidades	Cine	Club	Confitería bailable	Total
La Luisa	0	1	0	1
Total Localidades	0	1	0	1

Total encuesta	1	9	3	13
-----------------------	----------	----------	----------	-----------

Sub-Agrupamiento: Actividades financieras

N°	Barrio	Inmobilia rias	Servicio agropec uario	Consigna tario	Bancos	Asegura dora	Financie ras	Seguir dad	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0
2	San Carlos	1	0	0	0	0	1	0	2
3	Centro	0	0	1	2	1	1	0	5
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	0	0	0	0	1	1
6	Pilar	1	0	0	1	2	0	0	4
7	Independiente	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Barraca	0	1	0	0	0	0	0	1
9	Alem	1	0	0	0	0	0	0	1
10	Lucotti	0	0	0	0	0	0	0	0
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	3	1	1	3	4	1	1	14

Localidades	Inmobilia rias	Servicio agropec uario	Consigna tario	Bancos	Asegura dora	Financie ras	Seguir dad	Total
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0

Total Encuesta	3	1	1	3	4	1	1	14
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Sub-Agrupamiento Servicios Técnicos Profesionales

N°	Barrio	Estudio Jurídico	Estudio Arq. Ing.	Estudio contable	Gestor	Veterinarias	Agronomía	Asesor Impositivo	Estudio foto film	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	San Carlos	2	3	5	2	1	1	0	2	16
3	Centro	1	0	2	0	1	0	0	1	5
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	0	1	0	0	0	0	0	1
6	Pilar	5	2	0	1	1	0	1	1	11
7	Independiente	0	0	0	1	0	0	0	0	1
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	0	0	1	0	0	0	0	0	1
10	Lucotti	2	0	0	1	1	1	0	0	5
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	1	0	0	0	1
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	10	5	9	5	5	2	1	4	41

Localidades	Estudio Jurídico	Estudio Arq. Ing.	Estudio contable	Gestor	Veterinarias	Agronomía	Asesor Impositivo	Estudio foto film	Total
La Luisa	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Total Localidades	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Total Encuesta	10	7	9	5	5	2	1	4	43

Sub-Agrupamiento Servicios Sociales, Salud, Educación

N°	Barrio	Obra social	Med. clinico	Cirujano	Psicologo	Dermatologo	Traumatologo	Cardiologo	Pediatra	Ginecologo	Radiologo	Oculista	Odentologo	Fonoaudiologo	Lab. de analisis	Podologo	Kinesio logo	Guarderia	Inst. Comput.	Total
1	Las Flores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
2	San Carlos	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	2	1	0	1	0	9
3	Centro	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	2	0	1	0	2	12
4	San Jose	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	La Loma	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
6	Pilar	0	1	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	8
7	Independiente	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Alem	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
10	Lucotti	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	2	6	1	2	1	2	1	2	3	1	1	6	1	5	2	1	1	2	40

Localidades	Obra social	Med. clinico	Cirujano	Psicologo	Dermatologo	Traumatologo	Cardiologo	Pediatra	Ginecologo	Radiologo	Oculista	Odentologo	Fonoaudiologo	Lab. de analisis	Podologo	Kinesio logo	Guarderia	Inst. Comput.	Total	
La Luisa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total encuesta	2	6	1	2	1	2	1	2	3	1	1	6	1	5	2	1	1	2	40	

Sub-agrupamiento Servicios varios

N°	Barrio	Taller arte	Ofic. varias	Total
1	Las Flores	0	0	0
2	San Carlos	0	0	0
3	Centro	0	0	0
4	San Jose	1	0	1
5	La Loma	0	1	1
6	Pilar	0	1	1
7	Independiente	0	0	0
8	Barraca	0	0	0
9	Alem	0	0	0
10	Lucotti	0	0	0
11	La Cumparsita	0	0	0
12	Dieta	0	2	2
13	Ruta 8	0	1	1
14	El amanecer	0	0	0
	total ciudad	1	5	6

Localidades	Taller arte	Ofic. varias	Total
La Luisa	0	0	0
Total Localidades	0	0	0

Total Encuesta	1	5	6
-----------------------	----------	----------	----------

Agrupamiento: Depósitos

N°	Barrio	Dep. de autos	Dep. de camiones	Dep. Mat. Contrucción	Dep. de leña	Dep. Maq. Agrícola	Dep. Comestibles	Dep. de poste	Dep. Art. varios	Dep. de chatarra	Dep. Fardos	Dep. Herramientas	Dep. Bebidas	Dep. Maderas	Stud	Total
1	Las Flores	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
2	San Carlos	1	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4
3	Centro	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
4	San Jose	0	1	0	0	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	6
5	La Loma	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	3
6	Pilar	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
7	Independiente	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	5
8	Barraca	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	5
9	Alem	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
10	Lucotti	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
11	La Cumparsita	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
12	Dieta	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	1	6
13	Ruta 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
14	El amanecer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	1	2	1	1	10	2	1	9	5	1	5	1	2	2	43

Localidades	Dep. de autos	Dep. de camiones	Dep. Mat. Contrucción	Dep. de leña	Dep. Maq. Agrícola	Dep. Comestibles	Dep. de poste	Dep. Art. varios	Dep. de chatarra	Dep. fardos	Dep. Herramientas	Dep. Bebidas	Dep. Maderas	Stud	Total
La Luisa	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total Localidades	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Total Encuesta	1	2	1	1	11	2	1	9	5	1	5	1	2	2	44
-----------------------	----------	----------	----------	----------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

Total Localidades	1	28
Total Encuesta	82	93

En síntesis, en la ciudad de Capitán Sarmiento se registran 524 locales, distribuidos en 239 establecimientos comerciales y 285 de servicios privados, más 81 locales vacíos y 65 galpones, que hacen un total de 670 locales. El promedio global de habitantes por local (incluye galpones y locales vacíos) es de 15,8 habitantes/local, que asciende a 20,3 habitantes/local si no consideramos a los galpones y los locales vacíos.

Estos indicadores muestran el enorme peso específico que tiene la localización de establecimientos comerciales y de servicios en la ciudad cabecera del partido.

En la ciudad de Capitán Sarmiento, los barrios Centro y Pilar se destacan significativamente del resto por su mayor oferta de comercios y servicios comerciales. En estos barrios, donde se desarrolla la principal zona comercial de la ciudad, se observa la mayor concentración de locales, particularmente sobre las avenidas Pte. Perón y Rivadavia respectivamente, entre avenidas L. N. Alem y Roque Saenz Peña.

En el barrio Centro se localizan el 17,9% de los locales de la ciudad (120), con el 21,8% de los comercios (52), el 15,8% de los servicios (45), el 23,5% de los locales vacíos (19) y el 6,1% de los galpones (4), siendo el promedio del barrio de 2,6 habitantes/local, que asciende a 3,3 habitantes/local si consideramos solo a los comercios y los servicios comerciales.

En el barrio Pilar se localizan el 17,6% de los locales de la ciudad (118), el 18% son comercios (43), el 18,9% servicios (54), el 18,5% locales vacíos (15) y el 9,2% galpones (6), siendo el promedio del barrio de 6,2% habitantes/local (7,5 habitantes/local de comercios y servicios).

En segunda instancia, aparecen los barrios San Carlos y Lucotti con el 14,9% (100) y el 10,4% (70) de los locales, respectivamente.

En el barrio San Carlos el 9,2% son comercios (22), el 17,9% servicios (51), el 22,2% locales vacíos (18) y el 13,8% galpones (9), siendo el promedio del barrio de 9,6 habitantes/local (13,1 habitantes/local de comercios y servicios).

En el barrio Lucotti el 10,5% son comercios (25), el 10,5% servicios (30), el 9,9% locales vacíos (8) y el 10,8% galpones (7), siendo el promedio del barrio de 12,6 habitantes/local (16,1 habitantes/local de comercios y servicios).

En el resto de los barrios la presencia de locales es menor al 7%, siendo los barrios de la periferia los que tienen menor oferta: hacia el cuadrante norte: Ruta 8 (13) y Barraca (15), hacia el cuadrante este: La Cumparsita (13) y hacia el cuadrante oeste: El Amanecer (ningún local).

Entre los barrios con una población muy inferior a la de locales se destacan el Centro (17,9% de los locales y el 3% de la población), Pilar (17,6% de los locales y el 6,9% de la población) y San Carlos (14,9% de los locales y el 9% de la población), lo que indica una concentración de la oferta comercial en estos barrios.

En el resto de los barrios la proporción de población alterna valores inferiores y superiores a la de locales. Entre los barrios con una proporción de población superior a la de locales sobresalen La Cumparsita (1,9% de los locales y el 16,8% de la población), Las Flores (4,9% de los locales y 12% de la población), San José (5,1% de los locales y el 11,3% de la población) y La Loma (4,5% de los locales y 10,9% de la población), lo que indica el menor abastecimiento de estos barrios.

La relación entre la proporción de locales y la proporción de población en los barrios, es en general coincidente con los índices de habitantes por locales. La mayor oferta de locales, es decir, los índices más bajos de habitantes por locales, lo tienen los barrios Centro (2,6 habitantes/local), Ruta 8 (2,8 habitantes/local), Pilar (6,2 habitantes/local) y San Carlos (9,6 habitantes/local). Mientras que en valores altos, es decir con escasa oferta, se ubican los barrios La Cumparsita (137 habitantes/local), Las Flores (38,6 habitantes/local), La Loma (38,6 habitantes/local) y San José (34,3 habitantes/local).

Si analizamos la localización de establecimientos discriminados por tipo de actividad: comercios, servicios, locales vacíos y galpones se observan variaciones que caracterizan a los distintos barrios.

La mayor cantidad de comercios se localizan en los barrios Centro (21,8%), Pilar (18%) y Lucotti (10,5%), mientras que la menor cantidad de locales se ubican en los barrios Barraca (0,8%), Ruta 8 (2,5%), Dieta (3,3%) y La Cumparsita (3,8%). No tiene comercios el barrio El Amanecer.

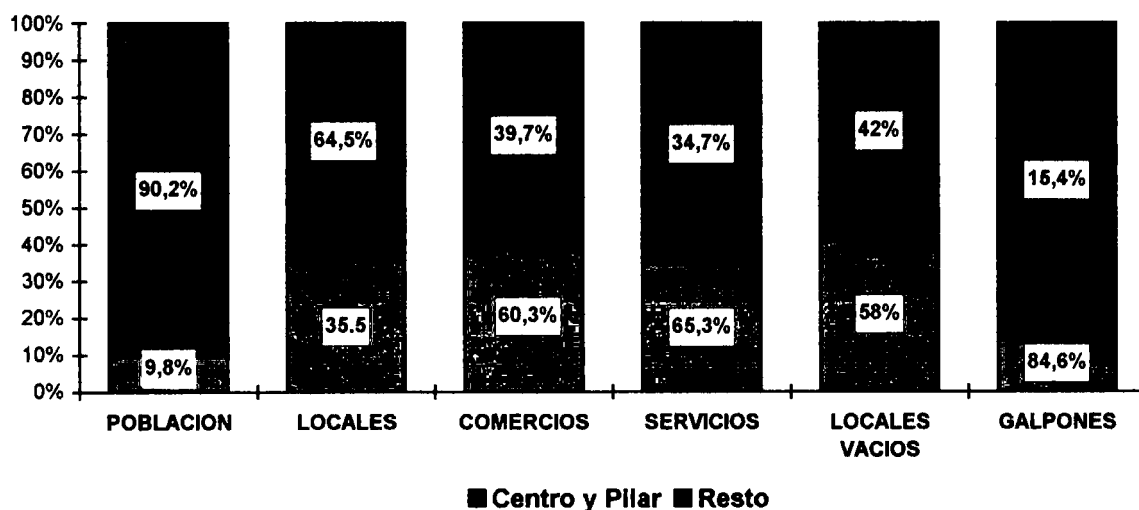
La mayor cantidad de servicios se localizan en los barrios Pilar (18,9%), San Carlos (17,9%), y Centro (15,8%), mientras que la menor cantidad de locales se ubican en los barrios La Cumparsita (1%), Ruta 8 (2,5%), Barraca (3,5%) y Alem (3,9%). No tiene servicios comerciales el barrio El Amanecer.

La mayor cantidad de locales vacíos se concentran en los barrios Centro (23,5%), San Carlos (22,2%), Pilar (18,5%) y Alem (11,1%), en el resto de los barrios la presencia de locales vacíos es menor al 10%, siendo en la mayoría de los casos inexistentes.

Los barrios con mayor cantidad de galpones son Independiente (16,9%), San Carlos (13,8%), y Lucotti (10,8%), mientras que con menor cantidad de galpones aparecen los barrios La Cumparsita (1,5%), Alem (3,1%) y Barraca (4,6%). Carecen de galpones los barrios Ruta 8 y El Amanecer.

De esta manera, el área central, compuesta por los barrios Centro y Pilar se caracterizan por una concentración de la oferta de comercios y servicios comerciales. El resto de los barrios, acusan en diferentes grados una menor oferta comercial, siendo los barrios más alejados del centro los que presentan los mayores déficit, en particular los barrios Ruta 8, Barraca, La Cumparsita y El Amanecer.

El Comercio y los servicios privados
Población y establecimientos por áreas de la ciudad de Capitán Sarmiento



Ciudad de Capitán Sarmiento: Comercios y servicios por manzana



Ciudad de Capitán Sarmiento: Comercios y servicios por parcela



Ciudad de Capitán Sarmiento: Comercios por barrios



Ciudad de Capitán Sarmiento: Comercios por manzana



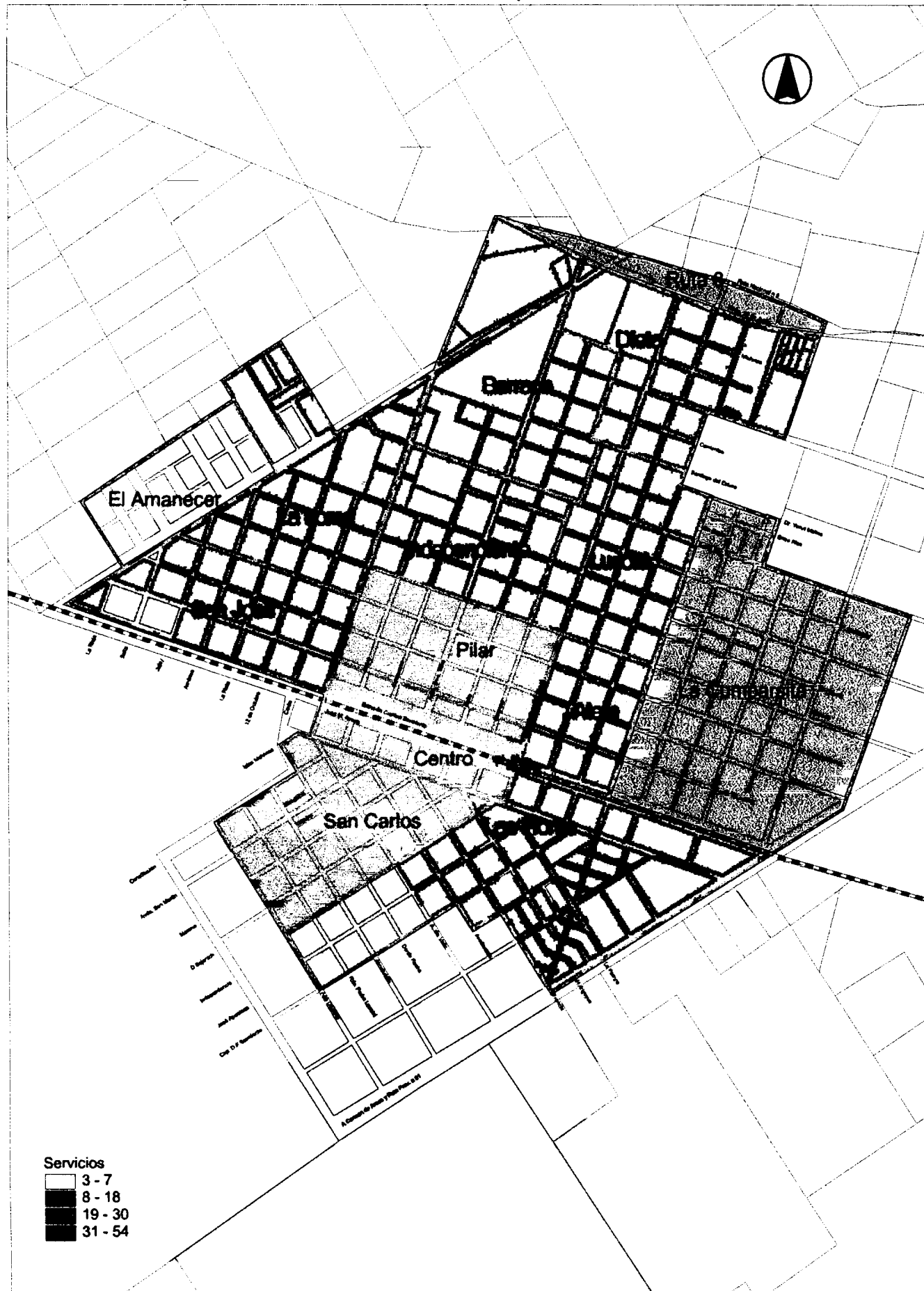
Comercio

White	1 - 2
Light Gray	3 - 4
Medium Gray	5 - 6
Dark Gray	7 - 13

Ciudad de Capitán Sarmiento: Comercios por parcela



Ciudad de Capitán Sarmiento: Servicio por barrios



Ciudad de Capitán Sarmiento: Servicios por manzana



Ciudad de Capitán Sarmiento: Servicios por parcela



Comercios, Servicios, Locales Vacíos y Galpones por Barrios y Localidades

N°	Barrio	Local de Comercio	% total ciudad	% del barrio	Local de Servicios	% total ciudad	% del barrio	Local Vacío	% total ciudad	% del barrio	Galpón	% total ciudad	% del barrio	Total locales	% total ciudad
1	Las Flores	13	5,44	39,39	13	4,56	39,39	2	2,47	6,06	5	7,69	15,15	33	4,93
2	San Carlos	22	9,21	22,00	51	17,89	51,00	18	22,22	18,00	9	13,85	9,00	100	14,93
3	Centro	52	21,76	43,33	45	15,79	37,50	19	23,46	15,83	4	6,15	3,33	120	17,91
4	San Jose	15	6,28	42,86	13	4,56	37,14	2	2,47	5,71	5	7,69	14,29	36	5,22
5	La Loma	11	4,60	36,67	13	4,56	43,33	0	0,00	0,00	6	9,23	20,00	30	4,48
6	Pilar	43	17,99	36,44	54	18,95	45,76	15	18,52	12,71	6	9,23	5,08	118	17,61
7	Independiente	14	5,86	31,82	18	6,32	40,91	1	1,23	2,27	11	16,92	25,00	44	6,57
8	Barraca	2	0,84	13,33	10	3,51	66,67	0	0,00	0,00	3	4,62	20,00	15	2,24
9	Alem	19	7,95	46,34	11	3,86	26,83	9	11,11	21,95	2	3,08	4,88	41	6,12
10	Lucotti	25	10,46	35,71	30	10,53	42,86	8	9,88	11,43	7	10,77	10,00	70	10,45
11	La Cumparsita	9	3,77	69,23	3	1,05	23,08	0	0,00	0,00	1	1,54	7,69	13	1,94
12	Dieta	8	3,35	21,05	17	5,96	44,74	7	8,64	18,42	6	9,23	15,79	38	5,67
13	Ruta 8	6	2,51	46,15	7	2,46	53,85	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	13	1,94
14	El amanecer	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00
	Total Ciudad	239	100,00	35,67	285	100,00	42,54	81	100,00	12,09	65	100,00	9,70	670	100,00

Localidades	Local de Comercio	% total localidad	% del barrio	Local de Servicios	% total localidad	% del localidad	Local Vacío	% total localidad	% del localidad	Galpón	% total localidad	% del localidad	Total locales	% total localidad
La Luisa	9	100,00	19,57	8	100,00	17,39	1	100,00	2,17	28	100,00	60,87	46	100,00
Total Localid.	9	100,00	19,57	8	100,00	17,39	1	100,00	2,17	28	100,00	60,87	46	100,00

Total Encues.	248		34,64	293		40,92	82		11,45	93		12,99	716	
----------------------	------------	--	--------------	------------	--	--------------	-----------	--	--------------	-----------	--	--------------	------------	--

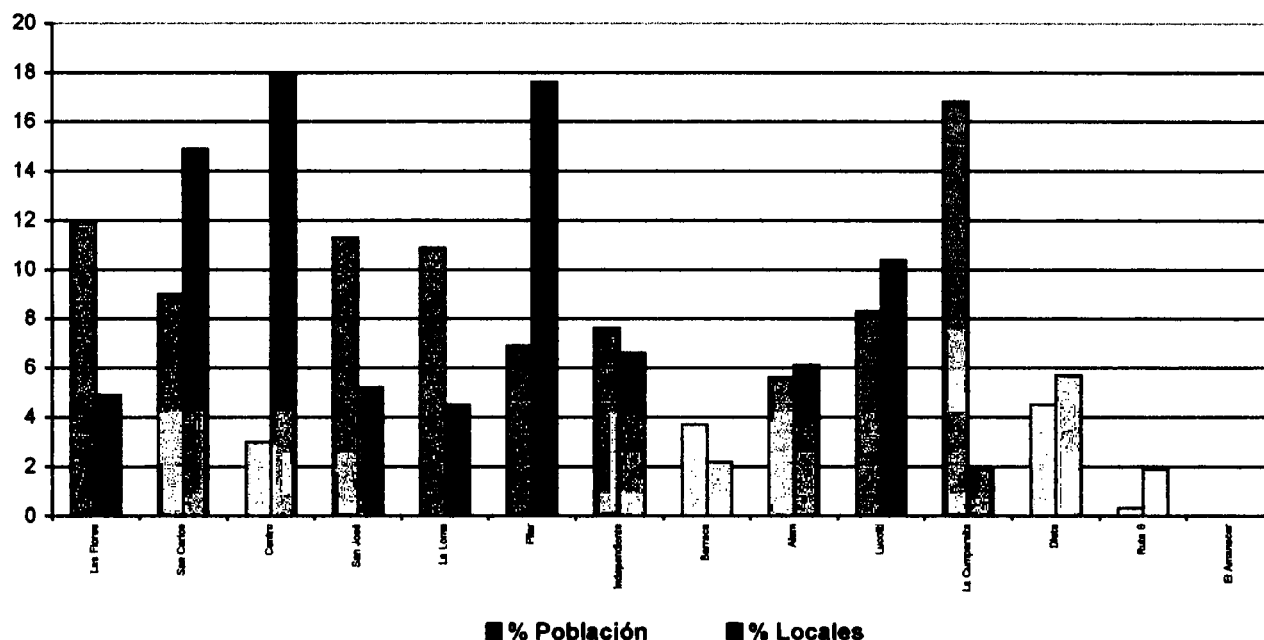
Habitantes por establecimiento en comercios y servicios de demanda barrial

N°	Barrio	Población 2000	Locales Totales	Hab-por Loc. por	Hab. en el To tal loc.	Despensa	Hab. Despensa	Carniceri	Hab. Carniceri	Verduleri	Hab. Verduleri	Panaderia Des. pan	Hab. Panidesp.	Superm	Hab. Sup/autos	Kioscos	Hab. Kiosco	Farmacia	Hab. Farmacia	Peluqueri	Hab. Peluqueri	Consulta rio	Hab. cons Médicos
1	Las Flores	1275	44	29,0	1,7	5	255	1	1275	0	0	0	0	0	0	3	425	1	1275	3	425	2	636
2	San Carlos	960	116	8,3	1,3	0	0	2	480	1	960	2	480	0	0	1	960	1	960	1	960	5	192
3	Centro	318	128	2,5	0,4	3	108	1	318	0	0	2	159	1	318	1	318	1	318	1	318	6	53
4	San Jose	1201	38	31,6	1,6	2	601	1	1201	0	0	1	1201	0	0	4	300	0	0	1	1201	0	0
5	La Loma	1157	33	35,1	1,5	3	386	0	0	0	0	0	0	0	0	3	386	1	1157	1	1157	1	1157
6	Pilar	729	125	5,8	1,0	3	243	2	365	2	365	2	365	3	243	0	0	1	729	4	182	8	91
7	Independiente	806	51	15,8	1,1	2	403	3	269	2	403	2	403	0	0	0	0	0	0	0	0	2	403
8	Barraca	393	18	21,8	0,5	1	393	0	0	0	0	0	0	0	0	1	393	0	0	0	0	0	0
9	Alem	598	45	13,3	0,8	3	199	4	150	1	598	1	598	0	0	2	299	0	0	2	299	0	0
10	Lucotti	886	81	10,9	1,2	2	443	4	222	1	886	2	443	1	886	3	295	1	886	1	886	2	443
11	La Cumparsita	1789	20	89,5	2,4	3	596	0	0	0	0	1	1789	0	0	3	596	0	0	1	1789	0	0
12	Dieta	477	45	10,6	0,6	1	477	0	0	1	477	1	477	0	0	0	0	0	0	0	0	1	477
13	Ruta 8	36	14	2,6	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	36	0	0	0	0	0	0
14	El amanecer	0	0	0,0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total Ciudad	10625	758	14,0	14,0	28	379	18	590	8	1328	14	759	5	2125	22	483	6	1771	15	708	27	394

Localidades	Población 2000	Locales Totales	Hab-por Loc. por b°	Hab. en el To tal loc.	Despensas	Hab. Despensas	Carnicerias	Hab. Carnicerias	Verdulerias	Hab. Verdulerias	Panaderia Des. pan	Hab. Panidesp.	Superm	Hab. Sup/autose	Kioscos	Hab. Kiosco	Farmacias	Hab. Farmacia	Peluqueria	Hab. Peluqueria	Consulta rio	Hab. cons Médicos
La Luisa	249	17	14,6	14,6	1	249	1	249	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Localid.	249	17	14,6	14,6	1	249	1	249	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Total Encues.	10874	775	14,0	14,0	29	375	19	572	8	1359	14	777	5	2175	22	494	6	1812	15	725	27	403
----------------------	--------------	------------	-------------	-------------	-----------	------------	-----------	------------	----------	-------------	-----------	------------	----------	-------------	-----------	------------	----------	-------------	-----------	------------	-----------	------------

El comercio y los servicios privados
Población y locales por barrios de la ciudad de Capitán Sarmiento



En La Luisa se registran solo 17 locales, distribuidos en 9 establecimientos comerciales y 8 servicios privados, más 1 local vacío y 28 galpones, que hacen un total de 46 locales; siendo el promedio de la localidad de 5,4 habitantes/local, que asciende a 14,6 habitantes/local si consideramos solo a los comercios y los servicios comerciales.

Si analizamos la localización de establecimientos discriminados por tipo de actividad se observa que: el 19,5% son comercios, el 17,4% son servicios, el 2,2% son locales vacíos y el 60,9% son galpones.

De esta manera, la localidad de La Luisa se caracteriza por una limitada oferta de comercios y servicios comerciales, acorde con su escasa población urbana (249 habitantes).

Cuadro de situación, factores que inciden en el sector comercial y de servicios

La Cámara de Industria, Comercios, Bienes Raíces y Afines de Capitán Sarmiento, reúne una importante cantidad de establecimientos del Partido, con un aceptable nivel de representatividad y una intensa labor comunitaria, desde su fundación el 2 de agosto de 1958.

Características de los factores negativos que incidirían en el sector

La distorsión en la localización de los comercios, y la falta de parámetros para descubrir los pisos razonables de rentabilidad, producen impredecibles costos sociales, no sólo porque la inversión mal encaminada diluye los escasos ahorros del pequeño inversor; sino porque el centralismo urbano exagerado produce periferia, una periferia sin servicios acordes con la demanda social, elevando en este caso los costos del consumo primario, los tiempos empleados en el traslado y la falta de una competencia que beneficie al vecino.

En general son tres las preocupaciones permanentes del sector en cuestión (además de la caída de las ventas):

- El comercio marginal que perjudica el justo equilibrio en el desarrollo comercial y que requiere del control del Estado y de la colaboración organizada del propio sector.
- El alto costo de los impuestos.
- El alto costo de las tarifas (y la calidad de los servicios).

Le siguen en intensidad de preocupación el costo de la mano de obra, el alto costo de las cargas sociales, el costo mayorista de los propios productos, las altas tasas de los créditos, comparadas con la rentabilidad de la mayoría de las actividades (pues el sector del pequeño y mediano comercio en los últimos años no ha podido acumular capital). Y en determinados productos, la incidencia de los fletes, la política cambiaria (que beneficia a otros rubros) y arancelaria y los elevados porcentajes de comisión que aplican las entidades receptoras de las tarjetas de crédito y la baja capacidad propia de financiamiento inciden en la competitividad.

Un factor concurrente pero característico que se suma es el comercio como blanco de robos, al correr el riesgo de una actividad desarrollada a la vista de todos, requiriendo de una estrecha relación con la Policía de la Provincia de Buenos Aires y un constante seguimiento incluso de las áreas más afectadas.

En los últimos años, el pequeño y mediano comercio local basó su estrategia en la supervivencia, por lo que hoy, para poder crecer o renovarse debe apelar al crédito que aún es caro para la rentabilidad de gran parte del sector y de corto plazo (afirmación aún más evidente al comparar las tasas pasivas con las activas).

Pero los nuevos grandes problemas del pequeño comercio son estructurales y surgen de su tamaño, de su fuerte cultura "individual" en todas las etapas del proceso de comercialización y consumo y fundamentalmente de la ausencia de normas provinciales y municipales que interpreten la importancia social de la micro, pequeña y mediana escala y le permita competir.

Los problemas enunciados que afronta (excesivos costos fijos, alta incidencia de los servicios, dificultades para acceder al crédito, dificultades para financiar las ventas, etc.) lo vuelven poco competitivo ante las nuevas modalidades de venta, con una alta concentración de una oferta lo más variada posible y a precios bajos, muchas veces por debajo de los costos reales, lo que vuelve necesaria, al igual que en otros sectores, ensayar estrategias alternativas con pautas y condiciones diferentes para estas nuevas modalidades de comercio, y un enfoque diferente en la comercialización clásica, incluyendo un rol más comprometido del Estado reflejado en nuevas normas, orientación personalizada, y financiamiento adecuado; y una actitud diferente del pequeño comerciante reflejado en una mayor capacitación, en nuevos mecanismos asociativos en determinadas instancias del proceso para reducir costos (fletes, compras, servicios profesionales, y en algunos casos hasta en las ventas), y en la identificación y utilización de sus propias ventajas competitivas.

En 1985 había en el país 8.482 negocios de autoselección de productos; entre los autoservicios, supermercados e hipermercados concentraban en el país el 34% de las ventas de productos de consumo masivo y en estos diez años crecieron veintiocho puntos porcentuales alcanzando el 61,9% del volumen de ventas de alimentos (55% en el interior y 71% en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires) y se espera que en cinco años más, lleguen a concentrar el 80% de las ventas de los productos que ofrecen, no sólo alimentos, sino bebidas y artículos de limpieza y tocador.

Diez años después existían en el país unos 12.100 establecimientos entre autoservicios de hasta 350 m² (90%), supermercados de hasta 2.500 m² (9%) e hipermercados de más de 2.500 m² (menos del 1%) que facturan 20.000 millones de pesos por año, el 7,4% del PBI nacional y

generan 87.000 puestos directos de trabajo, es decir 230.000 \$/empleado/año, los que serían más de 500.000 (que en realidad desaparecieron del comercio formal), si tradujeran su capacidad de facturación, en el tamaño medio de los pequeños establecimientos comerciales clásicos, que ronda las 2 personas por establecimiento.

En Capitán Sarmiento la instalación de nuevas bocas de supermercados en 1995, repercutió negativamente en la estructura comercial de la ciudad cabecera, que perdió una importante cantidad de locales y de puestos de trabajo (tanto de titulares como de asalariados). Este proceso de concentración del sector comercial y de servicios comerciales, determina la expulsión de un significativo número de trabajadores, que no encuentran un espacio económico en donde reinsertarse, dando cuerpo a la problemática del desempleo⁴.

Características de los factores positivos que incidirían en el sector

Las valoraciones más positivas del comercio de Capitán Sarmiento se refieren a la localización de la ciudad con una buena accesibilidad, a la distancia relativa de importantes mercados consumidores y de aprovisionamiento y la buena cantidad y calidad de las rutas.

La política cambiaria, conveniente para un determinado sector del comercio, el que compite con productos importados, es realmente negativa para aquel que aspira por ejemplo a exportar o a competir con productos locales, con un dólar excesivamente retenido y precios que fija el mercado externo.

Otras variables, se transforman en positivas si se acepta el desafío de desarrollarlas, como por ejemplo, el nivel de organización del sector, con un rol fundamental de las cámaras empresarias y del estado local, al que es necesario preparar para poder competir, incluso con la "fuga de compras" del consumidor a ciudades más importantes en la búsqueda de mejores precios; agrupándolo para compras conjuntas que mejoren la oferta, orientándolo para distribuir equilibradamente esa oferta en la población, informándolo para conocer los límites del mercado local y las posibilidades del mercado vecino, regional y otros, y capacitándolo priorizando temas como marketing, administración, organización, informática, conocimiento jurídico, impositivo, etc.

Algunas reflexiones sobre el comportamiento del sector

La actividad comercial y de servicios comerciales ocupa al 21,1% de la población económicamente activa del partido, lo que indica la importancia del sector en la actividad económica local. Los valores del relevamiento 2000 ratifican un crecimiento del sector en los últimos años. Sin embargo, hay que hablar de un crecimiento contrastado, donde los comercios tuvieron un leve decrecimiento, tanto en la cantidad de establecimientos (-10,8%), como de puestos de trabajo (-0,2%), mientras que los servicios comerciales tuvieron un marcado crecimiento tanto en la cantidad de establecimientos (123,7%) como de los puestos de trabajo (52,4%).

El comportamiento del mercado de consumo local es muy difícil de medir, sin embargo los análisis realizados sobre la base de la demanda potencial (relacionando al comercio con la población de su área de influencia), nos indican algunos rubros interesantes de explorar en las motivaciones del consumidor, y 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 y de la distribución de la población.

⁴ Al respecto puede consultarse a Fiol Eduardo y Iakich Mario en: "Capitán Sarmiento. Su historia y su gente". Primera Parte 1884 – 1998. Primera Edición Junio de 1998.

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 (materiales para la construcción, depósitos, venta de repuestos, etc.). En éstos casos es muy difícil dimensionar el mercado que abastecen ya que el consumidor puede provenir de cualquier lugar del partido.

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

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

La desorientación del sector fomenta entonces una competitividad perjudicial, dado que la sobre y sub-oferta y su excesiva concentración, obliga a los comerciantes a trabajar en desventaja, cuando existen rubros no explorados y áreas que no cuentan con una oferta razonable y son posibles de ser explotadas comercialmente.

De lo expuesto, de los datos aportados, y de la profundización de los mismos se deducen los siguientes puntos:

- La tendencia que se evidencia en los últimos años es de un importante crecimiento de la cantidad de establecimientos y en menor medida, de los puestos de trabajo generados por el sector. Este crecimiento se da en un contexto de concentración del sector comercial y de servicios comerciales, que asociado al bajo incremento poblacional, puede significar un proceso de achicamiento y empobrecimiento cada vez más marcado, si no se implementan estrategias de contención y orientación.
- Para el área central, compuesta por los barrios Centro y Pilar, la relación de población por establecimiento se ubica en 4,4 habitantes/local (5,4 habitantes/local de comercios y servicios) que sube a 15,8 considerando toda la ciudad (20,3 habitantes/local de comercios y servicios). Comparando éstos índices con el de otras ciudades del interior de la provincia, se observa una oferta acorde con las necesidades de consumo de la población.
- Contrariamente, los barrios que bordean la planta urbana de la ciudad, entre otros los barrios La Cumparsita (137 habitantes/local), Las Flores (38,6 habitantes/local), La Loma (38,6 habitantes/local) y San José (34,3 habitantes/local), acusan un importante desabastecimiento.
- Se observa una relativa centralización en la localización comercial en el área central, particularmente en los barrios Centro y Pilar, donde se localizan respectivamente el 17,9% (120) y el 17,6% (118) de los locales de la ciudad.
- Si analizamos la localización de los comercios y servicios de primera necesidad, vemos que su distribución es medianamente uniforme, aunque se mantienen las tendencias de una mayor concentración en los barrios Pilar, Lucotti, San Carlos y Alem.
- 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. Esta situación afecta negativamente a los sectores más periféricos de la ciudad, particularmente a los barrios Ruta 8, El Amanecer, Barraca y La Loma, con carencia de comercios de "consumo obligado" y mayores distancias al abastecimiento disponible en el área centro. En ese sentido, la desorientación del sector fomenta una

competitividad basada en la concentración de la oferta, cuando existen áreas que no cuentan con una oferta razonable y que son posibles de ser explotadas comercialmente.

- Teniendo en cuenta el futuro ordenamiento territorial de la ciudad, se observa la necesidad de desalentar la aparición en sectores residenciales de la ciudad de algunas actividades del sector, como por ejemplo los depósitos de maquinaria agrícola, camiones, chatarra, etc., los cuales si bien no representan un problema grave para la población de Capitán Sarmiento, surge como necesaria la reflexión sobre la localización adecuada y la calidad ambiental de sectores netamente barriales.

EL ROL DEL MUNICIPIO

• LOS OBJETIVOS DE PROGRESO DE CAPITÁN SARMIENTO Y LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO:

Es necesario identificar objetivos sustentados en la convicción colectiva y en el conocimiento preciso de la realidad y definir estrategias de desarrollo local y regional para alcanzarlos, donde los distintos actores sociales y económicos, como el del sector comercial y de servicios comerciales, tengan inserción y formen parte de procesos que los trasciendan como entidad absoluta, para garantizar su permanencia, su estabilidad y su progreso, contribuyendo incluso a la conquista de otros mercados.

Para una verdadera defensa perdurable del comercio local, ésta es la problemática que podemos y debemos afrontar localmente, más allá de las variables nacionales y provinciales necesarias de transformar como una legislación nacional y provincial que garantice la leal competencia y prevenga las consecuencias sociales y económicas de los procesos de indiscriminada concentración de riqueza, además del costo de impuestos y tarifas, el costo laboral, el costo de los fletes, el costo del crédito (incluyendo el recargo de las tarjetas), etc.; para consolidar el progreso de la actividad, y una respuesta racional a las demandas de la Comunidad.

Los mecanismos instrumentales deben basarse en una estructura inter-institucional permanente que genere información y conocimiento sobre la evolución particularizada en cada barrio de la ciudad, de los factores ambientales, sociales y económicos que conforman la realidad regional, establezca los mecanismos de concertación de los intereses sectoriales para la definición de los objetivos comunes, basados en el conocimiento preciso de la realidad local, a partir de la convocatoria y la consulta general permanente; y diseñe las estrategias adecuadas para poder alcanzarlos, que involucren pero beneficien al conjunto de la Comunidad.

• LOS CRITERIOS PARA EL ORDENAMIENTO DE LA CIUDAD:

Es imprescindible contar con criterios de ordenamiento urbano para el partido de Capitán Sarmiento que contemplen y condicionen la localización general de las actividades, pero que en particular evalúen el impacto ambiental de aquellas que, por su escala o tipo, su entorno tiene dificultades para absorber: para casos particulares es necesario un análisis particular, no es suficiente una norma general.

Los usos y actividades urbanas (y rurales) del Partido deben contar con pautas, requisitos e indicadores condicionantes de su localización, forma, tamaño y funcionamiento. Estos requisitos deben estar sistematizados en una norma: el nuevo Código de Ordenamiento Urbano. Para su confección es necesario convocar a un equipo interdisciplinario e inter-institucional que garantice idoneidad, conocimiento local, consideración y equilibrio entre los factores que lo componen.

Sin embargo, el desarrollo de la ciudad y en general del territorio, está signado por impactos no previstos, que por sus características de uso, tamaño o funcionamiento son imposibles de prever y que deben ser analizados en particular. Para su evaluación es necesario pensar en estructuras

de concertación ciudadana como un Consejo Inter-institucional de Ordenamiento Urbano, que asesore y recomiende al Concejo Deliberante las medidas a tomar cuando éste lo requiera.

• **LA INFORMACIÓN PARA LA ORIENTACIÓN DEL COMERCIO:**

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.

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.

Es imprescindible que el empresario local cuente con una información adecuada sobre la localización de las actividades comerciales, relacionada y comparada con la localización de la población y su capacidad de consumo (si nos referimos a la ciudad, al partido o, en algunos rubros, a la región como mercado de consumo), y combinada con la evolución de ambas: aperturas o cierres 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 las inversiones y 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.

La desorientación de la actividad comercial con el cierre de algunos establecimientos, proceso que se acentuaría con la irrupción no planificada de supermercados importantes, sumada a la dificultad de retener y crear empleos productivos, y a la imposibilidad de pensar en el Estado y en sus empresas privatizadas como forma de generar nuevos puestos de trabajo; obligan a prestar una especial atención a la previsión de fracasos en las pequeñas y medianas iniciativas, asumiendo a la información, la orientación, la capacitación y la coordinación como roles que el estado municipal debe asumir, sobre todo, con aquellos micro-emprendimientos promovidos desde el propio Estado, sea éste Nacional, Provincial o Municipal (Por ejemplo la Provincia de Buenos Aires, a partir de la Ley de Apoyo a las micro-empresas, garantiza al Banco Provincia el 70% de los créditos que otorga para micro-emprendimientos productivos bajo programa y a éstos les da prioridad en la compra de sus productos).

Es necesario que el Municipio, junto a las Cámaras Empresarias ponga en marcha los mecanismos que generen y analicen la información necesaria, identifiquen oportunidades y riesgos de cada actividad comercial en cada barrio, incluyendo aquellos sectores potencialmente aptos para el comercio del turismo, la difundan y publiquen.

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 o de comercios vacíos 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 barrio de cada rubro, el grado de aceptación o los niveles de demanda del rubro por zona.

Con la información que maneja el Municipio pueden realizarse estudios profundos sobre éste aspecto, a través de pautas metodológicas precisas, y las Cámaras y Agrupaciones Empresarias pueden reforzar su rol difundiendo y concluyendo sobre esa información. Así podrá orientarse la inversión comercial e incluso calificarla en función del riesgo o la oportunidad, aconsejando al comerciante donde localizarse o qué tipo de rubro instalar donde se quiere o puede localizar, para que éstos emprendimientos (cada vez más frecuentes) no estén condenados al fracaso por el desconocimiento, y obtengan la rentabilidad esperada.

• **EL PERFIL DEL SECTOR COMERCIAL:**

Es necesario consolidar el nivel de organización del sector y prepararlo para ser competitivo. Las Instituciones que lo representan deben ser capaces de generar estrategias permanentes de organización que sirva para garantizar un marco normativo que articule los intereses y posibilidades del sector con el de toda la Comunidad, para un mayor poder de negociación, por ejemplo en las comisiones de las tarjetas de crédito, que las lleven al menos al nivel concedido a los grandes comercios, que posibilite la agrupación de empresas para compras conjuntas que bajen su costo y mejoren la oferta, con el respaldo incluso de los bancos, para contar con una financiación conveniente; que pueda orientar a las nuevas inversiones y a las empresas existentes para distribuir equilibradamente su oferta en la población, que genere y ofrezca información que permita conocer los límites del mercado local y las posibilidades del mercado vecino, regional y otros, y que organice y permita la capacitación del pequeño y mediano empresario, priorizando temas como marketing, asociación, administración, organización, informática, conocimiento jurídico, impositivo, promoción y compra de insumos, etc.

Es necesario promover la generalización de nuevas tecnologías, en la búsqueda de mayor calidad de las actividades comerciales y de servicios.

• **LAS PAUTAS NORMATIVAS LOCALES:**

Es evidente que las condiciones del nuevo escenario imponen paulatinamente un rol y una actitud acorde, del municipio de Capitán Sarmiento.

La mayoría de las iniciativas reclamadas son las ya explicitadas, desde las integrales como la integración de un Ente Local de Planificación Estratégica que permita definir rumbos en función de objetivos concertados y un conocimiento preciso de la evolución de la realidad local y donde el perfil y papel de las actividades comerciales se defina y conjugue con el resto de los factores ambientales, sociales y económicos que conviven en esta Comunidad; o la conformación de un Consejo Interinstitucional de Ordenamiento Urbano, que ya más específicamente defina los criterios y las reglas urbanas que deben cumplir las actividades, entre ellas las comerciales y en particular aquellas que presenten particularidades o generen impactos no previsibles (localización adecuada, límite de superficie construida, estudio de impacto ambiental-urbano, social y económico, etc.); hasta la puesta en funcionamiento de una Comisión Mixta para la Orientación de las Actividades Comerciales conformada por lo menos por el Municipio y las Cámaras Empresarias con las funciones ya suficientemente explicitadas, o la participación de los Bancos en la promoción, organización y financiamiento de compras conjuntas para pequeños y medianos comerciantes.

Pero además es necesaria una readecuación normativa que interprete las condicionantes de esta realidad del sector, distinta a la que le dio fundamento a las Ordenanzas Vigentes y fije condiciones de funcionamiento acordes como:

- Rediseñar la Tasa de Seguridad e Higiene incorporando nuevas categorías que graven la actividad de los grandes supermercados en función de sus ingresos brutos y solicitar alícuotas proporcionales de Ingresos Brutos y la eliminación de toda exención impositiva o arancelaria nacional o provincial discriminatoria, directa o indirecta a los supermercados de gran escala que se asienten en la ciudad.

- Solicitar la delegación provincial al municipio y crear un Código Municipal de Prácticas Comerciales, complementario del Código Contravencional, que contemple fuertes sanciones a la deslealtad comercial (así como exigir la aplicación de la Ley Nacional N° 22.802 de Lealtad Comercial).

- Crear una norma que permita que, a solicitud de los titulares de los establecimientos de la categoría más alta, o cuando el Departamento Ejecutivo lo disponga, se instrumente para la habilitación, el procedimiento de la AUDIENCIA PÚBLICA.

• ANTECEDENTES NORMATIVOS DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA:

Según la legislación japonesa, con más de 100.000 normas regulatorias, los hipermercados están limitados en la nómina de productos que pueden comercializar y no pueden vender calzado, frutas frescas, verduras frescas, etc.

Según normas locales de EE UU, en algunos Estados está prohibida su instalación y en otros se regulan los horarios de funcionamiento.

Según la nueva legislación española (ley 7/1996):

- La licencia a grandes equipamientos se otorgará o no, ponderando la existencia de equipamiento comercial adecuado para la zona demandada y los efectos que pudiera tener en el mismo.

- Prohíbe la venta con pérdida.

Según la nueva legislación francesa (modificatoria de la ley Royer) se contempla:

- Instalación de grandes superficies según el número de habitantes de la ciudad.

- Evaluación de impacto sobre el comercio local y sobre el ambiente.

- Creación de una comisión de equipamiento y urbanismo comercial encargada de resolver las demandas de autorización que se presenten.

- Necesidad de aprobación nacional para los grandes proyectos.

- Prohibición de prácticas consideradas anticompetitivas como grandes ofertas para atraer clientes, promociones con premios y sorteos, políticas de compras que discriminen, por ejemplo, las mercaderías de un productor local que se haya opuesto a la instalación del hipermercado.

- Concesiones impositivas y arancelarias, créditos más baratos y reducción en las tarifas eléctricas para las empresas que cuentan con menos de 500 empleados.

La Federación de Panaderos francesa lanzó una campaña publicitaria con este anuncio: "Cómprele a su panadero porque mañana puede que ya no esté".

Por último, recordemos que la vetada Ley 12.034/98 intento poner límite a la radicación indiscriminada de grandes superficies comerciales, disponiendo que los Departamentos Ejecutivos Municipales, previo a la habilitación de una superficie comercial que se halle encuadrada en las condicionantes previstas por esa Ley, deban solicitar a la Subsecretaria de Industria, Comercio y Minería del Ministerio de la Producción y el Empleo la realización de un dictamen con el objetivo de analizar el impacto económico-social que producirá el establecimiento al emplazarse, propiciando la substanciación del análisis mediante audiencia pública. Sólo mediante la construcción de mecanismos con este espíritu reconstruiremos nuevamente una red comercial, que apunte realmente a satisfacer necesidades reales, sin la necesidad (y valga la redundancia) de satisfacer intereses que, como mínimo, no nos son propios.

CAPITAN SARMIENTO: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo

EL TURISMO

El caso particular del turismo

Según la Organización Internacional del Trabajo -OIT- el turismo genera en el mundo unos 212 millones de empleos directos o indirectos, es decir que afecta al 10,7% de la fuerza laboral mundial y el ritmo de crecimiento del empleo es del 5,9% anual. Los beneficios brutos generados por el turismo en el mundo en 1996 fueron unos 3,5 billones de dólares, situando al turismo, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), al frente de los grupos exportadores del mundo, delante incluso del petróleo, los automóviles y los equipos electrónicos.

En la actualidad los países más visitados a nivel mundial son Francia, España y Estados Unidos sin embargo, un estudio de la OMT sobre las tendencias del turismo mundial para el próximo milenio, ubica entre los países más visitados a China, seguido por: Estados Unidos, Francia, España, Hong Kong, Italia, Gran Bretaña, México, la Federación Rusa y la República Checa.

Entre otros lugares atractivos para la próxima década se destacan: Cayo Largo (Cuba), Salvador de Bahía (Brasil), Machu Picchu (Perú), Córcega (Italia), el País Vasco (España) y la Patagonia en Argentina, beneficiada por el crecimiento del Mercosur.

Entre las nuevas tendencias predominarán los productos turísticos que concentren una mayor cantidad de actividades en un mínimo de tiempo (parques temáticos, cruceros, etc.), siendo fundamentales los avances que en materia de transporte se promuevan para reducir los tiempos de viajes.

Otro aspecto destacable es el incremento del turismo de aventura, promovido por la búsqueda de nuevos lugares y una tendencia a viajar a grandes altitudes. En ese marco, la Península Antártica también se constituye en una alternativa interesante para el turismo argentino.

Según la OMT el perfil del turista para el año 2000 tendrá las siguientes características: valorará más la calidad del producto que su precio, tomará sus vacaciones en períodos más cortos a lo largo del año, tendrá mayor conocimiento y motivaciones más complejas, aceptará menos los paquetes turísticos, considerarán más el entorno social y cultural, entre otros aspectos.

El turismo en el país

En el período intercensal 1980-1991, el turismo internacional a la Argentina se incrementó en un 8,93%. Según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, en 1996 el turismo receptivo le dejó a la Argentina, ganancias por 4.600.000 millones de pesos (1,7% del PBI), con una facturación que crece a un ritmo del 4% a 5% anual y una cifra similar movilizó el turismo interno. La cantidad de turistas creció a 4.285.648, dejando ganancias, sobre un total mundial de 550 millones de turistas anuales que mueven unos 340.000 millones de dólares.

Del total de turistas ingresados, el 69,6% fue de los países limítrofes, distribuidos en el 30,8% que lo hizo de Uruguay, el 14,2% de Chile, el 13,0% de Brasil, el 8,1% de Paraguay, el 3,5% de Bolivia; el 7,4% vino de EE UU, el 5,4% del resto de América, el 12,6% de Europa y el 5,0% del resto del mundo.

Se prevé que en el año 2.000, la Argentina estará entre las 15 naciones que más facturan por ese concepto, aunque en 1996, según la OMT, la Argentina ocupa el puesto N° 27. Estados Unidos encabeza el ránking con 60.000 millones, y siguen Francia con 25.000 millones, Italia con 24.000 millones, España con 21.000 millones y el Reino Unido con 14.000 millones. La Argentina es primero en América del Sur con alrededor del 30% de los arribos a la región y cuarto en el continente, después de Estados Unidos, Canadá y México.

De acuerdo a información de la OTM, Argentina ocupa el cuarto lugar en las preferencias turísticas de América, siendo Estados Unidos quien encabeza la lista de naciones con mayores ingresos generados por el sector turismo con 75.056 millones de dólares; el segundo le corresponde a Canadá con 8.928 millones y México ocupa el tercer lugar con 7.530 millones de dólares. Mientras que si el análisis se hace por ingreso de turistas, tenemos que Estados Unidos se mantiene en el primer puesto con 49 millones de personas, en segundo lugar México con 18,7 millones de visitantes y en tercer lugar Canadá con 17,6 millones de visitantes.

En 1997 el sector turismo tuvo en América un incremento módico del 2% en correspondencia con el crecimiento económico lento que ha manifestado la región. Sin embargo, el ingreso de divisas que generaron los turistas se incrementó un 7% respecto al año 1996.

En cuanto al turismo internacional, América tuvo un crecimiento del 7,5% en 1997 respecto de 1996, que implicó un movimiento de 15,7 millones de visitantes más que en 1996, con un aumento de los ingresos turísticos del orden del 6,8% que supera los 13 millones de dólares. América cuenta con el 19,4% de los ingresos generados por el sector turismo en el ámbito internacional.

Buenos Aires es la ciudad elegida por más del 50% de los extranjeros europeos (a pesar de ser la novena capital más cara del mundo), mientras que el 8% elige Cataratas, el 3% Bariloche y el 3% Mendoza.

Los turistas que más gastan son los norteamericanos, europeos y del resto del mundo salvo los países limítrofes, con un promedio por estadía de 168 pesos por día para 10/12 días de permanencia y 330 pesos totales en concepto de compra, es decir un gasto per cápita por estadía de 2.346 pesos. Los turistas de los países vecinos gastan 86 pesos por día para 5 días y 141 pesos totales en compras, es decir un gasto per cápita por estadía de 571 pesos.

Sin embargo, los turistas más importantes para el país en 1995, son los uruguayos y los europeos, los primeros por su cantidad significarían una facturación global anual de 754 millones y los segundos por su nivel de gasto conjugado con su número, que significaría unos 1.265 millones, entre ambos, el 44% del producido por el turismo.

Los argentinos hoy gastan el 3,1% de sus gastos de consumo en turismo, mientras que en Latinoamérica ese porcentaje asciende al 8,6% y el promedio mundial es del 12%.

La masa de turistas argentinos en la denominada "migración interna estival", la época más importante del turismo nacional, se encuentra en permanente ascenso y oscila en unos 10 millones de personas, con un 20% que también viaja al exterior (principalmente Brasil, Uruguay, Miami y el Caribe) fundados en razones que no solo se basan en su poder adquisitivo y deseos de conocer, sino en las ofertas económicas y de servicios cada vez más atractivas y en el desaliento producido por los altos costos internos y de los vuelos de cabotaje.

El turismo nacional, con un fuerte liderazgo del corredor Atlántico, que compite en verano con las sierras cordobesas (y los ya mencionados centros de Uruguay, Brasil y el Caribe), ofrece variadas alternativas estacionales a lo largo del año como las Cataratas del Iguazú en Misiones, la pesca y los carnavales en Corrientes y Entre Ríos, los paisajes de la puna en el NOA, la montaña, nieve, lagos y pesca en Bariloche, Neuquén y en menor medida Mendoza, o los lagos, paisajes, ballenas y glaciares de la Patagonia, desde Madryn a Ushuaia.

En cuanto a la infraestructura y logística nacional para el turismo, y según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, la cantidad de establecimientos hoteleros en el país en el período 1995/1996 es de 6.368, con 1.135 de 1 estrella, 765 de 2 estrellas, 387 de 3 estrellas, 160 de 4

estrellas, 27 de 5 estrellas, 193 apart-hotel y 3.701 que ofrecen otras formas de alojamiento. La cantidad total de habitaciones ofrecidas por el sistema es de 105.180 y la cantidad de plazas suma 356.181.

La Encuesta Nacional sobre Recursos Humanos en Turismo, realizada por el INDEC en 1996 describe el siguiente panorama, interesante de analizar a la hora de definir objetivos y diseñar una estrategia para alcanzarlos.

El 10% de los establecimientos hoteleros es de 3, 4 y 5 estrellas (5 y 4 estrellas 3,5% y 3 estrellas 6,5%) y el 90% restante lo constituyen las otras categorías en las que se incluyen otras formas de alojamiento.

Ese 10% concentra el 24% de las habitaciones, el 22% de las plazas y ocupa al 36,2% de los trabajadores del sector.

El personal total ocupado directa o indirectamente por el turismo, oscila en 450.000 personas (aunque el 95% no ha recibido capacitación formal) pero el empleado directamente por el sector hotelero es de 39.782 personas, por las agencias de viajes y turismo es de 13.002 y por el sector oficial nacional y provincial es de 1.430.

Del personal ocupado en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en el país, el 24% trabaja en recepción, el 31% es ama de llaves, el 10% trabaja en la administración y contabilidad, el 24% trabaja en Restaurante, cocina y economato y el 11% trabaja en mantenimiento y otras actividades.

Del personal ocupado en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en el país, el 59% no tiene título secundario y sólo el 7% tiene título terciario o universitario.

El 3,2% del personal ocupado en hoteles tiene algún estudio en turismo, el 65% de ese total se concentra en hoteles de 5, 4 y 3 estrellas.

El 16% del personal ocupado en hoteles conoce el idioma inglés. El 48% del mismo está concentrado en los establecimientos de 5, 4 y 3 estrellas.

El 74% del personal ocupado en hoteles con estudios en turismo conoce el idioma inglés, mientras que el 75% del personal ocupado en hoteles sin estudios en turismo sólo habla castellano.

Del personal ocupado en hoteles, los sectores que más requieren capacitación son: recepción 37% y alimentos y bebidas 25% (distribuidos en 41% de restaurante, 44% de cocina y 15% de economato).

En cuanto a las empresas y agencias de viaje y turismo en el país, el promedio de personal ocupado es de 4 personas, de las cuales el 30% tiene nivel terciario o universitario completo, el 32% ha desarrollado alguna carrera específica de turismo y el 56% conoce el idioma inglés (el 80% de los que tienen estudios vinculados al turismo y el 44% de los que no).

Del personal ocupado en agencias de turismo, los sectores que más requieren capacitación son: ventas con el 46% y promoción con el 22%.

Analizando los organismos oficiales de nivel nacional y provincial afectados al turismo, el 55% posee estudios secundarios completos o superiores, el 13% accedió a nivel universitario completo, sólo el 10,6% desarrolló alguna carrera relacionada al turismo y el 9,2% desarrolló una carrera relacionada y tiene conocimiento de otro idioma.

El 62% del personal ocupado en turismo conoce el idioma inglés, porcentaje que se eleva al 86% entre los que realizaron estudios relacionados al turismo.

Por otra parte, las proyecciones para después del 2000 indican que la Argentina estará entre uno de los destinos importantes del circuito internacional, siendo la Patagonia, pero también la Antártida y las islas Malvinas los principales centros atractores que favorecerán al turismo Argentino. Esto teniendo en cuenta que el perfil del turista estará más orientado hacia nuevos lugares, con una mayor preocupación por el medio ambiente (ecoturismo).

El turismo en la provincia

Según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, la cantidad de establecimientos hoteleros en la provincia de Buenos Aires en el período 1995/1996 es de 1.909 (el 30% del total), con 506 de 1 estrella, 297 de 2 estrellas, 127 de 3 estrellas, 36 de 4 estrellas, 2 de 5 estrellas, 50 apart-hotel y 891 que ofrecen otras formas de alojamiento. La cantidad total de habitaciones ofrecidas por el sistema en el período anterior es de 26.408 (el 23,5% del total) pero la cantidad de plazas en el período 1995/1996, suma 110.012 (el 30,9% del total).

Como puede observarse, la provincia tiene una alta incidencia nacional en la oferta de hotelería, habitaciones y plazas de 1, 2 y 3 estrellas (alrededor del 40%, 35% y 26% respectivamente) mientras que en las categorías de 4 y 5 estrellas, así como en otras formas de alojamiento su aporte está por debajo de su promedio.

La Encuesta Nacional sobre Recursos Humanos en Turismo realizada por el INDEC en 1996, describe el siguiente panorama:

El 11% de los establecimientos hoteleros es de 3, 4 y 5 estrellas (5 y 4 estrellas 2,0% y 3 estrellas 9%) y el 89% restante lo constituyen las otras categorías en las que se incluyen otras formas de alojamiento.

Ese 11% concentra el 23% de las habitaciones y el 24% de las plazas.

En la provincia, el personal empleado directamente por el sector hotelero de 3, 4 y 5 estrellas es de 1.063 personas (las agencias de viajes y turismo generan 636 puestos de trabajo formales y los organismos oficiales nacionales y provinciales 177 puestos de trabajo).

Del personal ocupado en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en la provincia, el 50% no tiene título secundario y sólo el 4% tiene título terciario o universitario.

Del personal ocupado en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas en la provincia, el 34% trabaja en recepción, el 28% es ama de llaves, el 16% trabaja en la administración y contabilidad, el 16% trabaja en Restaurante, cocina y economato y el 6% trabaja en mantenimiento y otras actividades.

El 20% del personal ocupado en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas conoce el idioma inglés. El 10% de ese personal tiene algún estudio en turismo.

El 39% del personal ocupado en hoteles con estudios en turismo conoce el idioma inglés, mientras que el 73% del personal ocupado en hoteles sin estudios en turismo, sólo habla castellano. De la comparación con los promedios nacionales se desprende que el personal hotelero en la provincia tiene una calificación levemente mayor, que debiera aumentarse para ser comparativamente competitiva.

En los establecimientos hoteleros de 5, 4 y 3 estrellas, de la provincia de Buenos Aires, los sectores que más requieren capacitación son: recepción 69%, Ama de llaves 37%, Restaurante 25% y Cocina 24% (Contabilidad, Mantenimiento, Economato y Las otras actividades, tienen una demanda menor).

En cuanto a las empresas y agencias de viaje y turismo, el 21% se localiza en la provincia de Buenos Aires (el 44% en la Capital Federal), el promedio de personal ocupado es de 2,8 personas, de las cuales el 30% tiene nivel terciario o universitario completo, el 55% ha desarrollado alguna carrera específica de turismo y el 53% conoce el idioma inglés.

Del personal ocupado en agencias de turismo, los sectores que más requieren capacitación son: ventas con el 66% y promoción con el 33%, lo que indica una mayor demanda de capacitación que los promedios nacionales.

Por último, analizando los organismos oficiales de nivel provincial y nacional afectados al turismo en la provincia de Buenos Aires, el 27% posee estudios secundarios completos o superiores, el 6% accedió a nivel universitario completo y sólo el 3% desarrolló alguna carrera relacionada al turismo. El 21% del personal ocupado en turismo conoce el idioma inglés.

De la comparación de estos datos oficiales en la provincia con los nacionales, se desprende como primera conclusión, la necesidad de elevar la educación general, la capacitación específica y en idiomas del personal afectado a la problemática, como medida elemental para sentar una base competitiva en el territorio.

Según la información brindada por la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires se dan nuevas tendencias en el turismo:

- Por un lado se podría decir a priori, que en las últimas temporadas se incrementó el ingreso de turistas a la costa atlántica, el fenómeno debe interpretarse como un aumento del recambio, ya que los turistas no veranean la temporada completa como tradicionalmente, sino que ahora la tendencia es de estadías más cortas, de 3 ó 4 días. Este movimiento genera cierta incertidumbre e inestabilidad en el mercado hotelero y comercial y servicios en general, ya que hay un fuerte movimiento por unos pocos días y luego decae la actividad. Los índices de ocupación hotelera de los fines de semana y en todas las categorías superan a los días de semana. Estos cambios en la tendencia se deben a la conjunción de mejoras en la infraestructura vial que se traducen en una reducción de los tiempos de viajes, nuevas alternativas en la oferta de vehículos más rápidos, con motores más potentes, más económicos (a gas, gas oil), todo lo mencionado concluye en aminorar los costos de movilidad.

- Por otro lado, se registra un fuerte crecimiento del turismo rural. Según el Ministerio de la Producción y el Empleo, en el país se registran entre mil y mil quinientos establecimientos que desempeñan esta actividad, el 34% de ellos (400 estancias) se ubica en territorio bonaerense (el 50% de ellas se halla en las proximidades de capital federal, el 30% se ubica en la costa bonaerense, el 10% en la zona de Bahía Blanca y el 10% restante se distribuye en diferentes puntos de la provincia). Esta actividad ha tenido una gran expansión desde 1991, generando un fuerte impacto en el modus vivendi de la población rural y en el empleo rural, estimulando por otra parte, el arraigo al campo. Los puestos de trabajo generados por esta actividad se relacionan con el alojamiento, actividades recreativas, deportivas y de camping, guías para la realización de circuitos de paseos y recorridos, las actividades de transporte y circulación, con una operatividad de carácter anual.

- Otra tendencia que se registra tiene que ver con la importancia que han cobrado las viviendas y los departamentos respecto de las otras plazas de alojamiento turístico, donde en el total general

de la costa atlántica para el año 1998 registra 842.470 viviendas/departamentos, le sigue en importancia hoteles en las 5 categorías totalizan 69.952 y en tercer lugar se ubican cámping con 60.790, como los más significativos.

El turismo en Capitán Sarmiento

El partido de Capitán Sarmiento, con una población de 12425 habitantes (según población proyectada al 2000¹), se localiza al norte de la Provincia de Buenos Aires, sobre la Ruta Nacional 8 a la altura del km. 145, limitando con los partidos de San Pedro, Baradero, San Antonio de Areco, Carmen de Areco, Salto y Bartolomé Mitre.

Ubicado a 145 km. de la Capital Federal, cuenta con buena accesibilidad: al este desde Buenos Aires por Ruta Nacional 8, al norte desde Baradero por Ruta Provincial 121, al oeste desde Arrecifes por Ruta Nacional 8 y al sur desde Carmen de Areco por Ruta Provincial 121, además de una próxima conexión con las Rutas Nacionales 7 y 9.

Se caracteriza por contar con atractivos naturales y culturales, entre los que se destacan:

- **El Balneario Municipal “Intendente Juan C. Rangugni”**, ubicado sobre la Ruta Nacional 8 a la altura del km. 150, es un verdadero páramo emplazado en la ribera del Arroyo La Horqueta con una frondosa arboleda que circunda un espejo de agua, con variadas posibilidades de desarrollar actividades recreativas y deportivas, en especial deportes náuticos y pesca. Cuenta además con espacios para camping (parrillas, mesas, juegos infantiles, etc.) y todos los servicios (sanitarios, proveeduría, primeros auxilios, etc.).

- **El Trebol Polo Club**, ubicado sobre la Ruta Nacional 8 a la altura del km. 140, cuenta con un nutrido programa anual de torneos entre los que se destacan: Copa “Dr. Julio Espinel Bavio” (abierto) “Santos Peotone, Copa “Carlos Menditeguy” (abierto), Copa “Julio Menditeguy” (handicap) “Delfín Rueda”, Copa “Ford Motor Argentina” (abierto), Copa “Luis P. O’ Farrel (handicap), Copa “Charro Mexicano” (abierto), Copa “Miguel Duggan” (handicap), Copa “Juan D. Nelson” (handicap), Copa “Alfredo Harrington” y Copa “Emilio Ocampo” (abierto).

- **Los haras y cabañas**. Existen en Capitán Sarmiento una gran cantidad de establecimientos de crianza de caballos de carrera y polo, que marcan una cultura de apego al caballo única en el país. Entre los más de cuarenta establecimientos se pueden mencionar a algunos ubicados sobre la Ruta Nacional 8: Haras El turf, Abolengo, Santa María de Araras, San Javier, San Ignacio de Loyola, Rancho Luján, Quebracho Herrado, San Andrés y El Paraiso.

- **La Estancia “La Elisa”**, data del año 1880 perteneciendo al Dr. Juárez Celman, Presidente de Argentina en el período 1886-1890. Ubicada a 12 km. de la ciudad de Capitán Sarmiento, sobre la Ruta Provincial 121 camino a Baradero, es la actualidad uno de los establecimientos más importantes en producción lechera del país, contando además con el rodeo ascripto más grande del hemisferio sur. En la estancia se encuentra el Centro de Inseminación Artificial “La Elisa” (CIALE), uno de los centros pioneros del país en esa técnica.

- **El Monasterio Retiro “San Pablo”**, creado en el siglo XVIII por la congregación de los Padres Pasionistas, debido a la gran influencia de la inmigración Irlandesa en la región. Ubicado a 15 km. de la ciudad de Capitán Sarmiento sobre la Ruta Provincial 121, se constituye en un espacio ideal para retiros espirituales, encuentros y otras actividades religiosas. Posee unos de los

¹ Estadística bonaerense. Número Aniversario – 175 años 13 de diciembre de 1996. Dirección provincial de Estadística

vitreaux más importantes del mundo, como así también un altar tallado a mano en mármol de carrara.

- **El Centro Cultural “La Estación”**, situado en la ex Estación del Ferrocarril, donde funciona la sede de la Dirección de Cultura Municipal, el Museo y Archivo Histórico Municipal, la Casa del Artesano y los talleres, donde se realizan una gran cantidad de actividades tales como: dibujo, pintura, cerámica, alfarería, artesanías (tejido, hilado, sogá, frivolité), teatro, coros, instrumentos, taller literario, danzas folklóricas, fotografía y exposiciones.

- **La ciudad y sus monumentos, lugares históricos y religiosos**, donde se puede realizar un city-tour conociendo: el Museo y Archivo Histórico Municipal, la Iglesia del Pilar, Monumentos históricos como el Primer Edificio Público de la Ciudad (Rivadavia e Italia), Monumento a la Madre (Pte. Perón), Monumento a Daimo Bojanich (Pte. Perón), Monumento al Bombero (Pte. Perón) y Monumento al Amor (J. M. de Rosas).

- **Capitán Sarmiento “Cuna de la Bandera Bonaerense”**: el 12 de septiembre de 1997 se declara a Capitán Sarmiento como cuna de la bandera bonaerense, creada por alumnos de la ciudad que ganaron el concurso “Buscando la Bandera Bonaerense”.

- **El Encuentro Nacional de Artesanías “Cahuané”**, es uno de los más importantes del país. Cuenta con la presencia de 150 artesanos de Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil y es visitado por aproximadamente 9000 personas en sus tres días de duración, donde se desarrollan espectáculos musicales, teatrales, infantiles, canto, danza, teatro y la realización de cursos, jornadas, talleres y charlas relacionadas con la artesanía, costumbres y arte en general.

También se implementan durante todo el año, un nutrido calendario de eventos culturales y recreativos entre los que se destacan:

- En el mes de marzo:

Encuentro Artesanal “Cahuané”

Copa “Dr. Julio Espinel Bavio” (abierto), “Santos Peotone”

Copa “Carlos Menditeguy” (abierto)

Copa “Julio Menditeguy” (handicap) “Delfín Rueda”

- En el mes de abril:

Copa “Ford Motor Argentina” (abierto)

Copa “Luis P. O’ Farrel” (handicap)

Copa “Charro Mexicano” (abierto)

Copa “Miguel Duggan” (handicap)

Copa “Juan D. Nelson” (handicap)

Copa “Alfredo Harrington”

- En el mes de junio:

Copa “Emilio Ocampo” (abierto)

Copa “Luis P. O’ Farrel” (handicap)

11 de junio, Fundación de Capitán Sarmiento

29 de junio, Día de la Autonomía

- En el mes de julio:

Feria del Libro y la Cultura

- En el mes de octubre:

Lanzamiento certámenes literarios y de pintura regional

- En el mes de noviembre:

4 al 14 de noviembre Festejos Patronales

Primavera Coral

- En el mes de diciembre:

Inauguración temporada turística en el Balneario Municipal

En cuanto a la oferta de servicios al turismo, Capitán Sarmiento cuenta con el Balneario Municipal "Intendente Juan C. Rangugni" que dispone de parrillas, mesas, pileta de natación, cancha de fútbol, voley y paddle, sanitarios con agua caliente, electricidad e iluminación, proveduría y primeros auxilios.

La oferta de alojamiento se distribuye en 2 hoteles: "Miramar" y "San Andrés", ambos sobre la Ruta Nacional 8.

La oferta de servicios de recreación está integrada por un cine, 8 clubes, 3 confiterías bailables, un video juego, 3 canchas de paddle-fútbol-tenis, un natatorio y 3 gimnasios; mientras que la oferta en gastronomía se distribuye en 2 pizzerías, 12 confiterías-bares-café, 3 restaurantes-parrillas y 4 ventas de helados.

Las conexiones de transporte público de pasajeros están dadas por las empresas Chevalier, Argentina y Alvarez Hnos., que prestan el servicio en la terminal de micros, y las empresas Pullman Gral. Belgrano y Caraza, sobre la Ruta Nacional 8, km. 147.

Las conexiones aéreas se dan a través del Aero Club, sito en Ruta Nacional 8 km. 139,5. Posee una pista de tierra compactada de 960 m de longitud (máximo 1100 m) y 60 m de ancho.

Si bien no existen en el Partido información estadísticas que permita dimensionar el movimiento turístico y el perfil motivacional del turista real o potencial, se estima que el mayor movimiento está relacionado con el Balneario Municipal y actividades puntuales como los encuentros de polo o El Encuentro Nacional de Artesanías, siendo el turista predominante de la región inmediata, que practica un turismo diurno o de excursión, que no pernocta en Capitán Sarmiento, o a lo sumo pasa una noche pero no completa las 48 horas.

Según la tipología de turistas establecida por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, el turista de Capitán Sarmiento pareciera ser del tipo psico-céntrico, es decir de los que buscan:

- Destinos turísticos que no perturben su modo de vida.
- Actividades recreativas poco originales.
- Turismo sedentario compuesto en gran parte meramente de reposo.
- Destinos accesibles en automóvil particular.
- Instalaciones tradicionales y fijas. Establecimientos familiares.
- Viajes previsibles o completamente programados.

La síntesis de la búsqueda y de la valoración en este tipo de turistas es la tranquilidad.

De los datos expuestos se considera que Capitán Sarmiento muestra un perfil definido dentro de los municipios de la provincia de Buenos Aires, y en ese marco, su revalorización como lugar con importantes atractivos naturales y culturales, asociado al clima familiar y de hospitalidad, la convierten en una alternativa turística interesante para la Región Metropolitana.

Perspectivas para el desarrollo turístico en Capitán Sarmiento

La conceptualización del desarrollo como un proceso integral, ambientalmente sustentable, continuo y dinámico, involucra también al turismo.

En este marco, cada territorio, también el Partido de Capitán Sarmiento, puede considerarse, a efectos analíticos, como un ámbito económico generador y distribuidor de bienes, productos y

servicios, que mantiene transacciones con otros territorios. Buena parte del instrumental analítico de la economía internacional resulta aplicable a los estudios regionales, en particular las nociones de importación, exportación, balanza comercial y de pagos.

A corto o largo plazo, en cada región, los bienes y servicios importados se pagan con exportaciones o con transferencias de capital. Y los estudios sobre balanza de pagos reflejan el estado financiero de la región en un momento dado. Un territorio, al igual que un individuo, debe comparar sus ingresos y sus gastos para permanecer solvente y evitar la pérdida de activos.

La razón de existencia y progreso de un territorio reside en gran parte en el volumen de bienes y servicios que produce dentro y que vende fuera de sus límites: El turismo, entonces, efectúa pagos por ventas originales afuera y por lo tanto equivale a una exportación.

La consecuencia económica de "gastar una renta obtenida en otro lugar", es decir de la transferencia interregional de ingresos que significa el turismo, involucra al partido de Capitán Sarmiento, por las características turísticas de sus *activos naturales y culturales*, generadas fundamentalmente por el Balneario Municipal y actividades como los encuentros de polo o El Encuentro Nacional de Artesanías.

Esta potencialidad que presenta Capitán Sarmiento para la explotación turística, plantea el desafío de diseñar una estrategia para que el turismo transfiera ingresos al territorio local, incrementando genuinamente su riqueza y contribuyendo sustancialmente a la generación de empleo y múltiples actividades económicas.

Para ello es necesario pensar en la captación, preservación y crecimiento del turismo, proporcionándole los servicios, comodidades y actividades que enmarquen, potencien y garanticen el disfrute de las atracciones propias, prolongando los tiempos de estadía, incrementando la cantidad de turistas, integrando circuitos regionales y ofreciendo las ventajas, los servicios y los productos apropiados para progresar en el competitivo mercado turístico.

Si tenemos en cuenta las características de los atractivos naturales y culturales y el perfil del turista que elige a Capitán Sarmiento, buscando fundamentalmente el contacto con la naturaleza, el descanso y la tranquilidad, la estrategia de crecimiento y desarrollo turístico del partido no debe pasar por competir con los centros turísticos más importantes de la provincia de Buenos Aires, sino por diferenciarse como producto turístico.

En ese sentido, Capitán Sarmiento, además del Balneario Municipal, cuenta con una gran variedad de atractivos en su entorno natural y urbano, que convierten al turismo en una importante potencialidad del partido.

Además, esta particular oferta turística se encuentra a solo 145 km. (por la Ruta Nacional 8) de la gran demanda de recreación y esparcimiento del Area Metropolitana, tan necesitada de espacios abiertos y paisajes naturales.

Esta oferta turística, con características diferenciales respecto de los principales centros turísticos de la provincia, conjugada con el perfil motivacional del "cliente" de Capitán Sarmiento, define los ejes de la discusión sobre la potenciación del turismo y su importancia para la economía local:

Un eje es la **prolongación de los períodos de permanencia**, dentro y fuera de la temporada como consecuencia de una oferta que motive al turista, para que su estadía sea significativa como renta.

En una estrategia de desarrollo turístico, es fundamental comprender que el signo de esta época de cambios permanentes es la velocidad y que adquirir a tiempo las habilidades y el conocimiento para posicionarse en forma competitiva, utilizando en toda su potencialidad las mejores herramientas en la generación de información, en la presentación de la oferta, en la comunicación y en la comercialización, definen la posibilidad cierta de imponerse en un medio cada vez más competitivo y globalizado.

En la búsqueda de la prolongación de los períodos de permanencia, en relación a la oferta para el turismo, es evidente que entre los principales atractivos que ofrece el partido están el Balneario Municipal y las actividades culturales (El Encuentro Nacional de Artesanías, etc.). Recordemos que el perfil actual del turista que elige a Capitán Sarmiento es un turista de nivel socioeconómico medio, que valora y busca la tranquilidad, en un clima familiar, previsible y controlable, imperturbable, sedentario y de descanso.

Este perfil genera el primer dato de valor para entender cuál es "la marca" que el partido viene construyendo a lo largo del tiempo, y que es necesario preservar, aprovechar, potenciar y explotar.

Para el turista de perfil familiar, que en Capitán Sarmiento es la gran mayoría, el objetivo central es confirmarle que encontrará exactamente lo que busca, con todas las garantías que la hospitalidad ofrece. En el plano de las sensaciones, Capitán Sarmiento debe ser un centro turístico "atendido por sus propios dueños", para competir diferenciándose de aquellas ciudades que ofrecen un "manejo gerencial ejecutivo", impersonal y masivo (oferta apropiada para otro tipo de turista).

Sin embargo, la escasez de servicios de esparcimiento y recreación diurna y nocturna, plantea la necesidad de mejorar dicha oferta, pero articulada y en convivencia armónica con otros elementos solicitados como la tranquilidad, el descanso, la prolijidad, la limpieza, y la moderación necesaria para que el visitante no se perturbe ni se distraiga de lo que vino a buscar.

En Capitán Sarmiento es muy importante que los accesos estén impecables y la forma de llegar a los distintos destinos turísticos debidamente señalizados; que el balneario esté permanentemente cuidado y limpio, que los cestos para residuos sean suficientes y estén limpios; que haya baños públicos adecuados, y parrillas (aunque se cobre para usarlos). Que el turista tenga información y que pueda comprar lo necesario al mismo precio que en su barrio (porque si no, lo trae en el baúl de su auto), que los hoteles ofrezcan precios promocionales realmente tentadores para los días que están subutilizados, que los restaurantes tengan y difundan menús buenos y convenientes para turistas, que exista la oferta de productos locales con marca, envase y garantía a la mano del turista: artesanías locales, miel, quesos, etc., en locales y a precios adecuados.

Es decir, que lo importante es ofrecer la garantía de una tranquilidad cercana, de fácil acceso, económicamente moderada (de manera que el presupuesto familiar no se altere demasiado con la decisión de venir "a desenchufarse", donde el descanso para el que le guste la pesca, los deportes náuticos o terrestres, las caminatas o las bicicleteadas, un buen asado en la laguna y una siesta bajo los árboles, no signifique aburrimiento para los más jóvenes, donde existan servicios suficientes para que todo sea cómodo y donde se pueda comprar algún producto accesible, muy identificado con el lugar (de calidad cuidadosamente controlada y garantizada), para demostrar, o recordar la estadia.

Otro desafío estratégico para el desarrollo turístico del partido, pasa por la **multiplicación y segmentación de la oferta local**, sumando otros atractivos turísticos en las épocas del año donde sea necesario fortalecerla, buscando el incremento del número de turistas.

Según información brindada por la Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, el turismo rural experimenta en los últimos años un fuerte crecimiento, especialmente en la provincia de Buenos Aires, donde la actividad habría generado en 1998 un ingreso estimado en 50 millones de pesos.

Si tenemos en cuenta el fuerte crecimiento del turismo rural, con una operatividad de carácter anual, la gran variedad de cascos de estancias que existen en el partido, la proximidad del mercado demandante más importante del país y la marcada tendencia de estadías más cortas, un aspecto interesante de investigar y captar pasado el verano, es el miniturismo o el turismo "de fin de semana largo".

Para "anualizar" el movimiento del sector, es necesario potenciar las ventajas comparativas que tiene el partido, centradas fundamentalmente en la variedad de sus recursos naturales y culturales, ofreciendo un producto más competitivo en calidad, accesibilidad y costo, en relación a otros destinos semejantes de la provincia.

En ese sentido, es fundamental diseñar una estrategia de comunicación y comercialización basada en identificar las características locales propias, aún entre las comunes a la región (no sólo aquellas en relación directa al turismo sino otras constantes como la calidad de su ambiente y de su forma de vida), en encontrar los argumentos de diferenciación como producto, en instalarlos en una "marca" propia, a partir de investigar el mercado en las distintas épocas del año, en definir el perfil y las variaciones en las motivaciones del usuario potencial y los niveles de satisfacción del usuario real, en cuantificar los comportamientos y su evolución (generando información estadística con sentido estratégico) y segmentar la oferta en función de las distintas motivaciones que lo consolidan como turista (descanso, tranquilidad, etc.), no sólo en el período de sus clásicas vacaciones.

Otra estrategia hoy inexplorada en forma estructurada y orgánica, es la de **captar al usuario de paso por la Ruta Nacional 8**, siendo imprescindible saber a dónde va, porqué, de dónde viene, cuánto tarda, cuáles son sus tiempos, cuántas veces está dispuesto a parar en el camino y para qué. Con estos elementos, el lugar de la ruta que logre sintetizar los diversos requerimientos, será el elegido, y tratándose de un mercado potencial importante, vale la pena trabajar para serlo.

Esto significa competencia, y ésta puede ser entre restaurantes, o entre estaciones de servicio diseminadas a lo largo de toda la ruta, en el caso de particulares, o entre centros de servicios al viajero en automóvil, al transporte de pasajeros y/o al de carga, que ofrezcan estación de servicio, gastronomía, sala de primeros auxilios, ambulancias, seguridad (policía), comunicaciones, sanitarios, mecánica, gomería y estacionamiento. O de éstos entre sí.

Capitán Sarmiento puede ser un espectador de esa competencia, dejando para otros el libre juego de la oferta y la demanda. O entender que participar en forma estructurada y organizada puede ser un beneficio interesante para su economía (y por ende para su Comunidad). Que ser un referente de jerarquía en la ruta puede significar el ingreso de divisas muy importantes para el Partido, con los puestos de trabajo generados en forma directa e indirecta, y el mejoramiento de la calidad de los actuales, que esto significa.

Por eso es interesante imaginar sobre la Ruta Nacional 8 un centro de servicios y productos para el turismo y el usuario de paso, que tuviera básicamente la vocación de captarlo. Pero es necesario entender que para tener éxito hay que diferenciarse, sobresalir y competir: con servicios privados de otros puntos de la ruta, y eventualmente con otras ciudades que pudieran razonar en forma semejante.

Y este es un desafío a la Comunidad de Capitán Sarmiento para poder organizarse, entender el tema desde una "sociedad" para el progreso colectivo, reclamarle la participación a cada uno de los factores que puedan ser determinantes, y concentrar en un lugar la máxima potencia de la oferta de servicios y productos que pueda tener el partido para el usuario de la ruta.

Un centro de captación para el usuario de paso no significa un edificio, ni un complejo; tiene el mismo significado que el centro de una ciudad: es una concentración de oferta que incluso compite entre sí. Y en un centro de esas características debieran estar todos los servicios que hoy están, más los establecimientos futuros, más los productos que son "marca registrada Capitán Sarmiento " y que hoy no se explotan en forma intensiva.

Al respecto, es interesante pensar en productos artesanales, como los quesos, miel o artesanías que caractericen al partido (como en Mar del Plata se venden los alfajores que uno siempre lleva para regalo, aunque los pueda comprar de la misma marca en el quiosco de su barrio).

Pero todo junto; con una estrategia común que los estructure, controle y organice bajo la "marca Capitán Sarmiento ", donde valga la pena para el usuario de la ruta parar en Capitán Sarmiento en el viaje, mucho más que en otro lugar, y donde valga la pena para el empresario inversor, exponer, promover, y vender, más que en otro lugar, aún cuando tenga competencia, porque el mercado potencial es lo suficientemente importante.

Es interesante discutir con la Cámara de Industria, Comercio, Bienes Raíces y Afines la promoción, el apoyo y el respaldo con medidas concretas a actividades comerciales y de servicios comerciales para los usuarios de la ruta que protejan emprendimientos locales y perfilen a Capitán Sarmiento como centro de servicios a la ruta.

Otro eje pasa por la **incorporación del turismo diurno o de excursión**, el turista que usa los ámbitos turísticos pero no pernocta, para que comience a gastar localmente. Si acentuamos el concepto de región, Capitán Sarmiento puede usufructuar los escasos kilómetros que la separan de otros centros turísticos, formando parte de un circuito "de día" que multiplique los potenciales consumidores.

En síntesis, toda la oferta descrita, conjugada con el perfil motivacional del "cliente" de Capitán Sarmiento, definen los ejes de la discusión sobre la potenciación del turismo y su importancia para la economía local:

- **La prolongación de los períodos de permanencia**, como consecuencia de una oferta que motive al turista, para que su estadía sea significativa como renta.
- **La multiplicación y segmentación de la oferta local**, sumando otros atractivos turísticos como por ejemplo el turismo rural o ecoturismo, las fiestas tradicionalistas, los encuentros de música popular, etc., buscando el incremento del número de turistas.
- **La captación del consumo del viajero "en tránsito"** por la ruta nacional 8, aunque su destino final no sea Capitán Sarmiento, ofreciéndole lo que precisa o está dispuesto a consumir en su viaje.
- **El incremento del turismo diurno o de excursión**, usufructuando los escasos kilómetros que separan a Capitán Sarmiento del Area Metropolitana, formando parte de un circuito "de día" que multiplique los potenciales consumidores, para que comiencen a gastar localmente.

Otras obras y acciones reforzarían el camino emprendido para consolidar una estrategia de desarrollo sustentable del turismo en Capitán Sarmiento:

- Fortalecer el rol del Municipio como promotor del desarrollo local, procurando una planificación y gestión participativa, con un marco regulatorio integral y de promoción del turismo local. Al respecto, es importante profundizar la participación de los distintos sectores representativos de la comunidad con el fin de consensuar una estrategia de desarrollo sustentable del turismo en Capitán Sarmiento.
- Generar información estadística con sentido estratégico, a partir de investigar el mercado turístico potencial y real del partido; siendo necesario realizar encuestas que permitan definir con mayor profundidad el perfil del turista real y potencial, en cuanto a las características del grupo turístico (número de integrantes, etc.) y del turista (motivación del destino, etc.), servicios utilizados (servicio de playa, etc.), grado de satisfacción (calidad y precio del servicio de playa, etc.) y percepción y valoración del turista (respecto de las condiciones de playa, etc.), iniciando además nuevos estudios en los centros emisores detectados.
- Capacitar específicamente a todos los segmentos relacionados con los servicios turísticos de: alojamiento, restauración, esparcimiento, playa, transporte, información, etc. y de los propios agentes públicos (municipales, etc.) que actúan en el territorio, en la búsqueda de una mayor profesionalización para mejorar la calidad del servicio turístico.
- Utilizar los espacios con alta convocatoria de público de las principales ciudades del Area Metropolitana para distribuir material turístico local, siendo importante la entrega de folletería turística en Capital Federal, La Plata, etc.
- Ampliar la oferta de eventos en los meses de temporada baja, especialmente aquellos relacionados con los activos culturales de Capitán Sarmiento (exposiciones rurales, festivales de danza y canto, fogones, jineteadas, peñas, etc.)
- Crear un Consejo Promotor de convenciones, congresos y eventos, para organizar campeonatos de deportes hípicas, eventos culturales y congresos profesionales, universitarios, políticos, empresarios, etc. que complementen los que ya existen y comprometan la infraestructura de Capitán Sarmiento.
- Incentivar el turismo ecológico y rural, aprovechando las numerosas estancias de gran belleza natural que existen en el partido, para aportar desde esta actividad al crecimiento de la actividad económica y a la generación de puestos de trabajo, especialmente en las poblaciones rurales.
- Incentivar el agroturismo como turismo de granjas que promueva y refuerce las actividades agrícolas intensivas, fundamentalmente el tambo.
- Incentivar el turismo científico y educativo promoviendo los viajes temáticos (historia, flora, fauna, etc.), acordes con las currículas de estudio.
- Incentivar el turismo organizado de la tercera edad, adolescentes y estudiantes en distintas épocas del año, complementando la recreación con lo educativo.
- Rejerarquizar los circuitos turísticos de Capitán Sarmiento, que conjugan la utilización y el disfrute de las bondades naturales con el conocimiento de las particularidades históricas locales.
- Diseñar, promover y difundir una marca que diferencie e identifique a Capitán Sarmiento y a todos sus productos, actos y gestiones de modo de potenciar su presencia y recuerdo en todo medio.

CAPITAN SARMIENTO: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo

EL SECTOR INDUSTRIAL

EL SECTOR INDUSTRIAL

Caracterización global de la industria

Las actividades industriales, como todas las actividades económicas son clasificadas por el INDEC de acuerdo a un código internacional denominado CIIU, el Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme. El INDEC por disposición 024/91 reagrupó las actividades industriales en 126 agrupamientos (CIIU Revisión 3) y con ese ordenamiento clasificó la información en el Censo Económico de 1994. Sin embargo, los censos económicos anteriores clasificaron a la industria en 172 actividades, nucleadas en los 9 grandes agrupamientos que indican los cuadros, y este es el orden que mantendremos a los efectos de compararlas y poder seguir su evolución:

31: Productos alimenticios, bebidas y tabaco.
32: Textiles, prendas de vestir e industrias del cuero.
33: Industria de la madera y productos de la madera incluido muebles.
34: Fabricación de papel y productos del papel, imprentas y editoriales.
35: Fabricación de sustancias químicas, y de productos químicos derivados del petróleo, carbón, caucho y plástico.
36: Fabricación de productos minerales no metálicos, exceptuando los derivados del petróleo y del carbón.
37: Industrias metálicas básicas.
38: Fabricación de productos metálicos, maquinarias y equipos.
39: Otras industrias manufactureras.

Según el Anuario 1994 de la Organización Internacional del Trabajo, nuestro país se ubica entre aquellos en los que más decreció el empleo industrial en el último período intercensal económico: 1985-1994), con un -18,6% (11,7% en el trienio 92-94) contra un promedio en 29 países de +6,1%, entre los que se incluyen nuestros socios del MERCOSUR y Chile, con tendencia marcadamente positiva.

Evolución de la ocupación industrial en el período 1985-1994

PAÍS	1985	1994	VARIACIÓN (%)
Hong Kong	918.000	600.400	-34,7
Argentina	1.381.800	1.124.600	-18,6
Suecia	958.000	794.000	-17,1
Francia	5.042.000	4.314.300	-14,4
Canadá	1.954.000	1.800.000	-7,9
Bélgica	814.800	751.700	-7,7
EE UU	20.995.000	19.557.000	-6,8
Sudáfrica	1.477.900	1.400.500	-5,2
Australia	1.145.300	1.093.500	-4,5
España	2.512.600	2.401.700	-4,4
Italia	4.881.000	4.679.000	-4,1
Austria	920.600	907.200	-1,5
Portugal	1.019.500	1.042.500	2,3
Grecia	679.100	698.800	2,9
Chipre	44.000	45.500	3,4
Japón	14.380.000	15.300.000	6,4
Dinamarca	482.200	534.000	10,7
Alemania	8.318.000	9.255.000	11,3
Puerto Rico	143.000	168.000	17,5
Israel	306.100	366.400	19,7
Singapur	348.100	429.500	23,4
Uruguay	189.900	242.000	27,4
Brasil	7.136.000	9.410.000	31,9
Indonesia	5.795.900	7.847.600	35,4
Corea	3.348.000	4.583.000	36,9
Turquía	1.150.300	1.641.800	42,7
Venezuela	726.800	1.090.400	50,0
Paraguay	64.600	100.700	55,8
Chile	494.700	835.300	68,8
TOTAL	87.628.700	93.014.400	6,1

Evolución histórica de la industria en el país

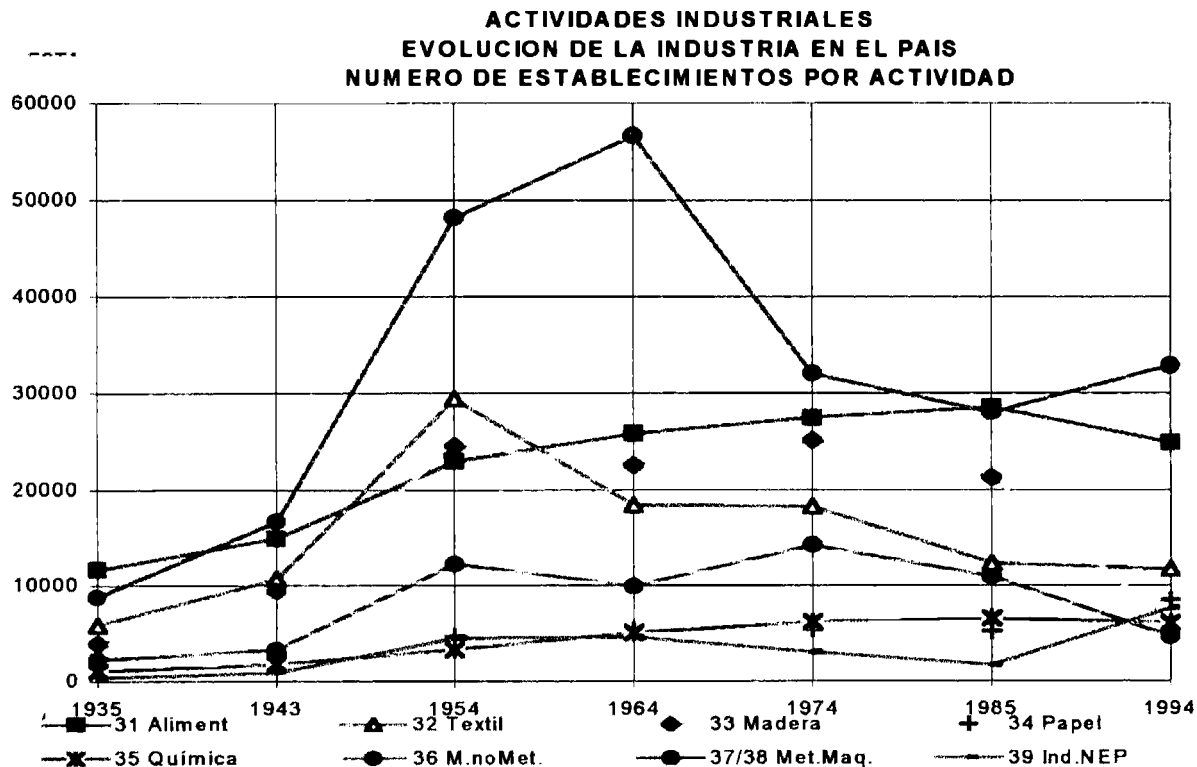
Antes de desarrollar un pormenorizado análisis de la composición actual de las actividades industriales en el país, la provincia y el partido de Suipacha es interesante hacer una rápida recorrida por la evolución histórica nacional, de modo de comprender las escalas de participación de los grandes agrupamientos industriales y las tendencias que muestran los registros oficiales en lo que va del siglo.

El agrupamiento de alimentos y bebidas tuvo un proceso constante de crecimiento en el período '35-'85, con un pico marcado entre el '35 y el '45 tanto en cantidad de establecimientos como en personal ocupado, decreciendo en la última década, tanto en establecimientos como en puestos de trabajo.

El agrupamiento de textiles y prendas de vestir tuvo un proceso constante de marcado crecimiento en el período '35-'54, donde se produce un punto de inflexión que marca la declinación de la actividad hasta hoy (con alguna recuperación entre el '65 y el '75 y un marcado descenso en la última década), tanto en cantidad de establecimientos como en personal ocupado.

Establecimientos en los censos económicos por grupo de actividad.

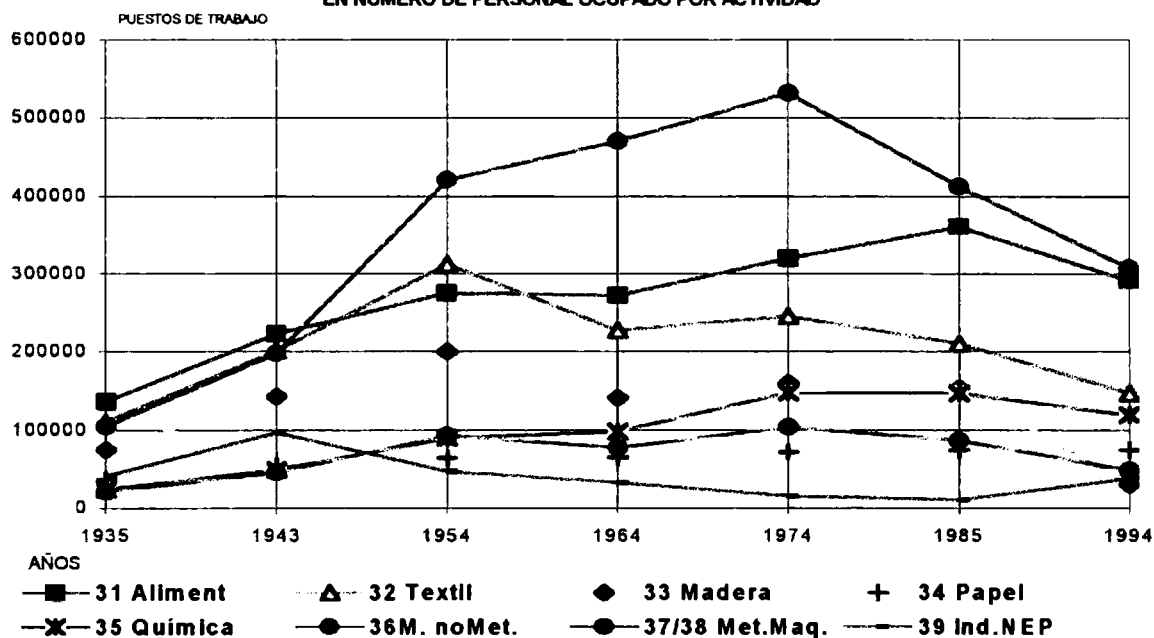
CODIGO CIIU ACTIVIDAD/año	1.935	1.943	1.954	1.964	1.974	1.985	1994
31 alimentos y bebidas	11.592	14.950	22.932	25.849	27.462	28.499	24.828
32 textil y prenas de vestir	5.814	10.713	29.413	18.466	18.310	12.353	11.721
33 madera, prod. Madera, mueb	3.976	6.487	19.943	17.347	19.688	16.116	6.121
34 papel prod.uctos de imprenta	2.408	2.983	4.643	5.267	5.444	5.204	8.430
35 Sust. prod. químicos	1.033	1.854	3.304	5.057	6.217	6.556	6.061
36 Prod. min. no metálicos	2.259	3.289	12.281	9.923	14.216	10.923	4.615
37 Ind. metal. básicas y 38 Prod metálic. maquin.	8.791	16.712	48.215	56.688	32.058	28.055	32.856
39 otr. indus. manufac.	386	875	4.480	4.574	2.993	1.670	7.600
TOTAL	37.965	60.766	148.371	143.057	126.388	109.376	102.232



Personal ocupado en los censos económicos por grupo de actividad.

CODIGO CIIU ACTIVIDAD/año	1.935	1.943	1.954	1.964	1.974	1.985	1994
31 alimentos y bebidas	136037	223260	275714	271968	320364	360638	291627
32 textil y prendas de vestir	109821	201774	312200	227743	245718	210861	146832
33 madera prod. muebles	37485	88598	135766	75774	87621	79584	30450
34 papel prod. E imprent.a	37176	53914	64442	65409	72199	74421	74293
35 Sustancias prod. químicos	24588	49377	89960	98629	147843	146828	119233
36 Prod. min. no metálicos	21395	45593	93104	77683	103754	86561	48664
37 Ind metal. básica y							
38 Prod metáli. maquinarias	104430	197992	421207	470295	532410	412802	307592
39 otras indus. manufacturas	40873	96451	46936	32619	15312	10110	38076
TOTAL	511805	956959	1439329	1320120	1525221	1381805	1056767

ACTIVIDADES INDUSTRIALES EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA EN EL PAÍS EN NÚMERO DE PERSONAL OCUPADO POR ACTIVIDAD



El agrupamiento de madera y productos de la madera tuvo un proceso constante de marcado crecimiento en el período '35-'55, donde se produce un punto de inflexión que marca la declinación de la actividad hasta hoy, tanto en cantidad de establecimientos como en personal ocupado.

El agrupamiento de papel y productos del papel e imprentas tuvo un proceso lento pero constante de crecimiento en el período '35-'55, donde entra en una meseta prácticamente sin variantes de la actividad hasta el '85 (con alguna recuperación entre el '65 y el '75), cuando comienza a declinar, tanto en cantidad de establecimientos como en personal ocupado.

El agrupamiento de sustancias y productos químicos tuvo un proceso marcado y constante de crecimiento en el período '35-'74, donde entra en una meseta prácticamente sin variantes en la actividad hasta hoy en cantidad de establecimientos, aunque el personal ocupado declina en la última década.

El agrupamiento de minerales no metálicos tuvo un proceso constante de marcado crecimiento en el periodo '35-'55, en particular en la década '45-'55, donde se produce un punto de inflexión y comienzan leves oscilaciones en el periodo '55-'75 - primero declinando ('55-'65), luego recuperándose ('65-'75)- en el periodo '74-'95 el proceso es de marcado achicamiento, tanto en cantidad de establecimientos como en personal ocupado.

El agrupamiento de industrias metálicas básicas, y en particular de productos metálicos, maquinarias y equipos incluyendo automotores tuvo un proceso constante de marcado crecimiento en el periodo '35-'75, en particular en la década '45-'55, donde se produce un punto de inflexión que marca la declinación de la actividad hasta hoy en cantidad de personal ocupado (los establecimientos habían comenzado a mermar ya después del '65, lo que indicaría que los más grandes crecieron y desaparecieron los más pequeños, con una recuperación en la última década - teniendo en cuenta que se censaron incluyendo otras industrias).

El agrupamiento de las otras industrias manufactureras tuvo un proceso de crecimiento en el periodo '35-'55 en cantidad de establecimientos y hasta el '45 en cantidad de personal, donde se produce un punto de inflexión que marca la declinación de la actividad hasta hoy, en cantidad de establecimientos y en particular de personal ocupado.

Evolución de la incidencia del empleo industrial en la Población Económicamente Activa

año	población total	tasa. crec. anual	P.E.A. (%)	P.E.A.	empleo ind.	% sobre P.E.A.
1954	17.995.479	1,79	*38,5	6.928.259	1.439.329	20,77
1964	21.288.720	1,56	*38,5	8.196.157	1.320.120	16,11
1974	25.100.106	1,81	*38,5	9.663.540	1.525.221	15,78
1985	30.062.869	1,47	*38,5	11.574.204	1.381.805	11,94
1994	34.075.120	1,47	40,8	13.902.649	1.124.642	8,10

*se estima según el último dato disponible

Según datos de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación, en el periodo '70/'96 se perdieron unos 800.000 puestos de trabajo industriales: 205 bajas en la década del '70, 395.000 bajas en la década del '80 y 195.000 bajas hasta el '96.

Por otra parte, en el Cuadro siguiente se sintetiza parte de la información suministrada por *la Encuesta Industrial Anual del INDEC, Resultados definitivos de 1994 y Anticipados de 1996*. Puede observarse que el proceso de disminución de empleos en el sector (en el universo de locales con 10 o más asalariados) se profundiza en 1995 de manera significativa, con una pérdida de empleos real de 45.301 puestos de trabajo, es decir con una variación de -0,6% en el periodo 1994-95.

Una de las explicaciones de este comportamiento lo constituye la crisis financiera mexicana que en el año 1995 incidió en mayor o menor medida sobre los denominados "mercados emergentes". Como dato sobresaliente vale recordar que, a precios de 1986, el PBI general del país disminuyó el 4,6%, en tanto que el PBI manufacturero tuvo una merma del 7,5%.

Queda claro que la incidencia en 1995 del "efecto Tequila", entre otros aspectos produjo - respecto del año anterior-, una reducción de puestos de empleos del -0,6 %, una caída del valor de la producción del -4,4, una disminución del personal asalariado del 6% (en este sentido es muy importante señalar que de las 22 ramas industriales se verificaron reducciones en 18 de ellas¹), una merma también en las remuneraciones de -6,1%, con una poco significativa caída del promedio anual de sueldos y salarios por asalariado (-0.1).

¹ Para profundizar esta información consultar *la EIA 1995-1996, Instituto Nacional de Estadísticas y censos, Secretaría de Programación Económica, Ministerio de Obras y Servicios Públicos.*

Síntesis Industria Manufacturera, en locales con 10 o más asalariados. Totales del país, 1993/1995.

Ind. Manufacturera, en locales con 10 o + asalariados, a nivel gral.	1993(1)	1994(2)	1995(3)	Variación 1993/94	Variación 1994/95
Puestos de trabajo del personal asalariado	753.676	757.045	711.744	0.3	-6.0
Valor de la producción (en miles de \$)	82.085.453	90.296.988	86.343.925	10.0	-4.4
Remuneración al trabajo del personal asalariado (en miles de \$)	11.678.013	12.025.252	11.299.252	3.0	-6.0
Sueldos y salarios del personal asalariado (en miles de \$)	8.637.819	9.479.546	8.903.448	9.7	-6.1
Promedio anual: sueldos y salarios por asalariado (en miles de \$)	11.446	12.522	12.509	9.4	-0.1

(1)Censo Nacional Económico (No incluye unidades auxiliares). (2)Encuesta Industrial Anual 1995. (3) Encuesta Industrial Anual 1996.

1974-1985-1994: Tendencias de las actividades industriales en el país y la provincia

Según el censo nacional económico de 1985, hace ya más de una década, trabajaban en la industria nacional, o mejor dicho, en actividades manufactureras, cerca de 1.400.000 personas (de las cuales el 85% eran asalariados), nucleadas en unos 110.000 establecimientos.

Ya en ese momento, la tendencia que soportaba el sector era de achicamiento, con un 9,4% menos de puestos de trabajo respecto a 1974 (censo económico anterior) y un 13,5% menos de establecimientos, lo que mostró un crecimiento del tamaño medio de los establecimientos.

En el Censo Económico de 1994 se registraron 102.232 establecimientos (6,5% menos en 1994 respecto de 1985 y un 19% menos que en 1974) que emplearon 1.056.767 trabajadores (un 23,5% menos que en 1985 y un 30,7% menos que en 1974). El tamaño medio global fue de 12 puestos de trabajo por establecimiento en 1974, de 12,6 pt./est. en 1985 y de 10,3 pt./est. en 1994. Sin embargo, sólo el 4% de los establecimientos, unos 3.070 tienen más de 50 ocupados (con 863 que industrializan alimentos, bebidas y tabaco y 506 de la rama textil, del calzado y del cuero), e involucran el 54% de la fuerza laboral.

Estas proyecciones se mantenían en la provincia, donde en 1985, 611.596 personas trabajaban en actividades manufactureras, nucleadas en 40.695 establecimientos, también con un 10,9% menos de puestos de trabajo que en 1974 y con un 12,5% menos de establecimientos.

En el Censo Económico de 1994 se registraron en la provincia 41.202 establecimientos (1,2% más en 1994 respecto de 1985 y un 11,4% menos que en 1974) que emplearon 490.896 trabajadores (un 19,7% menos que en 1985 y un 28,5% menos que en 1974). El tamaño medio global fue de 14,8 puestos de trabajo por establecimiento en 1974, de 15,0 pt./est. en 1985 y de 11,9 pt./est. en 1994.

Previo al análisis particularizado local, es interesante recorrer la participación relativa y evolución de al menos los grandes grupos de actividades industriales en el total de establecimientos y de puestos de trabajo generados, para entender su importancia estratégica, así como su evolución en las últimas dos décadas, ya que el Estado no genera datos en períodos más cortos que los intercensales, es decir de 10 años, para toda la industria (sólo para establecimientos de más de 30 puestos de trabajo, lo que deja afuera a la inmensa mayoría de la micro, pequeña y mediana empresa, que componen la estructura más importante de la mayoría de las economías locales), para suponer tendencias y dimensionar su evolución.

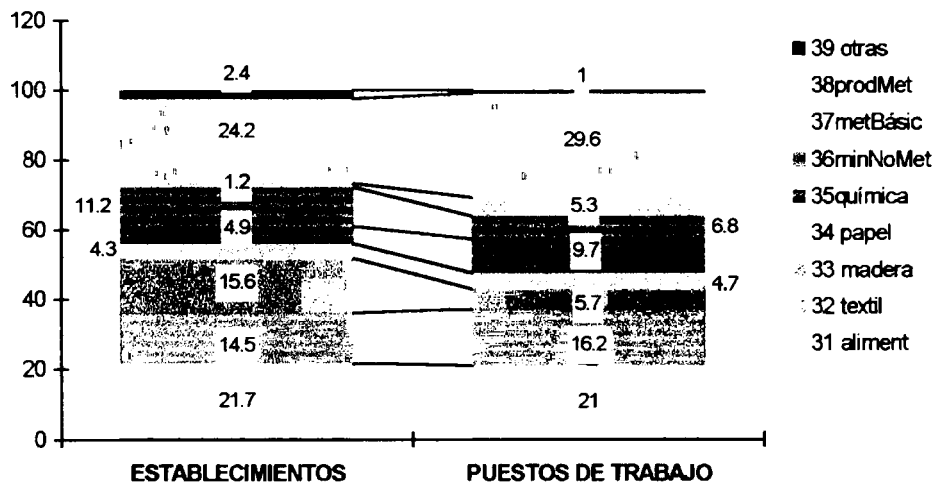
1974: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

Agrupamiento CODIGO CIIU	Provincia Buenos Aires				PAÍS			
	Establec	%	Personal	%	Establec	%	personal	%
31alimentos y bebidas	8.639	18,6	120.610	17,6	27.462	21,7	320.370	21,1
32textil y prendas	6.876	14,8	104.163	15,1	18.310	14,5	245.722	16,2
33madera mueb.	7.067	15,2	30.212	4,4	19.688	15,6	87.625	5,7
34papel e imprentas	1.620	3,5	22.061	3,2	5.444	4,3	72.199	4,7
35prod. químicos	2.999	6,5	90.608	13,2	6.217	4,9	147.843	9,7
36min. no metálicos	4.504	9,6	48.176	7,0	14.216	11,2	103.758	6,8
37metal. Básica	1.115	2,4	39.349	5,7	1.498	1,2	80.829	5,3
38prod. metálicos	12.643	27,2	225.307	32,8	30.560	24,2	451.599	29,6
39 otr. ind. Manufact	1.043	2,2	6.288	1,0	2.993	2,4	15.312	1,0
TOTAL	46.506	100	686.774	100	126.388	100	1.525.257	100

La Provincia de Buenos Aires tiene el 36,8% de los establecimientos industriales del país, y el 45% de sus puestos de trabajo.

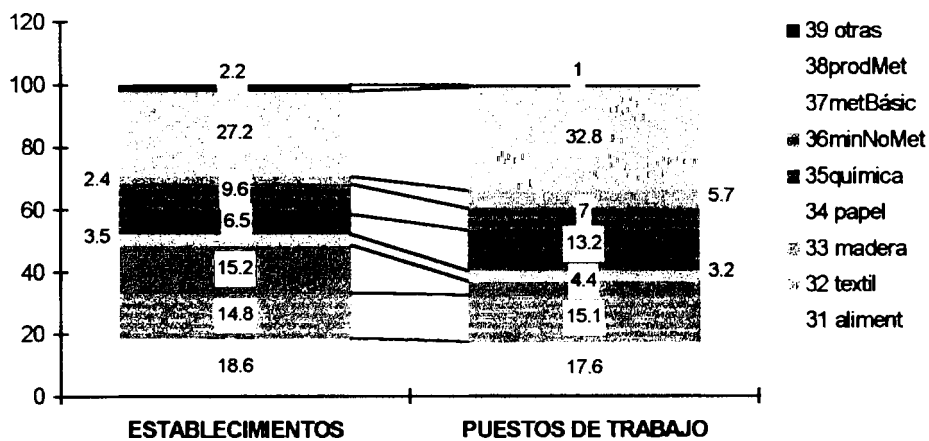
1974: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL PAÍS

COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1974: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA

COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD

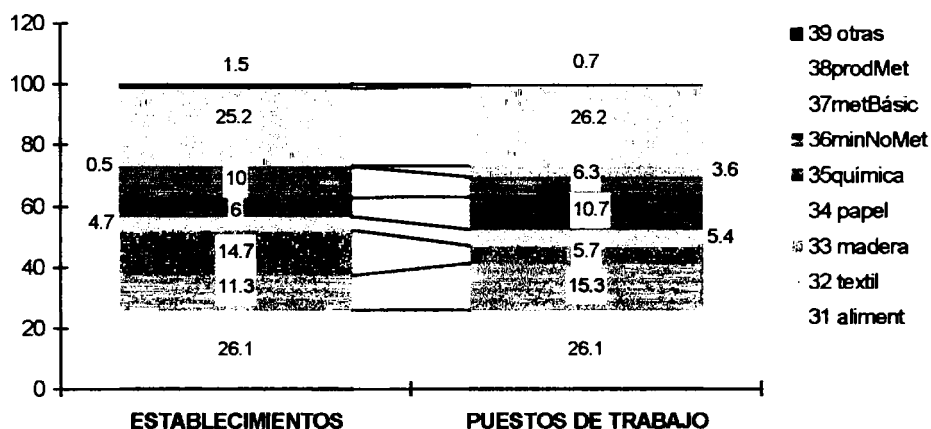


1985: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

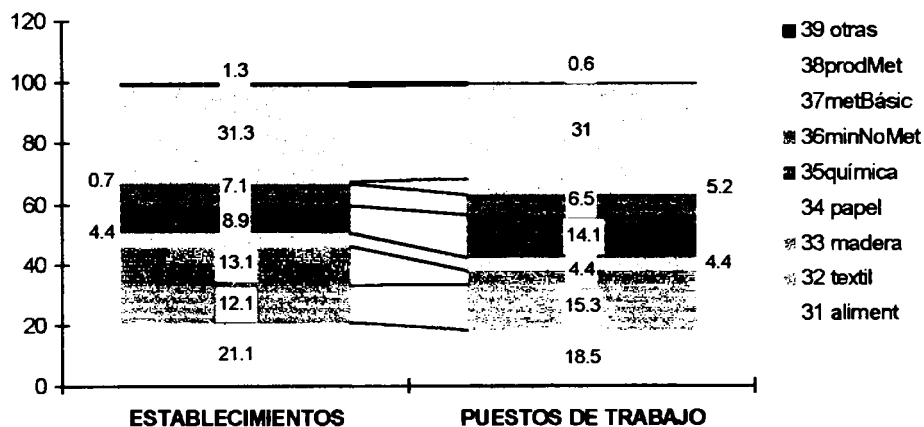
Agrupamiento CODIGOS CIU	Provincia Buenos Aires				PAÍS			
	establec	%	personal	%	Establec.	%	personal	%
31alimentos y bebidas	8.568	21,1	113.150	18,5	28.498	26,1	360.630	26,1
32textil y prendas	4.902	12,1	93.701	15,3	12.358	11,3	211.368	15,3
33madera muebles	5.295	13,1	26.829	4,4	16.116	14,7	79.118	5,7
34papel imprentas	1.794	4,4	26.907	4,4	5.206	4,7	74.490	5,4
35prod. químicos	3.657	8,9	86.246	14,1	6.556	6,0	146.836	10,7
36min. no metálicos	2.916	7,1	39.738	6,5	10.919	10,0	86.558	6,3
37metál. básica	314	0,7	31.467	5,2	536	0,5	50.334	3,6
38prod. metálicos	12.722	31,3	189.619	31,0	27.519	25,2	362.439	26,2
39 otr ind Manufact.	527	1,3	3.939	0,6	1.668	1,5	10.073	0,7
TOTAL	40.695	100	611.596	100	109.376	100	1.381.846	100

La Provincia de Buenos Aires tiene el 37,2% de los establecimientos industriales del país, y el 46,5% de sus puestos de trabajo, pero genera el 53% de la producción.

1985: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL PAÍS COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1985: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1994: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

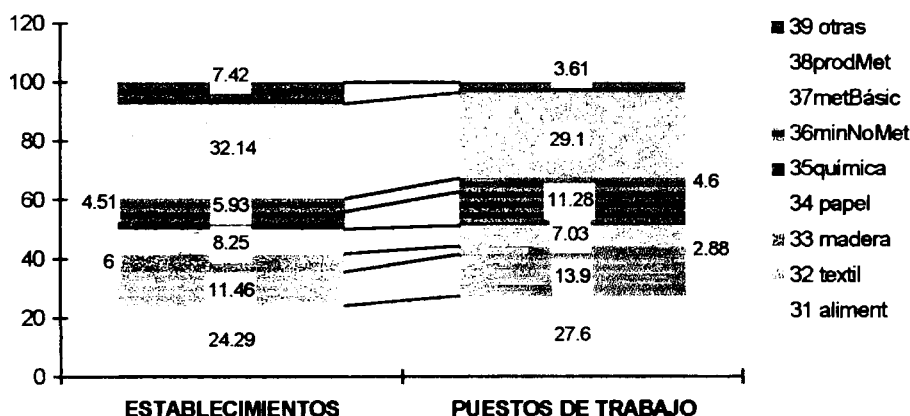
Agrupamiento	Provincia Buenos Aires				PAIS			
	establec	%	personal	%	establec	%	personal	%
31alimen. bebi.	8.344	22,19	95.061	21,50	24.828	24,29	291.627	27,60
32text. prendas	4.190	11,15	58.751	13,29	11.721	11,46	146.832	13,90
33madera mueb.	4.538	12,06	33.307	7,55	6.121	6,00	30.450	2,88
34papel impre.					8.430	8,25	74.293	7,03
35prod. químic.	3.300	8,77	66.671	15,08	6.061	5,93	119.233	11,28
36min. no metál.	1.236	3,28	21.078	4,76	4.615	4,51	48.664	4,60
37metál. basic.	15.998	42,55	167.246	37,82	32.856	32,14	307.592	29,10
38prod. metáli.								
39 otr. ind. man.					7.600	7,42	38.076	3,61
TOTAL	*37.606	100,0	*442.114	100,0	102.232	100,0	1.056.767	100,0

*No incluye establecimientos y puestos de trabajo sin clasificación sectorial detallada.

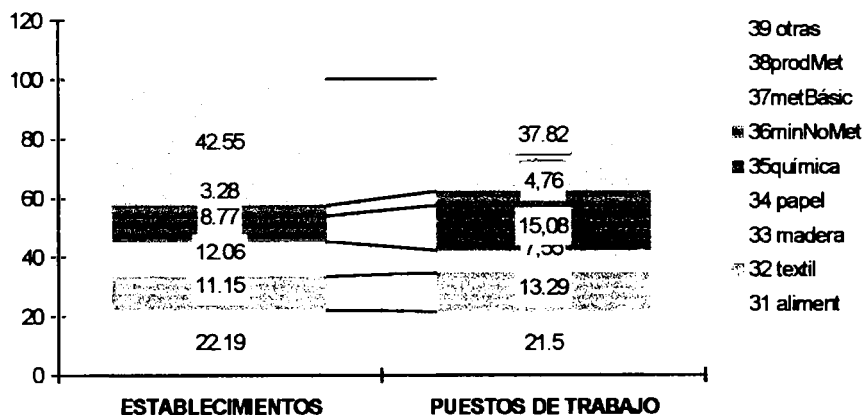
En la Provincia el total de establecimientos sería de 41.202 y los puestos de trabajo 490.896.

La Provincia de Buenos Aires tiene el 39,3% de los establecimientos industriales del país y ocupan al 43,6% de la mano de obra.

1994: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL PAÍS COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1994: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



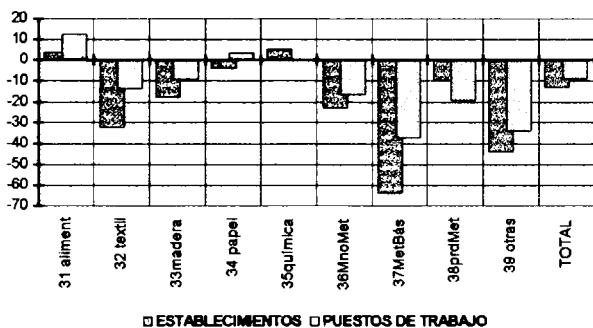
1974-1985-1994: Evolución de los establecimientos y puestos de trabajo (%)

Agrupamiento CODIGO CIIU	Provincia de Buenos Aires				País			
	establ.	%	Personal	%	Establ	%	personal	%
	1985	1994	1985	1994	1985	1994	1985	1994
31alimentos y bebidas	-0,8	-2,6	-6,2	-16,0	+3,8	-12,8	+12,5	-19,1
32 textil y prendas	-28,7	-14,5	-10,0	-37,3	-32,5	-5,1	-14,0	-30,4
33 madera muebles	-25,0	-36,0	-11,2	-38,0	-18,1	-62,0	-9,7	-61,7
34 papel e imprenta	+10,7		+21,2		-4,3	62,0	+3,2	-0,2
35 prod. químicos	+22,0	-9,8	-4,8	-22,7	+5,4	-7,5	-0,7	-18,8
36 min. no metálicos	-35,2	-57,6	-17,5	-47,0	-23,2	-57,7	-16,6	-43,8
37 metal. básica	-72,0		-20,0		-64,23		-7,7	
38 prod. metálicos	+0,6	+18,0	-15,8	-25,7	-9,9	+17,1	-19,7	-25,5
39 otr. ind. man.	-50,0		-37,3		-44,2	+355,0	-34,2	+276,6
TOTAL	-12,5	+1,2	-10,9	-19,7	-13,5	-6,5	-9,4	-23,5

Se considera la evolución referida al censo inmediato anterior: 1985 de 1974 y 1994 de 1985

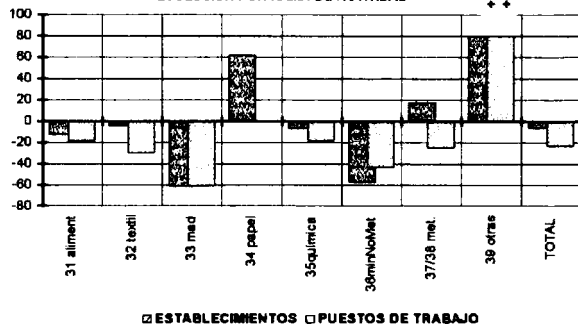
1974-85: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL PAÍS

EVOLUCIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



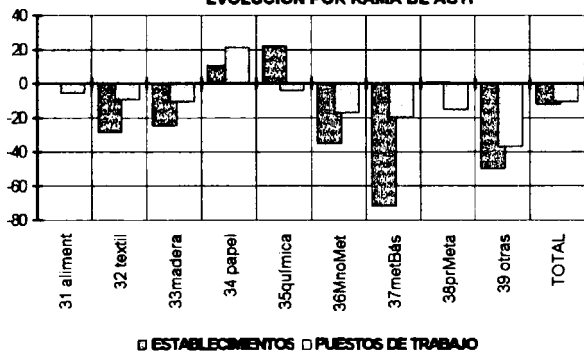
1985-94: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL PAÍS

EVOLUCIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



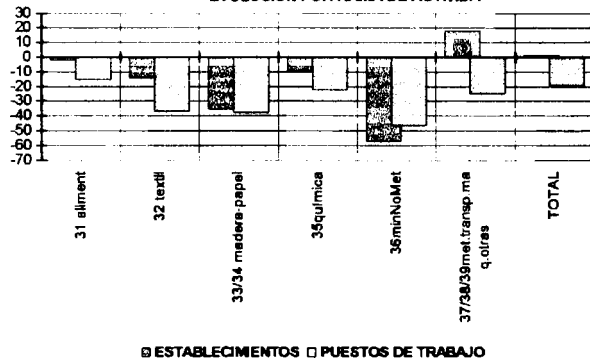
1974-85: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA

EVOLUCIÓN POR RAMA DE ACTI



1985-94: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA

EVOLUCIÓN POR RAMA DE ACTIVIDA



Como puede observarse, dos grandes grupos: La elaboración de Alimentos y Bebidas, y la Fabricación de Productos Metálicos, Maquinarias y Equipos incluyendo automotores, reúnen el 56% de los establecimientos y más del 57% del personal ocupado, tanto en el país como en la provincia (57%-59% respectivamente), aunque en el período '74-'85, el primer agrupamiento registró un leve crecimiento en el país y una leve caída en la provincia, tanto en

establecimientos como en ocupación, mientras que el segundo sufrió una expulsión de entre el 15 y 20% de los puestos de trabajo, y una menor disminución de los establecimientos (lo que vuelve a demostrar que sobrevivieron, e incluso crecieron, sólo los más grandes). Y en el período '85-'94 el primer agrupamiento registró en el país una caída del 19% en los puestos de trabajo y del 13% en la cantidad de establecimientos (en la provincia la disminución fue del 16 y del 2,6% respectivamente) y el segundo registró en el país una caída del 25% de los puestos de trabajo, aunque un crecimiento del 17% en los establecimientos -único indicador con tendencia positiva- lo que marcaría la crisis de los grandes establecimientos como las acerías de Bragado, Zapla y Somisa y la proliferación de pequeños establecimientos cuentapropistas como las carpinterías metálicas o las tornerías (en la provincia la disminución del empleo fue del 25,7% y el incremento de establecimientos del 18%).

El tercer grupo es el que fabrica Productos Textiles, Prendas de Vestir y Cuero; y el cuarto el que fabrica Productos Químicos, y Productos Químicos derivados del Petróleo, Carbón, Caucho y Plástico, que reúnen en el país el 25,2% de los puestos de trabajo y el 17,5% de los establecimientos (en la provincia el 28,4% y 20% respectivamente).

La diferencia en este caso es que, mientras que el primero registró una tendencia negativa, perdiendo en la última década en el país el 30,4% de los puestos de trabajo -el 40% respecto a 1974- y el 5,1% de los establecimientos -el 36% respecto de 1974-(en la última década en la provincia el 37,3% y el 14,5% respectivamente); el segundo mostró un cierto crecimiento en los establecimientos en el período 75-85 y una estabilidad en los puestos de trabajo (en la provincia +22% y -4,8% respectivamente), y en la última década un decrecimiento del 18,8% en los puestos de trabajo y del 7,5% en los establecimientos (en la provincia -22,7% y -9,8% respectivamente) tendencia francamente declinante pero muy inferior al agrupamiento textil. El sector petroquímico contrasta la tendencia declinante en el número de puestos de trabajo y de establecimientos con el crecimiento sostenido de su producción, acentuado en los últimos años, después de las mediciones del Censo.

Los tres grandes agrupamientos restantes: el de las industrias de la madera, del papel y el de los minerales no metálicos reúnen en total el 14,5% de la ocupación, y el 18,7% de los establecimientos (en la provincia el 12,3% y el 15,34% respectivamente), y la tendencia fue marcadamente negativa en todos los casos, salvo en la Fabricación de Papel, Imprentas y Editoriales, que registró un repunte de puestos de trabajo en el período 74-85, acompañando seguramente la apertura de Papel Prensa S.A., a fines de la década del '70, y un incremento de establecimientos en el período 85/94, aunque hoy aún sea un sector no afianzado, como lo demuestra la fijación de cupos a la importación para algún tipo de papel (obra, kraft, estucado, etc.) como medida extrema de protección. En la última década: 85-94, en el país la industria del papel y de la madera redujeron en conjunto un 31,7% la cantidad de establecimientos y en un 32,0% los puestos de trabajo (en la provincia -36% y -38% respectivamente), y la industria de los minerales no metálicos achicaron en el país la cantidad de establecimientos en un 58% y un 43,8% los puestos de trabajo (en la provincia -57,6% y -47% respectivamente).

En términos globales, el panorama de la participación y evolución de los sectores en la década '74-'85 se continúa en el período '85-'94 en un proceso de franco achicamiento, fundamentalmente en la cantidad de puestos de trabajo afectados a la industria formal, motivado por un lado por la natural automatización y modernización tecnológica de los procesos productivos con el consecuente trasvasamiento ocupacional al sector de servicios y por otro a un fuerte proceso de informalización de las actividades (cuentapropismo clandestino) y de trabajadores aún en establecimientos formales no declarando la totalidad de los puestos de trabajo (sin aportes jubilatorios ni cobertura social) en una búsqueda desleal de competitividad y una degradación franca de la calidad laboral.

Según la Encuesta Permanente de Hogares, también realizada por el INDEC, el porcentaje de asalariados a los cuales no se le efectúan aportes jubilatorios en la industria alcanza al 28,4% de los asalariados y según el CNE '94 los asalariados formales, el otro 71,6%, son 916.000, es decir que los informales serían 363.329.

La suma de asalariados informales, más formales, más cuentapropistas, patrones y socios reuniría 1.487.971 puestos de trabajo.

La distribución regional de la actividad industrial en la Provincia de Buenos Aires - C.N.E.1994

El Gran Buenos Aires (24 partidos), concentra el 68,63% de los establecimientos, el 75,55% del personal ocupado y genera el 73,15% del valor agregado.

Lo que podría denominarse la Cuenca del Abasto, que rodea al Gran Buenos Aires y se extiende en el corredor de la ruta 9, paralela al río Paraná (20 partidos), concentra el 8,02% de los establecimientos, el 10,69% del personal ocupado y genera el 14,29% del valor agregado.

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 32%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 15%, edición, impresión y grabados 7%, maderas excluidos muebles 6% y maquinarias y equipos NEP 6%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número alimentos y bebidas con el 34%, seguidos por sustancias y productos químicos 12%, Fabricación de metales 10%, productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 8%, y productos textiles 7%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte alimentos y bebidas 32%, las sustancias y productos químicos 25%, Fabricación de metales 12%, coque, productos de refinación de petróleo y combustible nuclear 8% y productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 5%.

Estas dos regiones definen la actividad manufacturera de la provincia, con el 76,65% de los establecimientos, el 86,24% del personal ocupado y el 87,44% del valor agregado. El resto de la provincia concentra el 23,35% de los establecimientos, el 13,76% del personal ocupado y genera el 12,56% del valor agregado.

El noroeste de la Provincia, que concentra partidos de la Pampa Arenosa, Pampa Ondulada y Transición a la Pampa Deprimida (34 partidos), concentra el 7,82% de los establecimientos, el 4,04% del personal ocupado y genera el 3,04% del valor agregado.

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 31%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 15%, maquinarias y equipos NEP 13%, edición, impresión y grabados 7%, maderas excluidos muebles 7%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número alimentos y bebidas con el 41%, seguidos por prendas de vestir 18%, maquinarias y equipos NEP 8%, productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 7%, y automotores, remolques y semi 6%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte alimentos y bebidas 61%, las prendas de vestir 9%, maquinarias y equipos NEP 6%, automotores remolques y semi 5% y sustancias y productos químicos 4%.

El centro este de la Provincia, que concentra partidos de la Pampa Deprimida (22 partidos), concentra el 1,89% de los establecimientos, el 1,05% del personal ocupado y genera el 0,83% del valor agregado, siendo la región con menor actividad.

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 34%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 17%, maquinarias y equipos NEP 10%, edición, impresión y grabados 9%, maderas excluidos muebles 7%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número alimentos y bebidas con el 53%, seguidos por prendas de vestir 19%, productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 8%, curtido de cueros, maletas y bolsos 6% y productos textiles 4%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte alimentos y bebidas 67%, las prendas de vestir 18%, productos textiles 4%, metales excluidos maquinarias y equipos 4% y curtido de cueros maletas y bolsos 3%.

El Centro de la Provincia, con partidos de la Pampa Deprimida y Tandil, (10 partidos), concentra el 3.11% de los establecimientos, el 2,34% del personal ocupado y genera el 2,56% del valor agregado.

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 29%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 17%, maquinarias y equipos NEP 12%, edición, impresión y grabados 7%, maderas excluidos muebles 7%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número minerales no metálicos 45% (cuencas cementera y canteras de piedras), alimentos y bebidas con el 19%, seguidos por automotores, remolques y semi 7%, fabricación de metales 6% y maquinarias y equipos NEP 6%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte minerales no metálicos 67%, alimentos y bebidas 9%, fabricación de metales 5%, maquinarias y equipos NEP 4%, prendas de vestir 4%.

Los partidos de la Costa (10 partidos), concentran el 5,63% de los establecimientos, el 3,65% del personal ocupado y generan el 2,62% del valor agregado (con muy baja participación de los tres municipios urbanos).

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 36%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 13%, maderas excluidos muebles 8%, maquinarias y equipos NEP 7%, maquinarias y equipos NEP 7%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número alimentos y bebidas con el 55%, seguidos por productos textiles 11%, maquinarias y equipos NEP 6%, edición, impresión y grabado 4%, productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 4%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte alimentos y bebidas 59%, los productos textiles 8%, maquinarias y equipos NEP 8%, maquinarias y aparatos electrónicos 4% y edición, impresión y grabado 4%.

Los partidos del sudoeste (15 partidos) concentran el 4.64% de los establecimientos, el 2,58% del personal ocupado y generan el 3,44% del valor agregado.

En la cantidad de establecimientos, encabezan el número los alimentos y bebidas con el 32%, seguidos por productos metálicos excluidos maquinarias y equipos 15%, maquinarias y equipos NEP 12%, edición, impresión y grabados 7%, muebles y otros 6%. En la cantidad de puestos de trabajo, encabezan el número alimentos y bebidas con el 37%, seguidos por curtido de cueros, maletas y bolsos 16%, sustancias y productos químicos 10%, productos metálicos excluidos maquinarias y equipos con el 6%, y edición impresión y grabado 5%. En la generación de Valor Agregado, encabezan el aporte alimentos y bebidas 26%, coque, productos de petróleo y combustible nuclear 25%, sustancias y productos químicos 22%, curtido de cueros maletas y bolsos 13% y edición, impresión y grabados 4%.

1974-1985-1994: Tendencias de las actividades industriales en el Gran Buenos Aires y en el resto de la provincia

Analicemos el comportamiento de los grandes agrupamientos industriales en el Gran Buenos Aires donde los Productos Metálicos lideran la incidencia proporcional, tanto en la cantidad de establecimientos como de puestos de trabajo, con el 45% y 41% respectivamente seguido de lejos por los Productos Alimenticios (17% y 17%), Productos Químicos (11% y 17%) y Productos Textiles (12% y 13%).

Los Productos Alimenticios y Bebidas aumentaron su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una estabilidad en el número de establecimientos en la década '74-'85 y un leve crecimiento en la última década, y un crecimiento del 20% en los puestos de trabajo en la década '74-'85 seguido por una caída del 20% en la última década.

Los Productos Textiles disminuyeron su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una caída permanente en el número de establecimientos y de puestos de trabajo que alcanzó el 43% en la última década.

Los Productos de Madera y los de Papel mantuvieron estable su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, aunque existió una caída permanente en el número de establecimientos (fue del 45% en el período '74-'85) y de puestos de trabajo, que alcanzó el 21% en la última década.

Los Productos Químicos mantuvieron estable su incidencia proporcional en el total de establecimientos y la aumentaron levemente en los puestos de trabajo, producto de un crecimiento en el número de establecimientos en la década '74-'85 y una leve caída en la última década, y a pesar de una leve caída en los puestos de trabajo en la década '74-'85 seguido por una caída del 20% en la última década.

Los Productos Minerales no Metálicos entre los que se incluyen los ladrillos y los productos de cemento, disminuyeron marcadamente su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una caída permanente en el número de establecimientos y de puestos de trabajo que alcanzó el 36% y 41% respectivamente en la última década.

Las Industrias Metálicas Básicas, los Productos Metálicos, Maquinarias, Equipos y las otras Industrias en conjunto, mantuvieron estable su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de un crecimiento en el número de establecimientos en la década '74-'85 y una leve caída en la última década y aunque existió una caída permanente en el número de puestos de trabajo, que alcanzó el 25% en la última década.

En promedio, la actividad industrial en el Gran Buenos Aires disminuyó levemente en el número de establecimientos, producto de una fuerte caída en el período '74-'85 seguida de una leve recuperación en la última década; y disminuyó marcadamente en los puestos de trabajo con una reducción del 12% en el período '74-'85, seguida por otra caída del 17% en la última década.

Analicemos por último, el comportamiento de los grandes agrupamientos industriales en el Resto de la Provincia de Buenos Aires, donde los Productos Alimenticios y los Metálicos se reparten la mayor incidencia en la cantidad de establecimientos con el 35% cada uno, y también

en los puestos de trabajo pero con el 33% para los Productos Alimenticios y con el 28% para los Metálicos.

Los Productos Alimenticios y Bebidas se mantuvieron estables en su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una estabilidad en el número de establecimientos en la década '74-'85 y una leve caída en la última década, y una caída del 21% en los puestos de trabajo en la década '74-'85 seguido por una caída del 25% en la última década, mucho más acentuada que en el Gran Buenos Aires.

Los Productos Textiles disminuyeron su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una caída del 48% en el número de establecimientos en el período '74-'85, seguida de una absoluta estabilidad en la última década, y de un leve crecimiento en los puestos de trabajo en el período '74-'85 seguido por una caída del 15% en la última década. Sin embargo, el proceso negativo no fue tan acentuado como en el Gran Buenos Aires y la incidencia del interior en el total del trabajo textil de la provincia pasó en 20 años del 18% al 27%.

Los Productos de Madera y los de Papel mantuvieron estable su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, aunque existió una caída en el número de establecimientos que fue del 51% en el período '74-'85 seguida de una estabilidad en la última década y una caída constante de los puestos de trabajo, que alcanzó el 19% en la última década.

Los Productos Químicos mantuvieron estable su incidencia proporcional en el total de establecimientos y de los puestos de trabajo, aunque sufrió una leve caída en el número de establecimientos en la década '74-'85 y una caída del 15% en la última década, y a pesar de una caída del 12% en los puestos de trabajo en la década '74-'85 seguido por una caída del 33% en la última década.

Los Productos Minerales no Metálicos entre los que se incluyen los ladrillos y los productos de cemento, disminuyeron marcadamente su incidencia proporcional tanto en el total de establecimientos como de puestos de trabajo, producto de una caída permanente en el número de establecimientos y de puestos de trabajo que alcanzó el 74% y 57% respectivamente en la última década.

Las Industrias Metálicas Básicas, los Productos Metálicos, Maquinarias, Equipos y las otras Industrias en conjunto, aumentaron su incidencia proporcional en el total de establecimientos y la mantuvieron estable en los puestos de trabajo, producto de un leve crecimiento en el número de establecimientos en la década '74-'85 y uno mayor del 20% en la última década y de un crecimiento del 18% en los puestos de trabajo en el período '74-'85 seguido de una caída del 44% en la última década.

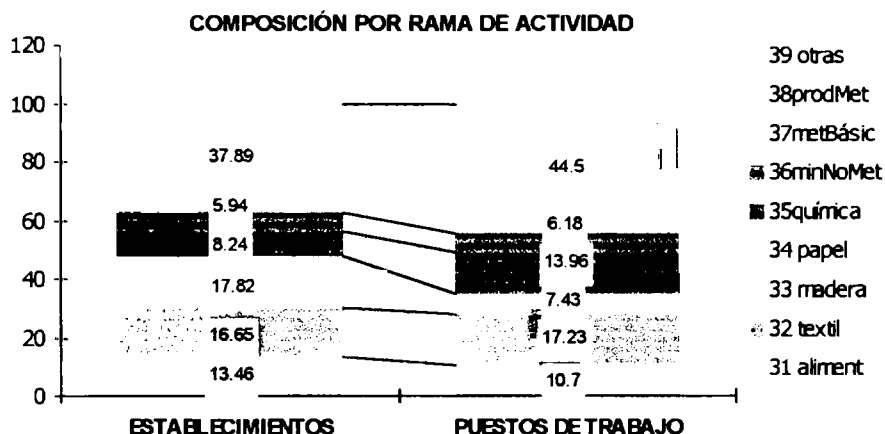
En promedio, la actividad industrial en el Resto de la Provincia de Buenos Aires disminuyó levemente en el número de establecimientos, producto de una fuerte caída en el período '74-'85 seguida de una leve recuperación en la última década; y disminuyó marcadamente en los puestos de trabajo con una reducción del 6% en el período '74-'85, seguida por otra caída del 28% en la última década.

1974: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

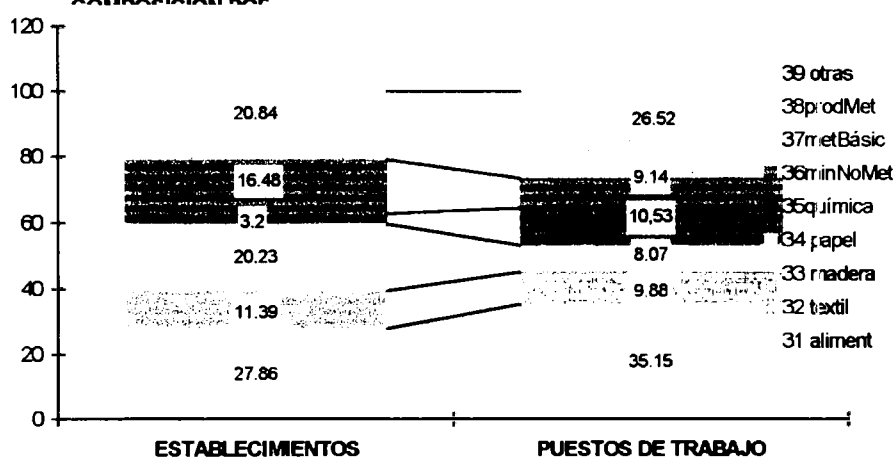
Agrupamiento CODIGO CIIU	Gran Buenos Aires				Resto de la Provincia			
	establec	%	personal	%	establec	%	personal	%
31 alimentos bebidas	4.038	13,46	52.867	10,70	4.601	27,86	67.743	35,15
32 textil y prendas	4.994	16,65	85.113	17,23	1.882	11,39	19.050	9,88
33 madera, muebles	5.345	17,82	36.731	7,43	3.342	20,23	15.542	8,07
34 papel e imprenta								
35 prod. Químicos	2.471	8,24	68.947	13,96	528	3,20	21.661	11,24
36 min. no metálicos	1.782	5,94	30.547	6,18	2.722	16,48	17.629	9,14
37 metal. básica								
38 prod. Metálicos	11.360	37,89	219.823	44,50	3.441	20,84	51.121	26,52
39 otr. ind. manufactura								
TOTAL	29.990	100,0	494.028	100,0	16.516	100,0	192.746	100,0

El Gran Buenos Aires tiene el 64,5% de los establecimientos industriales de la provincia y ocupan al 71,9% de la mano de obra.

1974: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL GRAN BUENOS AIRES



1974: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL RESTO DE LA PROVINCIA



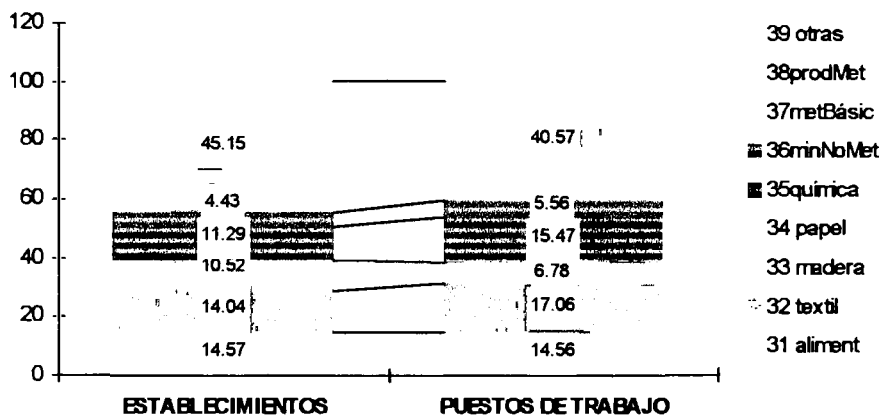
1985: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

Agrupamiento CODIGO CIU	Gran Buenos Aires				Resto de la Provincia			
	establec	%	personal	%	establec.	%	personal	%
31alimen. bebi.	4 066	14,57	63 246	14,56	4 502	35,21	53 498	29,62
32text. prendas	3 918	14,04	74 146	17,06	984	7,70	19 555	10,83
33madera mueb.	2 937	10,52	29 497	6,78	1 644	12,86	12 455	6,90
34papel impre.								
35prod. químic.	3 149	11,29	67 269	15,47	508	3,97	18 977	10,50
36min.no metal.	1 236	4,43	24 152	5,56	1 680	13,14	15 586	8,63
37metal. basic.								
38prod. metáli.	12 598	45,15	176 365	40,57	3 469	27,12	60 548	33,52
39 otr. ind. man.								
TOTAL	27.904	100,0	434 675	100,0	12.787	100,0	180 619	100,0

El Gran Buenos Aires tiene el 68,6% de los establecimientos industriales de la provincia y ocupan al 70,6% de la mano de obra.

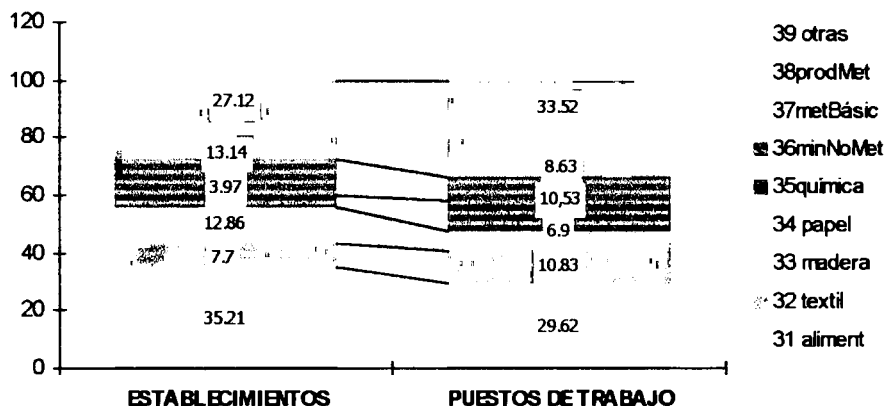
1985: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL GRAN BUENOS AIRES

COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1985: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL RESTO DE LA PROVINCIA

COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1994: Establecimientos y puestos de trabajo generados por la industria

Agrupamiento CODIGO CIU	Gran Buenos Aires				Resto de la Provincia			
	establec	%	personal	%	establec	%	personal	%
31alimentos bebidas	4.326	16,71	54.779	17,02	4.018	34,31	40.282	33,48
32 textil y prendas	3.205	12,38	42.144	13,10	985	8,41	16.607	13,80
33 madera y muebles	2.878	11,11	23.256	7,23	1.660	14,17	10.051	8,35
34 papel e imprenta								
35 prod. Químicos	2.872	11,09	54.007	16,78	428	3,65	12.664	10,53
36 min.no metálicos	792	3,06	14.342	4,46	444	3,79	6.736	5,60
37 metal. basica	11.821	45,65	133.277	41,41	4.177	35,67	33.969	28,24
38 prod. metálicos								
39 otr. ind. man.								
TOTAL	*25.894	100,0	*321.805	100,0	*11.712	100,0	*120.309	100,0

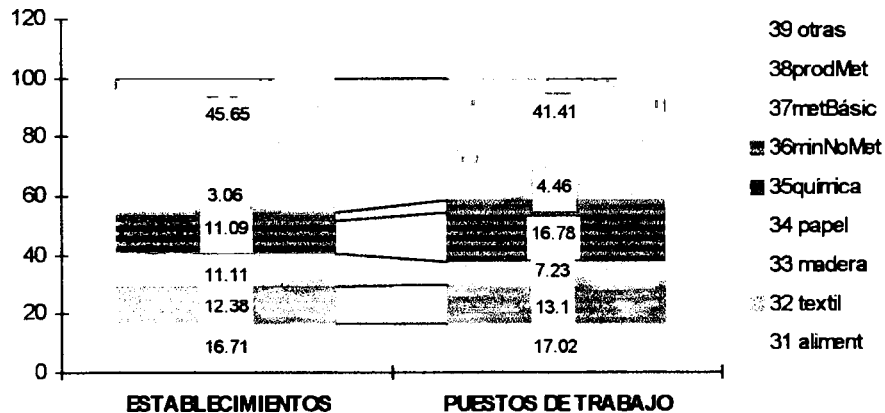
*No incluye establecimientos y puestos de trabajo sin clasificación sectorial detallada.

En el Gran Buenos Aires el total de establecimientos sería de 28.244 y los puestos de trabajo 360.222.

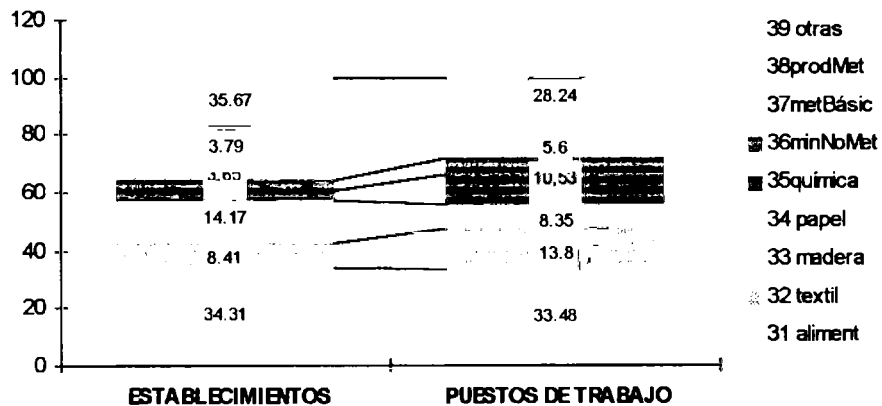
En el resto de los partidos el total de establecimientos sería de 12.958 y los puestos de trabajo 130.674

El Gran Buenos Aires tiene el 68,6% de los establecimientos industriales de la provincia y ocupan al 73,4% de la mano de obra.

1994: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL GRAN BUENOS AIRES COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



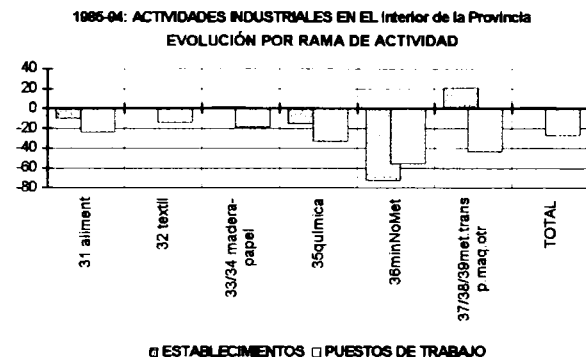
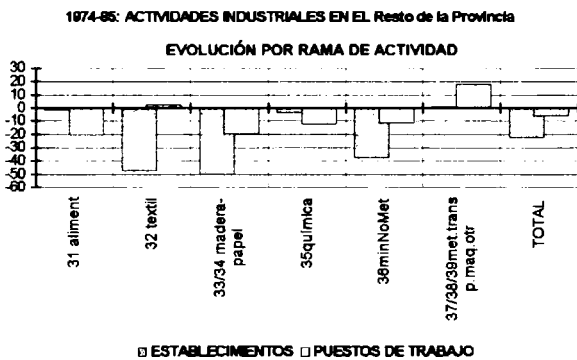
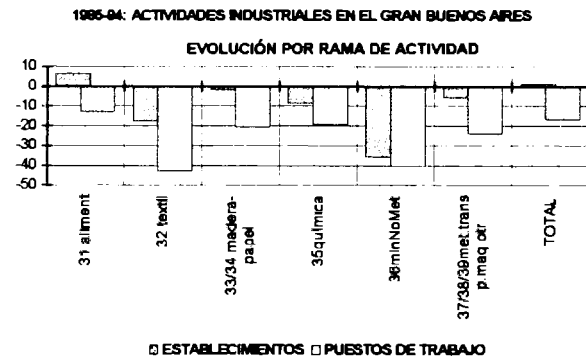
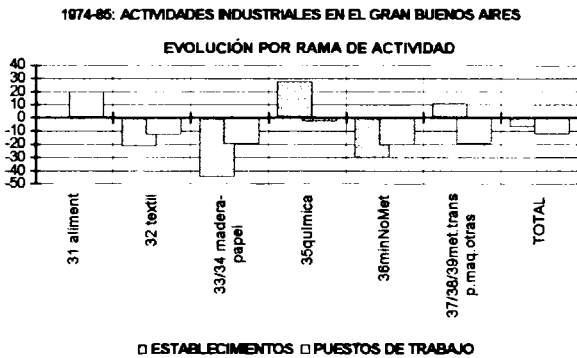
1994: ACTIVIDADES INDUSTRIALES EN EL RESTO DE LA PROVINCIA COMPOSICIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD



1974-1985-1994: Evolución de los establecimientos y puestos de trabajo (%)

Agrupamiento Codigo CIIU	Gran BUENOS AIRES				Resto de la Provincia			
	establ.	%	personal	%	establ.	%	personal	%
	1985	1994	1985	1994	1985	1994	1985	1994
31alimen. bebi.	+0,70	+6,39	+19,63	-13,39	-2,15	-10,75	-21,03	-24,70
32text. prendas	-21,55	-18,20	-12,88	-43,16	-47,71	+0,10	+2,65	-15,07
33madera mue. 34papel impre.	-45,05	-2,00	-19,70	-21,16	-50,81	+1,00	-19,86	-19,30
35prod. químico	+27,43	-8,80	-2,43	-19,71	-3,79	-15,75	-12,39	-33,26
36min.no metal.	-30,63	-35,92	-20,9	-40,62	-38,28	-73,57	-11,59	-56,78
37metal. basic. 38prod. metáli. 39otr. ind. man.	+10,89	-6,17	-19,77	-24,43	+0,81	+20,40	+18,44	-43,90
TOTAL	-6,95	+1,20	-12,01	-17,13	-22,58	+1,34	-6,30	-27,65

Se considera la evolución referida al censo inmediato anterior: 1985 de 1974 y 1994 de 1985



Los mercados externos

La balanza comercial del país en 1992 empezó a ser negativa (14.872 millones de importaciones contra 12.353 millones de exportaciones), cosa que no ocurría desde 1981. En 1993 incrementó esa diferencia en un 40% llegando a 3.700 millones (porque si bien las exportaciones crecieron un 5%, las importaciones crecieron un 11%) y en 1994 sumó 5.891 millones de déficit, una cifra muy superior al total del '92 y del '93 y un 160% más que lo registrado en el año anterior (en 1994 la Argentina exportó por 15.659 millones de dólares contra los 13.118 de 1993 y un 22,6% más que en 1992, e importó por 21.550 contra los 16.784

de 1993 y un 41,2% más que en 1992). En 1995 se equilibró la balanza comercial y se produjo un superávit de 931 millones (contra un déficit de 5.891 millones en el año anterior), con 20.830 millones de exportaciones (un 32% más que el año anterior) y 19.899 millones de importaciones (un 8% menos que en el año 1994).

En 1996 el superávit comercial alcanzó los 71 millones de pesos, con 23.818 millones de dólares de exportaciones (+13,6% respecto del mismo período de 1995) y 23.747 millones de dólares de importaciones (+18,0% respecto del mismo período de 1995).

En 1997 la balanza comercial volvió a ser negativa, alcanzando los 4.160 de pesos de déficit, con 26.217 millones de dólares de exportaciones (es decir una variación del +10% respecto del mismo período de 1996) y 30.377 millones de dólares de importaciones (es decir una variación del +28% respecto del mismo período del año anterior).

En los cinco primeros meses de 1998 las exportaciones totalizaron los 10.822 millones de dólares y las importaciones 12.901 millones, resultando de este modo un déficit de 2.079 millones. En igual período del año anterior el saldo también fue deficitario, pero con 837 millones de dólares.²

Evolución de la balanza comercial 1988-1997

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Exportaciones	9.887	10.141	12.363	11.978	12.235	13.118	15.839	20.963	23.811	*27.000
Importaciones	5.879	4.450	4.077	8.275	14.872	16.784	21.590	20.122	23.762	*28.500
Superávit comercial	+4.008	+5.691	+8.180	+3.708				+841	+49	
Déficit comercial					-2.637	-3.666	-5.751			*-1.500

Fuente: INDEC *Estimaciones oficiales

Asegurar la constancia y el financiamiento y conjugarlos con volumen, precio y calidad, son requisitos indispensables para un proyecto exportador. Pero tan importante como esto es manejar la oportunidad y para ello es necesario contar con la información necesaria sobre las demandas del mercado internacional, hoy manejada básicamente por la Fundación Export Ar. de la Cancillería.

Los pedidos generalizados de diversos países coinciden, al menos temáticamente, con nuestra oferta: carnes congeladas (bovina, ovina, porcina, de pollo, de conejo, perdices o faisanes) -las exportaciones cármicas argentinas se incrementaron un 66% entre enero de 1994 y enero de 1995, con perspectivas positivas a partir de ser declarada la Argentina "libre de aftosa con vacunación" en 1997-. Sin embargo, recordemos que en 1997 se hubieran podido exportar 20.000 toneladas de carne enfriada (tras haberse levantado la prohibición de entrar a este mercado en EEUU -luego de 60 años de no poder hacerlo-), pero los frigoríficos, debido a los altos precios internos (y a otras causas que luego desarrollaremos) sólo exportaron 5.000 toneladas, y en 1998 no sobrepasarán las 6.000. Otros pedidos se realizan sobre vegetales (alcauciles, almendras, ajo blanco, cebolla y cebollines, nueces, arroz, maní sin cáscara, te verde, etc.). Sólo en menor medida se observan pedidos de productos industriales (papel prensa, poliestireno, neumáticos, láminas de acero o frascos de vidrio), sin embargo es interesante investigar estas demandas específicas.

Por ejemplo y llamativamente Japón demandó circunstancialmente a la Argentina refrigeradores domésticos de compresión, grupos frigoríficos, equipos de aire acondicionado, bombas centrífugas, válvulas termo-estáticas y lámparas eléctricas; o los Países Bajos demandaron neumáticos, porotos, comida para pájaros, arroz, merluza congelada y cangrejos. Es interesante, si es posible, ocupar un espacio en las misiones comerciales, ferias y exposiciones

² Fuente: INDEC. Intercambio comercial argentino. Datos revisados del año 1997 y cifras estimadas de 1998. Pág. Web: http://www.indec.mecon.ar/comunica/c_cext/cp05000.txt

internacionales (en la Feria Internacional de alimentos de San Pablo la Argentina vende harina de maíz, harina de trigo, miel, leche en polvo, dulce de leche manteca y quesos, mermeladas, galletitas y carne).

Por intermedio de Export Ar se exportan productos no tradicionales como delineadores de ojos, muebles, tejas cerámicas, grifería artística, carne y pelo de conejo, herrajes, cinta aisladora, detectores fetales, espirómetros, monitores cardíacos, peines antipediculosis, bujes autolubricados, anteojos y armazones, bolsas de dormir, insecticidas, piletas de lona, bijouterie, membranas asfálticas, caracoles, galletitas, ranas, carpetas escolares, juegos de mesa, relojes, digestores de materia orgánica, tubos para oleoproductos, tintas, perfumes, cosméticos, zapatas de frenos para vías férreas, matrices para fabricación de jabones, alfombras, etc.

La región de nuestro país con mayor participación en las exportaciones es la Región Pampeana con el 68,3% en 1996, le sigue la Patagonia con el 15,2% (apuntalada por el petróleo y los combustibles), el NOA con el 4,9% (minerales), Cuyo con el 4,2% y NEA con el 3,3%.

Las principales regiones receptoras de nuestras exportaciones y vendedoras son:

-El MERCOSUR, vigente desde el 1-1-95, con el 34,3% de las exportaciones en 1996 y el 36,1% en 1997 (en 1987 era del 12%) y el 24,4% de las importaciones; comprador en 1996 por 8.179 millones y por 9.473 en 1997 (y vendedor por 5.809 millones y 7.586 respectivamente). Siendo Brasil el principal comprador, le siguen Uruguay y Paraguay, en ese orden.

-La UNIÓN EUROPEA también con el 19,2% de las exportaciones en 1996 y con el 15,1% en 1997 -en 1987 era el 29%-, y el 29,0% de las importaciones; comprador por 4.562 millones y vendedor por 6.902 millones en 1996, y comprador por 3.976 y vendedor por 8.310 millones en 1997 (nuestro principal comprador lejos son los Países Bajos y nuestros principales vendedores son Italia, Alemania, Francia y España).

-El resto de América Latina - ALADI (descontando el Mercosur y México) - con el 11,2% de las exportaciones en 1996 -en 1987 era el 8%-, y el 4,2% de las importaciones; comprador por 2.672 millones en 1996 y vendedor por 1.002, siendo Chile nuestro principal comprador y vendedor (2º en América Latina después de Brasil). En 1997, Chile compró por 1.913 millones de dólares y vendió por 685 millones.

-El NAFTA con el 9,8% de las exportaciones en 1996 y prácticamente la misma cifra en 1997 (9,7%) -en 1987 era del 16%-y el 23,4% de las importaciones; comprador por 2.326 y vendedor por 5.565 millones en 1996, y por 2.545 y 7.142, respectivamente en 1997.

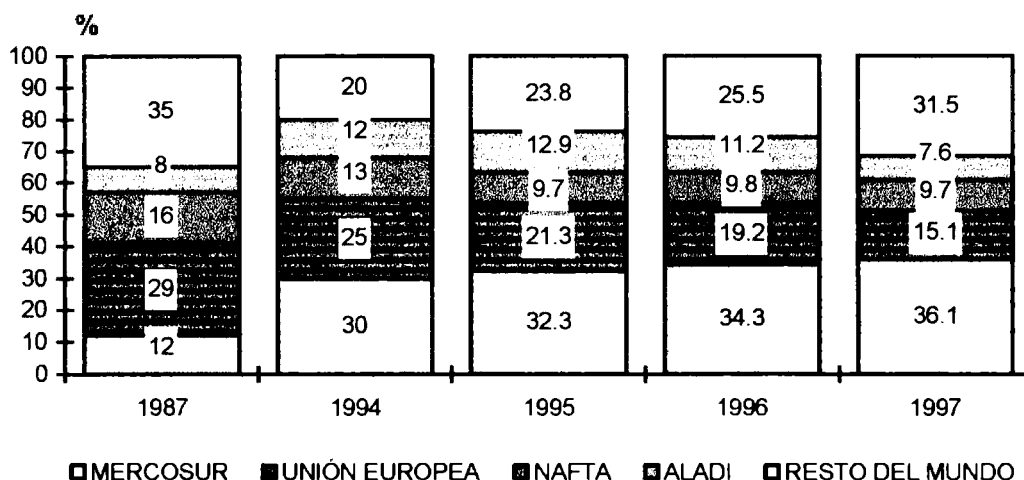
-Y el resto del mundo con el 25,5% restante de las exportaciones en 1996 -en 1987 era del 35%-, y el 19,0% de las importaciones; comprador en 1996 por 6.072 millones y vendedor por 4.484 millones. En 1997, si exceptuamos a Chile (ya fue considerado en el ALADI), con el 31,7%.

En síntesis, del total de exportaciones en 1996, el 33,3% tuvo como destino el MERCOSUR, el 9,6% el NAFTA, el 19,2% la Unión Europea, el 11,2% el resto de América Latina y el 26,7% a otras zonas del mundo. En 1997, del total de exportaciones, el 36,1% tuvo como destino el MERCOSUR, el 9,7% el NAFTA, el 15,1% la Unión Europea, el 7,6% Chile y el 31,7% a otras zonas del mundo (teniendo, en este último caso, como principal objetivo a la ASEAN).

Finalmente, para dimensionar la situación actual, se observa que en los primeros meses de 1998, las exportaciones argentinas tuvieron como principales destinos al MERCOSUR (31%), la

Unión Europea (18%) y el NAFTA (10%). En las importaciones, se destacan como principales proveedores la UE (27%), el MERCOSUR (25%) y el NAFTA (24%).³

EXPORTACIONES, EVOLUCION POR DESTINO



Si clasificamos las exportaciones por grandes rubros de la estructura arancelaria, de las divisas producto de las exportaciones argentinas en 1997, el 34,5% son por Manufacturas de Origen Agropecuario (37,5% en 1993, 36,7% en 1994, 35,7% en 1995 y 35,5% en 1996); compuestas en 1996 por un 22,4% de Grasas y Aceites, un 28,0% de Residuos y Desperdicios de las Industrias Alimenticias, un 12,7% de carnes, un 10,5% de pieles y cueros, y un 26,4% restante repartido en 12 rubros minoritarios.

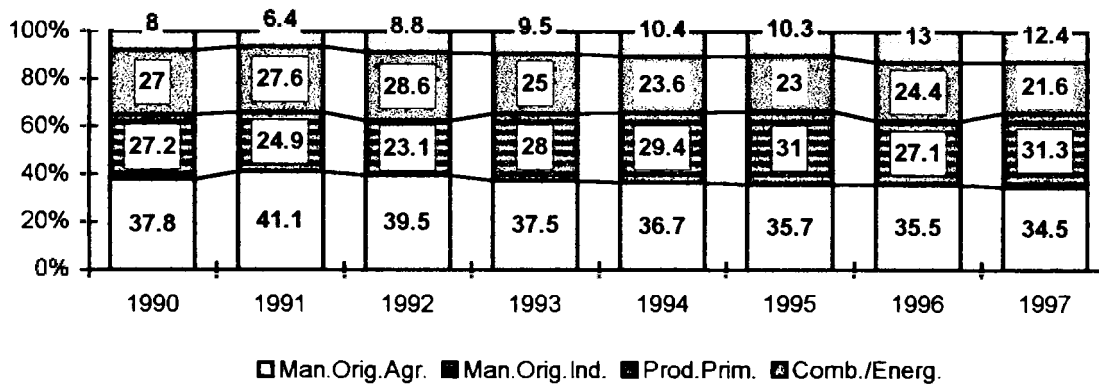
En 1997 el 31,3% son por Manufacturas de Origen Industrial (28% en 1993, 29,4% en 1994, 31,0% en 1995 y 27,1 en 1996). Compuestas en 1996 por un 25,4% de Material de Transporte, 14,9% de Máquinas y Aparatos Eléctricos, 18,4% de Metales Comunes y sus Manufacturas, 15,1% de Productos Químicos y un 26,2% restante repartido en 9 rubros minoritarios.

El 21,6% son por Productos Primarios (25% en 1993, 23,6% en 1994, 23,0% en 1995 y 24,4% en 1996). Compuestos en 1996, por un 44% de Cereales, un 16,6% de Semillas y Frutos Oleaginosos, un 10,5% de Pescados y Mariscos y el 28,9% restante repartido en 8 rubros minoritarios.

El 12,4% son por Combustibles y Energía (9,5% en 1993, 10,4% en 1994, 10,3% en 1995 y 13,0% en 1996).

³ Fuente: Pág. Web: http://www.indec.mecon.ar/comunica/c_cext/cp05000.txt

EXPORTACIONES



Esto indica que el 62,6% de las exportaciones, unos 14.905 millones de pesos en 1996, y más aún, el 65,8% en 1997 (17.282 millones de pesos) son manufacturas. Aproximadamente el 20% del PBI industrial, en tanto que el resto se lo lleva el consumo interno.

Estos datos desembocan en un único razonamiento: el crecimiento de las exportaciones industriales o dependen de una agresiva inversión en el sector, o de la recesión del mercado interno que obliga a la exportación para la colocación de los productos, aunque no necesariamente significan crecimiento. Sin embargo, la combinación de la estabilidad de precios y tipo de cambio, la apertura de las economías, la mejora en la productividad empresarial y el acuerdo del Mercosur, combinados con políticas industriales activas posibilitarían un crecimiento real de la riqueza a partir de las exportaciones.

En el corto plazo, las oportunidades de incrementar las exportaciones de origen industrial pasan por las producciones no continuas, como las textiles (a pesar de la difícil competencia externa, sobre todo asiática) y las metal-mecánicas, con capacidad ociosa. Por ahora y hasta el 2000, las exportaciones de automotores no son autónomas pues deben compensarse con importaciones de igual valor y Brasil no ha sido un comprador de importancia de productos industriales, salvo el automotor compensado, neumáticos, de un producto químico, de otro petroquímico y de los televisores.

Las posibilidades reales de fortalecer las exportaciones en forma estructural y definitiva, pasan por explotar nuestras ventajas comparativas en la calidad de los insumos, si aumentamos localmente su valor agregado con elaboración. Estas ventajas son evidentes en: El sector alimenticio y en general agropecuario (con una amplia base distributiva de la riqueza generada), aún si complementamos los productos clásicos (carne vacuna y cueros, cereales y oleaginosas) con aquellos no tradicionales, muchos de producción intensiva (por ejemplo lácteos, conejo, carne de cerdo y derivados, oveja y lana, productos hortícolas, miel seleccionada, orgánicos, con demanda insatisfecha y muy buenos precios en algunos países de la C.E.E., etc.). El sector energético renovable y no renovable; el sector metalífero; y el sector maderero.

Un aspecto importante a tener en cuenta, en particular en este momento de crisis económica global, es la necesaria indagación respecto de la diversificación de destinos de las exportaciones y de los niveles de cautividad de los mercados, ya que así como una relación comercial puede significar un importante factor de crecimiento, la cautividad de algún país también puede generar un proceso de arrastre a situaciones no deseadas.

El caso particular de nuestra relación comercial con Brasil constituye en este sentido un ejemplo clarificador, ya que así como por un lado, valoramos positivamente el aceitado intercambio comercial Brasil-Argentina (recordemos por ejemplo que Brasil es nuestro principal comprador del MERCOSUR –en el primer semestre de 1997, compró 882,9 millones de dólares en vehículos automotores, 434,3 en cereales, 722,8 en aceites y combustibles-); por otra parte, existe un alto riesgo en la exagerada dependencia de las exportaciones a un único destino.

Si se cumpliera el escenario hipotético como “de contagio” de la situación rusa (devaluación y cesación de pagos) a Latinoamérica, afectaría en primer lugar a Brasil, esto recaería sobre Argentina y sería particularmente destructivo en las empresas locales proveedoras con exclusividad del mercado Brasileño (obviamente el tema tiene un marco de complejidad y afectación socio-económica que excede lo analizado en este capítulo).

Las exportaciones de la provincia

La provincia de Buenos Aires contribuyó en 1996, según la Dirección de Estadística de Comercio Exterior del INDEC, con cerca del 37,4% de las exportaciones nacionales. Obtuvo divisas por unos 2.899 millones en 1990, 3.558 millones de dólares en 1991, 3.875 en 1992, 5.198 en 1993, 6.223 en 1994, 8.133 millones en 1995 y unos 9.000 millones en 1996.

En 1996, el 40,8% de las exportaciones, unos 3.634 millones, las realizó al MERCOSUR (81% Brasil, 11% Uruguay y 8% Paraguay); el 9,6% al NAFTA, el 14,9% a la Unión Europea, el 7,6% a Asia y el Pacífico y el 27,1% al resto de los países.

En el cuadro de referencia se observa la evolución en la participación nacional y su variación de acuerdo al destino.

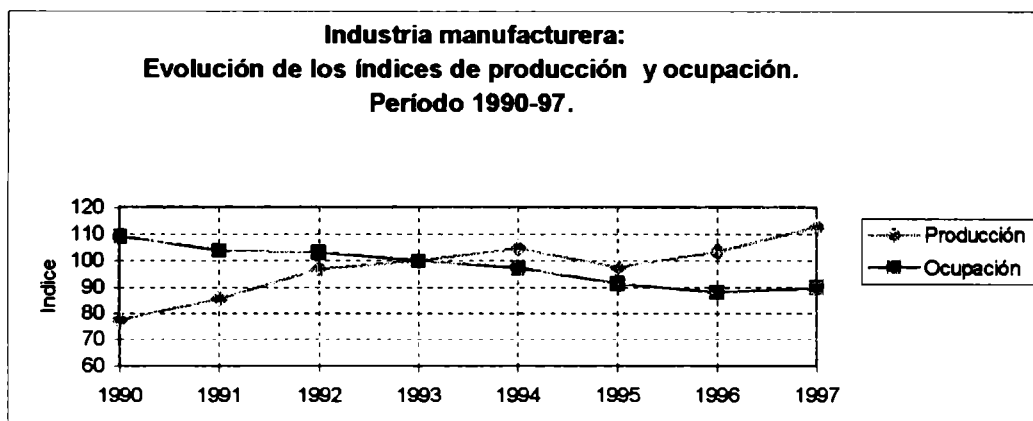
Exportaciones de la Provincia de Buenos Aires por destino y total de la provincia

Destino	1993		1994		1995		1996	
	Bs.As.	Resto Pais	Bs.As.	Resto Pais	Bs.As.	Resto Pais	Bs. As.	Resto Pais
MERCOSUR	33,2	66,8	33,9	66,1	36,2	63,8	40,8	59,2
UNION EUROPEA	20,9	79,1	20,6	79,4	18,0	82,0	14,9	85,1
NAFTA	14,8	85,2	17,8	82,2	12,1	87,9	9,6	90,4
ASIA-PACIFICO	8,1	91,9	7,6	92,4	7,6	92,4	7,6	92,4
RESTO	23,0	77,0	20,1	79,9	26,1	73,9	27,1	72,9
TOTAL	39,6	60,4	39,3	60,7	38,8	61,2	37,4	62,6

Las Manufacturas de Origen Industrial representaron en 1996 el 42,5% de las exportaciones de la Provincia (el 40,4% al MERCOSUR) compuestos básicamente por productos químicos (8,74%), Metales comunes y manufacturados (8,21%), Material de transporte (12,93%) y Máquinas y aparatos electrónicos (5,18%). Las MOI son seguidas por las Manufacturas de Origen Agropecuario que representan el 33,0% (el 21,8% al MERCOSUR) compuestos principalmente por Carnes (8,82%), Pieles y Cueros (7,36%), Grasas y aceites (6,65%) y Pescados y Mariscos (3,06%). Luego siguen los Productos Primarios con el 19,0 (el 37,5% al MERCOSUR) compuestos principalmente por cereales (12,45%) y oleaginosos (2,87%). Y por último los Combustibles y Energía con el 5,5% (el 42,0% al MERCOSUR).

Situación actual de la industria manufacturera

En el período '91/97 el Producto Bruto Interno (PBI) ha crecido a una tasa anual promedio del 5,3%. Del total del PBI generado en 1997⁴, el 25% corresponde al sector industrial, con un 57% perteneciente a los sectores productores de servicios y un 43% a los sectores productores de bienes, donde la industria manufacturera aporta casi el 60% del total.



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

Si analizamos el panorama industrial en el período 1990/97⁵, tomando como base 100 el año 1993, se observa una variación de los índices del volumen físico de la producción y de obreros ocupados⁶. Mientras la producción registra un incremento del 35,1, la ocupación presenta una variación negativa de 19,3, marcando a partir de 1993 un aumento de la productividad de la industria manufacturera.

Si bien la producción se ha incrementado en el período de análisis, su continuidad se vio interrumpida por la recesión de 1995 (efecto tequila), para posteriormente iniciar un proceso de recuperación hasta 1997, donde alcanza un índice de 112,8. No obstante ello, la ocupación manifiesta una caída lenta pero continua producto, entre otros factores, de la implementación de políticas macroeconómicas (reajuste, achicamiento del Estado, flexibilidad laboral, proceso de privatizaciones, etc.), cambios en el aparato productivo de algunas industrias y la incorporación de tecnologías que reemplazan la mano de obra con mejoras en la productividad, llegando en 1997 a un índice de 89,8.

Según datos del COFI⁷, la producción industrial después de una década de crecimiento anual promedio negativo (-2%), crece en el período 1991-97 a una tasa anual promedio del orden del 4,9%. Entre otros factores, la estabilidad económica sumada a la recuperación del PBI, marcan un cambio importante en la evolución de la producción manufacturera. Sin embargo, el crecimiento de la producción industrial no detuvo la caída de la cantidad de establecimientos industriales, al menos hasta 1993, y de obreros ocupados, evidenciando un proceso de especialización basado en economías de escala y marcadamente orientado hacia las grandes empresas.

El crecimiento de la producción industrial se vio detenido en 1995, según muestra el indicador del desempeño del sector manufacturero elaborado por el Ministerio de Economía (EMI), donde la producción industrial decreció un 4,6% respecto del año anterior. Además de la recesión vinculada al efecto tequila, el freno en el ritmo de crecimiento se acentuó como tendencia y se

⁴ Fuente: <http://www.mecon.ar/cofi/ESTRUC1.html>

⁵ Fuente: Anuario Clarín 1996/99 y Anuario Estadístico de la República Argentina 1998 - INDEC.

⁶ Esta denominación es realizada por el INDEC.

⁷ Fuente: <http://www.mecon.ar/cofi/ESTRUC3.html>

vio acrecentado en los sectores vinculados al consumo interno, al cortarse el crédito al consumo y no estar consolidada y generalizada la estructura industrial exportadora (sobre todo en las pequeñas y medianas industrias), por el contrario, el liderazgo en el ranking de crecimiento correspondió a los productores de bienes exportables.

Como ya expresamos con anterioridad, desde 1996 hasta la actualidad, la producción industrial tiene un ritmo de ascenso importante, con un crecimiento del 8,7% en 1997 y del 6% en los primeros seis meses de 1998, observándose en este último período un marcado proceso de desaceleración del crecimiento de la producción a partir de las repercusiones directas e indirectas de la crisis asiática.

En este último período, y en relación a igual período de 1997, las ramas industriales con mejor desempeño han sido los agroquímicos, automotores y neumáticos, materias primas plásticas y gases industriales. Estos incrementos se deben principalmente a la creciente demanda del sector agrícola, el aumento de las exportaciones al Mercosur, el crecimiento de productos manufacturados de plásticos y la diversificación de usos manufactureros. Por encima del promedio se destacaron también las producciones de cemento, hierro primario, carnes blancas y aceites. Si bien, en julio de 1998 el sector siderúrgico ha desacelerado su actividad de manera notoria (según el EMI de julio de 1998: -18%) ya que algunas empresas no han soportado la competencia externa de firmas de Asia, considerando esta situación por algunas empresas locales como desleal, ya que venden por debajo de los costos (dumping).

Para el resto del año 1998 y el año 1999 se espera una nueva desaceleración de la producción industrial, producto de la profundización de la crisis asiática y de conflictos puntuales como el de Brasil, que afectan particularmente a los sectores más expuestos a la competencia externa y dependientes del mercado brasileño.

En síntesis, la industria Argentina ha sido parte de las grandes transformaciones de los años 90 y en general tuvo un comportamiento vinculado a la evolución de la economía.

El proceso de apertura económica, modificó la estructura misma de la industria manufacturera, donde la competencia externa da lugar a un nuevo proceso de especialización industrial.

En este contexto, una parte no mayoritaria del sector industrial desarrolla un proceso de reconversión con fuertes inversiones en la incorporación de tecnología, reformación de la organización de los procesos productivos y avances en los productos, que permite a algunas empresas acercarse a niveles de competitividad internacional. Este proceso se da más a nivel de empresas que de ramas de la industria, y dentro de estas se da más en las empresas más grandes, tanto de capitales nacionales como extranjeros.

El resto de la industria reacciona ante los cambios de manera muy diversa. Muchas empresas cierran ante la imposibilidad de competir en el mercado mundial y otras subsisten, desarrollando distintas estrategias: reducción de costos, inversiones selectivas, reformulación de la organización del proceso productivo con expulsión de mano de obra, etc., pero sin poder alcanzar los niveles de competitividad internacional.

Hacia fines de 1998 y principios de 1999, la desaceleración del crecimiento económico, permite estimar para el año 1999 una tendencia declinante de la actividad industrial, siendo las proyecciones no muy alentadoras, tanto desde el punto de vista macroeconómico (en 1997 la economía creció el 8,6%, en 1998 la suba fue del 4,2% y en 1999 se prevé una caída del 1,5%) como de la perspectiva de la industria manufacturera. Para la Fundación Capital⁸, los sectores más perjudicados serán las petroleras, automotrices, siderúrgicas, papeleras, textiles y

⁸ Fuente: Clarín, Suplemento de Economía y Negocios, Buenos Aires, 14-3-1999.

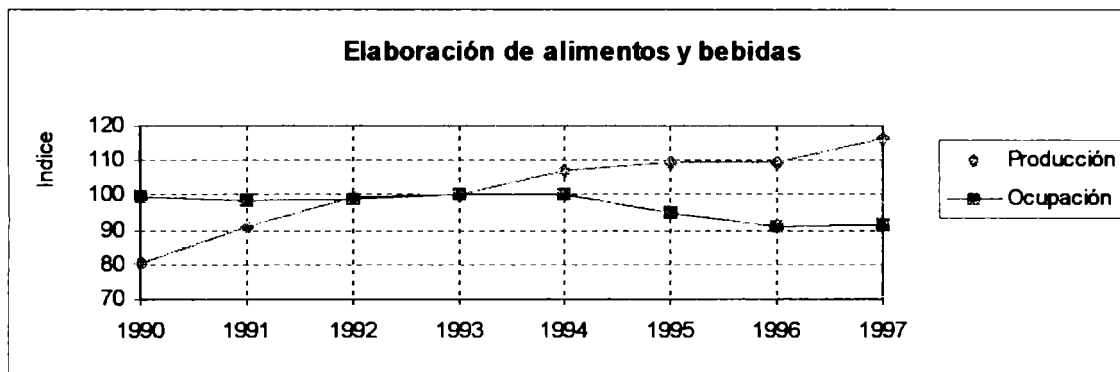
constructoras, mientras que entre los sectores menos afectados por la crisis se destaca las tabacaleras, poco sensibles a los vaivenes de la economía.

Se analiza a continuación la evolución de los distintos sectores, a los efectos de tener un panorama más detallado del comportamiento de las distintas ramas que integran la industria manufacturera.

Panorama de la producción industrial por grandes agrupamientos período 1990/1998:

Los cambios en la industria manufacturera no se han producido de manera uniforme, se observan significativas diferencias entre los distintos sectores que serán analizados por agrupamientos (ver cuadros: Índice de producción industrial, general y por sectores, Índice de obreros ocupados, general y por sectores y Tasa de crecimiento por sector, período 1990/97).

Elaboración de alimentos y bebidas:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 90-97, el índice del volumen físico de la producción se incrementó en forma continua, observándose un crecimiento del 36,3, mientras que la ocupación se mantiene estable hasta 1994 donde se inicia un ciclo declinante, registrándose un comportamiento negativo del 7,9. Esta rama se encuentra entre las más dinámicas de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento anual promedio positiva del 4,1%⁹.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestran a partir de 1993 un aumento de la productividad del sector, siendo en 1997 superior al nivel general de la industria. La rama en análisis da cuenta de la mayor inversión directa sectorial, con 7.723 millones de dólares.

Es válido destacar que este sector integra un grupo muy variado de subsectores, algunos de los cuales producen solamente para el mercado interno y otros cubren el mercado doméstico y el externo (Mercosur, C.E., EE.UU.) lo cual implica cambios en la organización productiva, incorporación de tecnología, investigación y desarrollo, capacitación y formación técnica, mejorar constantemente la calidad de los productos.

En 1997 solo el 60% del total de divisas logradas por exportaciones del complejo alimentario provenían de la industria, por lo que nuestro país continuó exportando una gran cantidad de commodities que se destinan a elaboración, fraccionamiento y envasado en los países importadores.

⁹ Fuente: COFI, en base a datos del IVF INDEC.

En 1997 el saldo de alimentos manufacturados fue de 3.313 millones, exportando por 3.949 e importando por 636 millones, si incorporamos grasas y aceites, el saldo positivo fue 5.469 millones y si incorporamos la producción primaria de alimentos, entonces el saldo positivo fue de 7.311 millones de dólares. En ese año las exportaciones totales de alimentos crecieron el 3,3% respecto del año anterior, el 50% del total de las ventas externas, contra una importación de 1.760 millones, el 5,8% de compras. Gran parte de las divisas por exportaciones de alimentos provinieron de países de América, correspondiendo el 40,2% al Mercosur.

El sector agropecuario argentino exportó en 1997 14.739 millones entre productos primarios y manufacturas, de los cuales el sector alimentario aportó 12.316 millones, incluidos los cereales. El sector contribuyó, con el 50% de las exportaciones del país repartidos en Animales Vivos y Productos del Reino Animal 2.177 millones, Productos del Reino Vegetal 4.498 millones, Grasas y Aceites 2.210 millones y Productos de las Industrias Alimentarias, Bebidas, Tabaco y Sucedáneos 3.949 millones.

Se presenta a continuación un análisis de los principales productos del sector a modo de tener una visión de comportamiento más clara:

La variación porcentual de la producción de **carnes rojas** en julio 98 respecto a igual mes del año anterior fue negativa, del orden del 19,5%. La producción se ha visto afectada por la disminución en la oferta de la hacienda lo que ha derivado en un importante ingreso de carne australiana, a menores costos que los locales. Se da una concomitancia del incremento del costo de la hacienda con una caída de los precios internacionales, que ha incidido negativamente en las exportaciones. En 1997 el sector cárnico argentino participó en el comercio mundial con exportaciones de 1.024 millones.

La variación porcentual de la producción de **carnes blancas** en julio 98 respecto de julio 97 ha sido del 10,5%. Este producto tuvo un crecimiento sostenido a lo largo de 1998, debido a su menor costo en relación a las carnes rojas, a su incorporación en la dieta alimenticia y a la disminución de las importaciones del Brasil. En 1997 las exportaciones de pescados, crustáceos y moluscos representaron 959 millones. Mientras que los preparados de carnes, crustáceos y moluscos exportaron 328 millones.

La variación porcentual de la producción de la **industria láctea** a julio 98 manifiesta un incremento del 5,5% en relación a igual mes del año anterior, producto de las mejoras en el procesamiento de la leche en polvo y de una mayor disponibilidad. La mayor parte de la producción se exporta al Mercosur. La exportación de leche y productos lácteos en 1997 fue de 397 millones.

Esta es otra de las ramas de la industria alimenticia que amplía en forma permanente su variedad de productos, debido a la necesidad de satisfacer la demanda cada vez más estratificada, de una creciente población urbana, exigente y muy propensa a cambiar sus pautas de consumo y, finalmente, para acortar la brecha tecnológica y poder competir internacionalmente.

La producción de **aceites y subproductos** oleaginosos de 1998 registra un importante incremento respecto al mismo mes del año anterior (del 34,6%). La industria elaboradora de aceites y derivados de la soja continúan en expansión, beneficiada por la mayor disponibilidad de materia prima. El incremento de las exportaciones se da en el marco de la caída internacional de los precios, debido a la sobreproducción de EE.UU. y Brasil. En cuanto al comercio internacional de aceites y derivados del girasol se ha beneficiado por las pérdidas de la cosecha de girasol en los países de la Europa del este. El sector grasas y aceites tuvieron en 1997 un saldo de 2.156 millones, exportó por 2210 millones e importó 54 millones.

La producción de **harina de trigo** ha sufrido una variación negativa del 2,1% en julio 98 respecto a julio del año anterior. El sector se vio afectado por la disminución de las exportaciones a Brasil; si bien se registró un incremento del mercado interno doméstico, no bastó para compensar la caída de las exportaciones.

La fabricación de **productos de panadería y pastas** se ha incrementado un 16,9% en julio 98 respecto a igual mes del año anterior. Este sector manifiesta por un lado, una diversificación creciente de la oferta interna de productos y por otro lado, una caída de los precios debido a factores ya mencionados, que inciden coyunturalmente en el sector.

La producción de **yerba mate elaborada** presenta a julio 98 una variación negativa del 13,5% respecto a igual mes del año anterior. En ese sentido, el sector se ha visto muy perjudicado por las inundaciones que han azotado al país en 1998.

La producción de **azúcar** manifiesta una evolución negativa del 2,4% durante el año 98 respecto a 1997. La molienda de caña de 1998 tuvo un rendimiento inferior en relación al año anterior debido a las fuertes inundaciones que afectaron el área cultivada de la provincia de Tucumán.

En cuanto al rubro **BEBIDAS**¹⁰, los **licores** presentan a junio 98 una variación porcentual de la producción del 6,7% respecto a igual mes del año anterior. La producción de **gaseosas** por su parte, manifiesta una variación porcentual del 19,1% en junio 98 respecto a junio del año anterior. La producción de **cerveza** sufrió una variación negativa del 4,8% en el mes de julio 98 respecto a julio 97.

A modo de conclusión, la industria de la alimentación en particular, y el sector alimentario en general, pueden consolidarse como uno de los pilares del crecimiento Argentino y del interior de la provincia, no obstante ello, se plantea la necesidad de una mayor integración de la agroindustria al sector primario, requiriendo el sector de reconversión tecnológica y economías de escala adecuadas. Hoy por el contrario, el sector agroindustrial, como numerosos renglones del agropecuario, está atomizado y sin poder global de negociación.

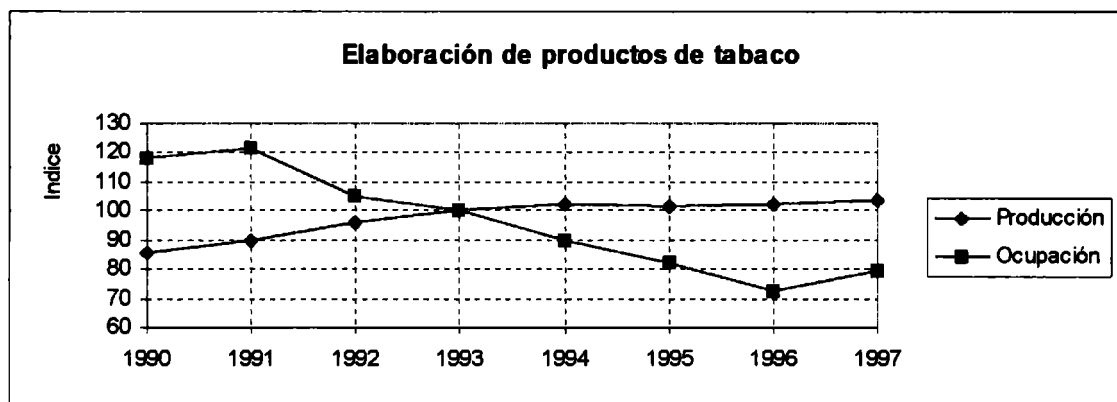
Como los demás sectores, el sector alimenticio reclama por el alto costo Argentino: créditos caros para la rentabilidad de gran parte del sector, y la necesidad de créditos bien dirigidos que privilegien la prioridad estratégica global, la capacidad de comercialización y la profesionalización a las garantías reales, altas cargas tributarias, alto costo de la energía, alta incidencia de la mano de obra en el costo del producto, alto costo de los servicios, etc., el incremento de las plantas de frío, el mejoramiento de los puertos y la eficientización y saneamiento del sistema aduanero.

Además, las empresas de alimentos argentinas cuentan con un nivel de competitividad bajo frente a una creciente competencia externa y la sobreoferta mundial de productos elaborados. Es necesario incentivar la investigación y desarrollo para superar la calidad de los productos, y las fronteras del marketing, para ello es menester reorientar el papel del Estado.

¹⁰ Fuente: Encuesta Mensual Industrial. En el caso de licores y gaseosas se consigna el dato al mes de junio respecto del mes anterior. Para cerveza se consigna el dato a julio 98.

A pesar de las dificultades que plantea la competencia y la imposibilidad a corto plazo para mejorar la situación de la industria alimenticia es necesario dirigir los esfuerzos inmediatos hacia los productos, resaltando aspectos estratégicos de la demanda consumidora: cualidades nutricionales, variedad de sabores, tamaños practicidad en el uso, mejoras en la conservación requerida, packaging. Es muy clara la preferencia masiva hacia productos prácticos y fáciles de conservar (congelados, precocidos, deshidratados, en conserva, etc.).

Elaboración de productos de tabaco:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998.

En el período 1990-97 la evolución del índice de producción industrial manifiesta hasta 1993 un incremento, a partir de allí tiende a estabilizarse, no aumenta ni decrece, mientras que la ocupación obrera inicia en 1991 un proceso de disminución progresivo, con una leve recuperación en el último año.

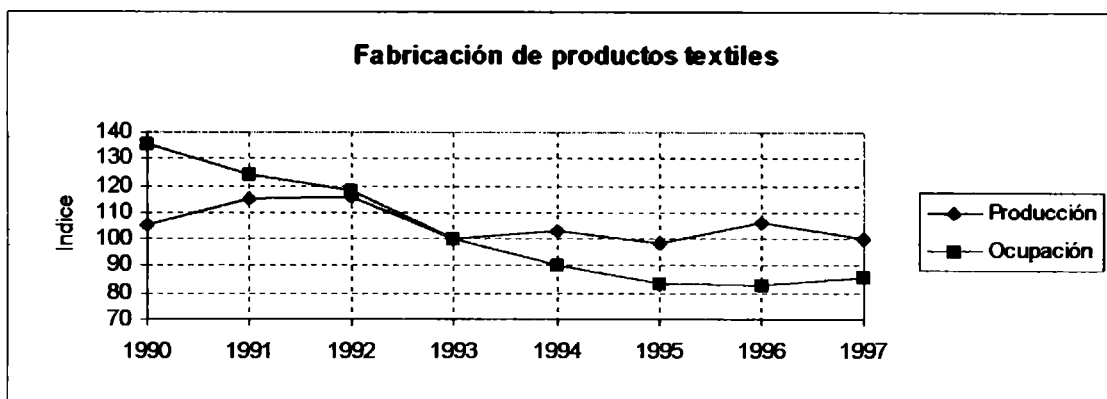
La evolución de la producción manifiesta un crecimiento del 17,5 en tanto que la ocupación decreció un 38,6. La tasa de crecimiento del sector, promedio anual 1990/1997 ha sido del 2,4%¹¹.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestran a partir de 1993 un aumento de la productividad sectorial, en 1997 se registran valores iguales al nivel general de la industria, siendo una rama de baja inversión directa en el período 90/97, con un total de 255 millones de dólares (0,9% de la inversión total).

Para el análisis por productos del sector sólo se ha tenido acceso a la producción de **cigarrillos**, la cual ha registrado a julio 98 una variación porcentual positiva del 10,7% respecto a julio 97.

¹¹ Fuente: COFI en base a datos del IVF INDEC.

Elaboración de productos textiles:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 90-97 la producción del sector ha sufrido altibajos, la evolución del índice de producción ha tenido un comportamiento negativo del 5,3, mientras que la ocupación se encuentra entre las que han tenido un comportamiento negativo muy elevado del 49,8. Ello podría explicarse por la incapacidad del sector fabril local de competir con los productos importados que llegan al mercado con precios muy bajos, ello deviene en cierre de fábricas y consecuencias colaterales. Este sector industrial se encuentra entre los menos dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento promedio anual negativa del 2,1%.

La evolución de los índices de producción industrial y ocupación muestran a partir de 1993 un leve aumento de la productividad, siendo en 1997 inferior al nivel general de la industria manufacturera.

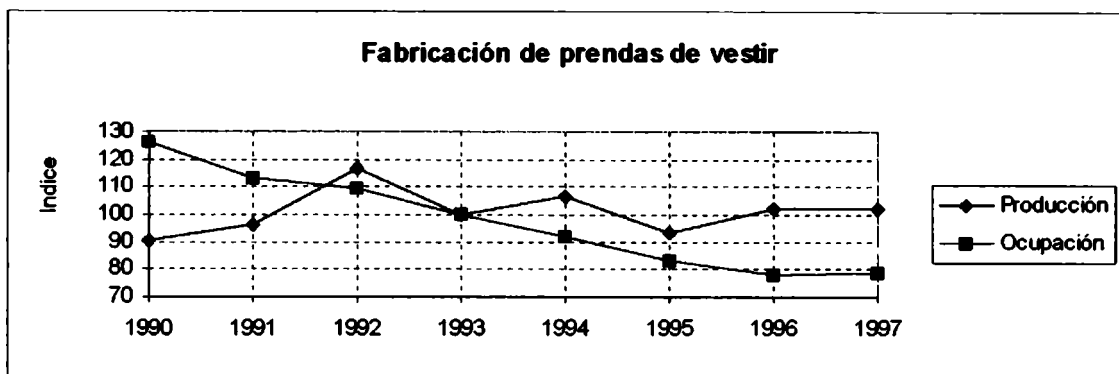
Las materias textiles y sus manufacturas tuvieron en 1997 un saldo negativo de 219 millones en su balanza comercial, exportando 845 millones e importando 1.064.

La industria textil manifiesta en julio 1998 niveles inferiores de producción de **hilados de algodón** (-2,3%) respecto a igual mes del año anterior, mientras que las **fibras sintéticas y artificiales** aunque registra valores negativos, tuvieron un leve incremento en la fabricación de respecto a igual mes del año anterior (-1,4). Este último se debe al crecimiento de las exportaciones a Brasil.

La industria textil es una de las que ha tenido bajo dinamismo, si se compara julio 98 respecto a igual mes del año anterior, se registran caídas en todos los subsectores. El sector se ha visto muy perjudicado por el incremento de las importaciones de confecciones, telas, hilados y fibras principalmente del Sudeste Asiático y Brasil, junto con una caída generalizada de los precios de estos productos, son las causas de la actual situación por la que atraviesa el sector en argentina. La crisis del sector transformó su modo productivo, en particular en la confección y los tejidos, donde las fábricas como estructura formal fueron desmanteladas, con una expulsión masiva de su mano de obra, la cual se ha insertado en el mercado laboral "vía trabajo informal" a través de un sistema denominado *fassón*¹².

¹² Sistema donde el trabajador/a desempeña la actividad en su casa y con su máquina, o concentrado en pequeños talleres, donde cumplen una función de la cadena productiva: por ejemplo cosen etiquetas, bolsillos, arman una camisa o un pantalón, o tejen un pullover con un modelo estándar predeterminado y una lana o fibra que le brinda el propio "industrial". Esta "informalización" del sector produjo su desconcentración del Gran Buenos Aires en ciudades pequeñas, controlables y confiables.

Fabricación de prendas de vestir:



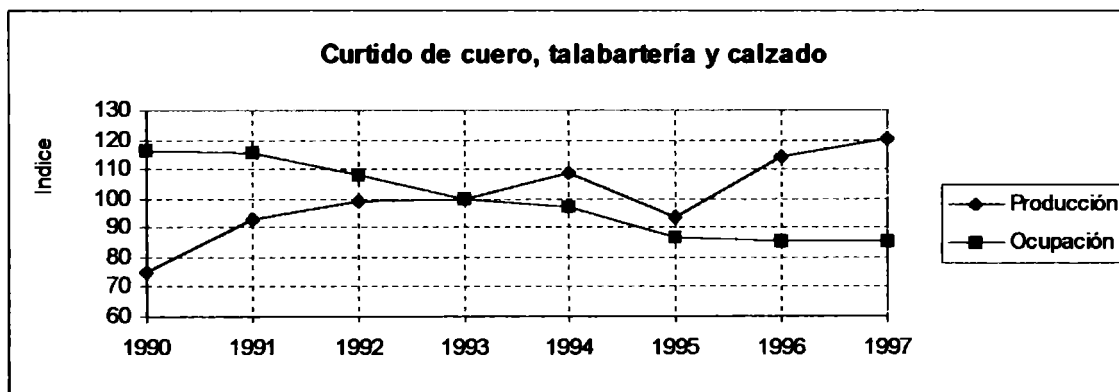
Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 90-97 el índice de producción presenta altibajos, con incrementos y caídas bruscas, registrándose un comportamiento positivo del 12,2, mientras que la ocupación inicia en 1990 un ciclo declinante ininterrumpido hasta 1996 que tiende a mantenerse, observándose una caída de la ocupación del 48,1.

Todo lo mencionado muestra la tendencia del sector a un reacomodamiento constante en el mercado ante situaciones coyunturales. Tanto este sector como los textiles muestran su vulnerabilidad ante la exposición externa. El subsector indumentaria ha tenido una tasa de crecimiento promedio anual 90/97 del 1,1%.

La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta a partir de 1993 un aumento de la productividad, que en 1997 iguala el nivel general de la industria manufacturera. La inversión directa en los sectores textil y prendas de vestir fue de 230 millones de dólares, representando el 0,8% del total, por lo que se encuentran entre los sectores de la industria manufacturera de baja inversión directa en el período 90/97.

Curtido de cueros, talabartería y calzado:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción tuvo un crecimiento ininterrumpido hasta 1995 donde se produjo una caída de la producción (efecto tequila) pero se recupera y continúa la evolución, llegando al 45,1. La ocupación por su parte, tuvo un comportamiento negativo, del orden del 30,7. Esta rama se encuentra entre las más dinámicas de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento anual promedio del 4,7%.

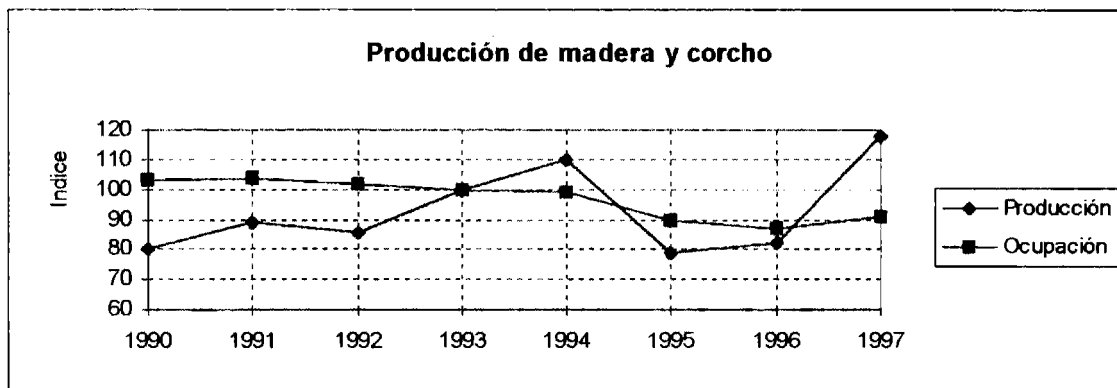
La evolución de los índices de producción y ocupación indican a partir de 1993, una caída brusca y un rápido incremento de la productividad, sin embargo, en 1997 alcanza valores muy

superiores al nivel general de la industria. Este sector se encuentra entre los que cuenta con baja inversión directa: 55 millones de dólares (0,2% de la inversión total).

Es importante destacar que el sector nacional debe hacer frente al impacto de la industria del calzado de origen brasileño. Si bien nuestro país es un productor tradicional de los productos derivados del cuero, en las nuevas condiciones del mercado globalizado debe competir con el mercado externo, lo cual resulta muy difícil en un mercado totalmente desregulado. En cuanto a la ocupación, esta es una industria tradicionalmente intensiva en mano de obra, por lo cual, dada la disminución que sufrió, se infiere que el sector atraviesa por una situación crítica.

El sector pieles, cueros y manufacturas tuvo en 1997 un saldo positivo de 1.017 millones en su balanza comercial. Exportó 1.099 millones e importó 82 millones. La industria del calzado tuvo un saldo negativo de 100 millones, exportó 104 millones e importó 204 millones.

Producción de madera y corcho¹³:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

Nota: no incluye muebles

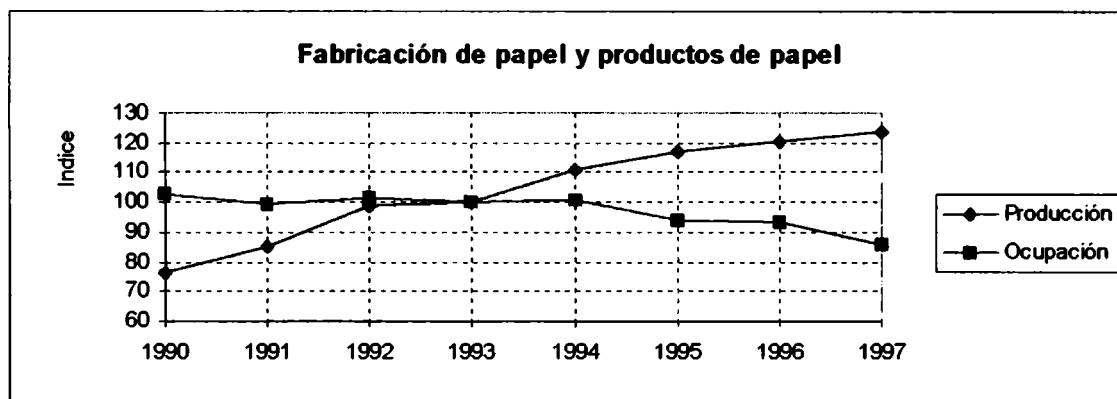
En el período 1990-97 el índice de producción industrial presenta altibajos, tiene una tendencia general al crecimiento con una caída brusca en 1995 y una recuperación importante en el último año, la evolución ha sido positiva del 38,2; la ocupación obrera por su parte tuvo un comportamiento estable hasta 1994, con una caída en 1995 y una recuperación en 1997, la evolución de la ocupación muestra una disminución del 12,3. Esta rama cuenta con una tasa de crecimiento promedio anual módica del 2,4%.

Los índices de producción y ocupación del sector indican que a partir de 1993 la productividad sectorial ha decrecido, presenta altibajos a raíz de la sobreoferta y saturación del mercado de productos de origen asiático, en especial todo lo que se relaciona con decoración de interiores, sin embargo en 1997 supera levemente el nivel general de la industria manufacturera. Esta rama cuenta con una baja inversión directa, con un total de 376 millones de dólares (1,3% de la inversión total de la industria manufacturera).

El sector madera, carbón vegetal, manufacturas de madera, corcho y espartería o cestería tiene en 1997 un saldo negativo de 41 millones. El sector exportó un total de 135 millones e importó un total de 176 millones.

¹³ No incluye muebles.

Fabricación de papel y productos de papel:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

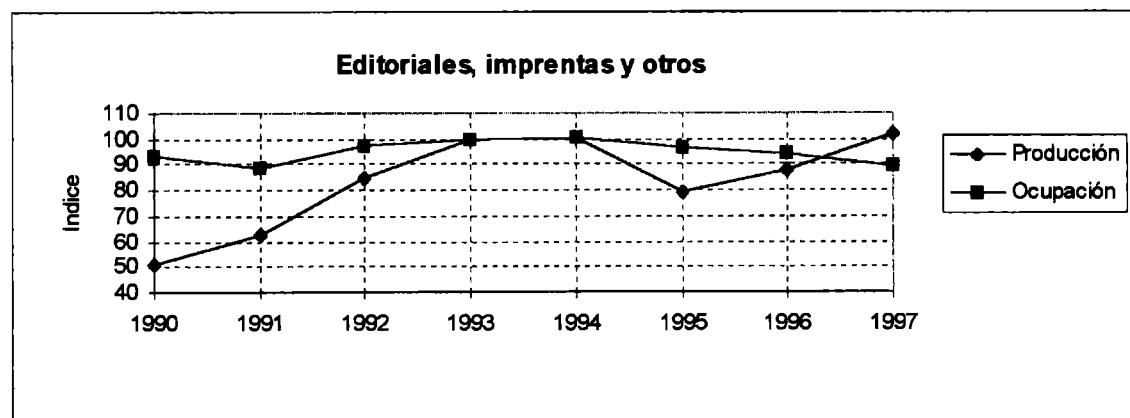
En el período 1990-97 el índice de producción industrial se incrementó en forma continua, el sector registra uno de los crecimientos más altos 47,9, de la industria manufacturera, en tanto que la ocupación se mantiene estable hasta 1994 donde comienza a decaer, presentando un comportamiento negativo del 16,9. Esta rama se encuentra entre las industrias que se clasifican como dinámicas dentro de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento anual promedio del 6%.

La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta a partir de 1993 un incremento continuado de la productividad, logrando en 1997 valores muy superiores al nivel general, pese a la incidencia de la caída de la ocupación obrera. Este sector cuenta con una inversión directa media, con un total de 1.442 millones de dólares (el 5% de la inversión total en la industria manufacturera).

La industria del papel y del cartón sufrió una baja en su producción del 12,4% en julio 98 respecto a igual mes del año anterior. Las fábricas nacionales han reducido sus ventas en el mercado interno ante la creciente importación de papel.

La industria de pasta de madera, desperdicios de papel y cartón tuvo en 1997 un saldo negativo de 749 millones, exportó 388 millones e importó 1.137. La industria del papel y cartón importó un total de 871 millones.

Editoriales, imprentas y otros:

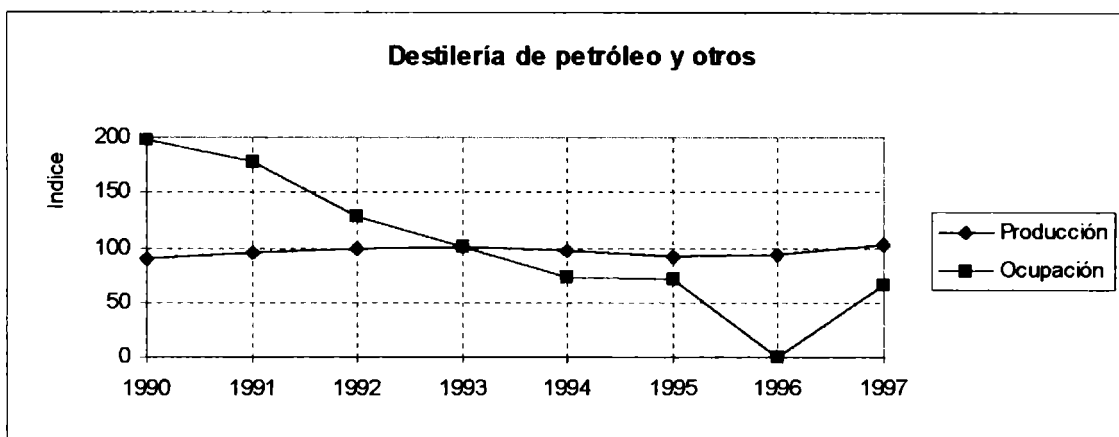


Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción industrial manifiesta un crecimiento continuo hasta 1993 donde se estabiliza pero se ve afectado por la crisis del 95, a partir de allí se inicia una etapa de recuperación de la producción, con un crecimiento del 51. La ocupación decae levemente en el 91, se recupera en 1992 y se estabiliza hasta el 95, donde inicia una caída que sin ser brusca, es continuada, el decrecimiento de la ocupación es del 3,6. Este sector se encuentra entre los más dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento anual promedio positiva del 8,5%.

La evolución de los índices de producción y ocupación indica a partir de 1993 un comportamiento muy particular de la productividad (acorde a lo acontecido con la producción), logrando en 1997 valores muy inferiores al nivel general. La inversión directa en el sector ha sido de 121 millones de dólares (representando el 0,4% de la inversión total en la industria manufacturera).

Destilería de petróleo y otros:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 la producción industrial se mantuvo prácticamente estable, manifiesta un crecimiento del 12,2, mientras que la ocupación inicia en el 90 una caída que se prolonga en el periodo, con una caída brusca en el 96 y tiende a recuperarse en el 97, esta industria es la más afectada en cuanto a la mano de obra con una caída del 130,5. El sector coque, derivados de petróleo y combustible nuclear se encuentra entre las ramas que tuvieron un crecimiento módico, con una tasa de crecimiento promedio anual del 1,2%.

La evolución de los índices de producción y ocupación indica que a partir de 1993 la productividad del sector se ha incrementado, sin embargo en 1997 refiere un nivel inferior al general de la industria manufacturera. Se reconoce el grado de exposición de estas industrias a las fluctuaciones del comercio internacional. La inversión directa en derivados de petróleo y gas fue 5.454 millones de dólares.

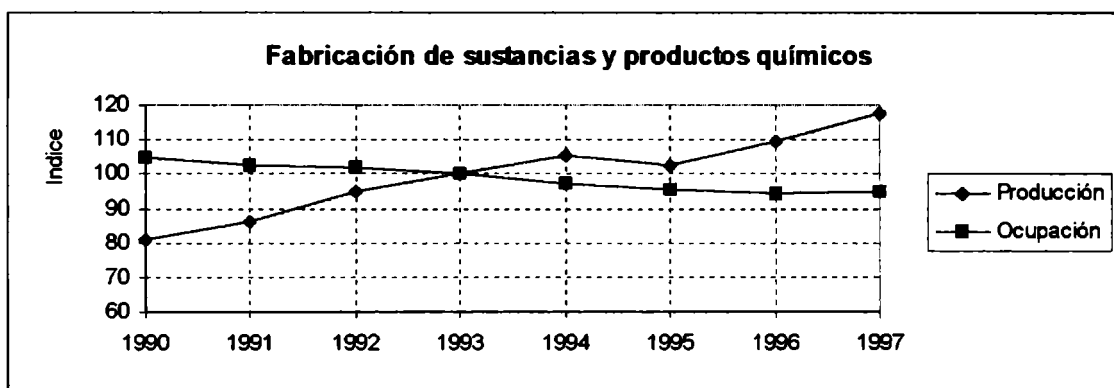
Los combustibles, aceites minerales y productos de su destilación exportaron en 1997 3.063 millones e importaron 899 millones. El saldo fue de 2.164 millones.

Vale destacar que desde inicios de los años 90 este sector de la industria ha sufrido una serie de cambios estructurales, y que con el gerenciamiento privado se ha dado lugar a una reducción de personal vía "retiro voluntario", indemnizaciones, despidos, flexibilización laboral, cambios tecnoproductivos. Una parte de esa mano de obra se reinsertó en el mercado laboral a partir de la conformación de una serie de pymes de servicios dentro del mismo rubro e industrias conexas (petroquímica, plásticos). Por otro lado, gran parte de la mano de obra se

derivó hacia actividades terciarias que en el corto plazo fracasaron, con lo cual se incrementó el desempleo, el subempleo y el empleo informal.

En la comparación de julio 98 respecto a igual mes del año anterior el **petróleo procesado** incrementó su producción un 5,3%, el **diesel oil** tuvo una variación de 106,1%, el **asfalto** aumentó el 39,5%, el **combustible para retropropulsión** tuvo una variación del 20,4%, el **gas licuado de petróleo** se incrementó el 19,9%, el **gas oil** creció un 5,3% y las **naftas** 3,4%. Mientras que el **fuel oil** cayó un 10,2%. El procesamiento y extracción de petróleo ha crecido mientras que los **crudos** registraron una caída del 40%. Los **gases industriales** se incrementaron el 13,5%.

Fabricación de sustancias y productos químicos:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción industrial muestra un crecimiento continuo hasta 1995 (efecto tequila) y se recupera, el sector tuvo un crecimiento del 36,7, mientras que la ocupación obrera tuvo un comportamiento negativo en todo el período, la disminución fue del 9,9, baja si se lo compara con otros sectores debido a que requiere mano de obra calificada, especializada. Este sector se encuentra entre los dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento promedio anual 5,3%.

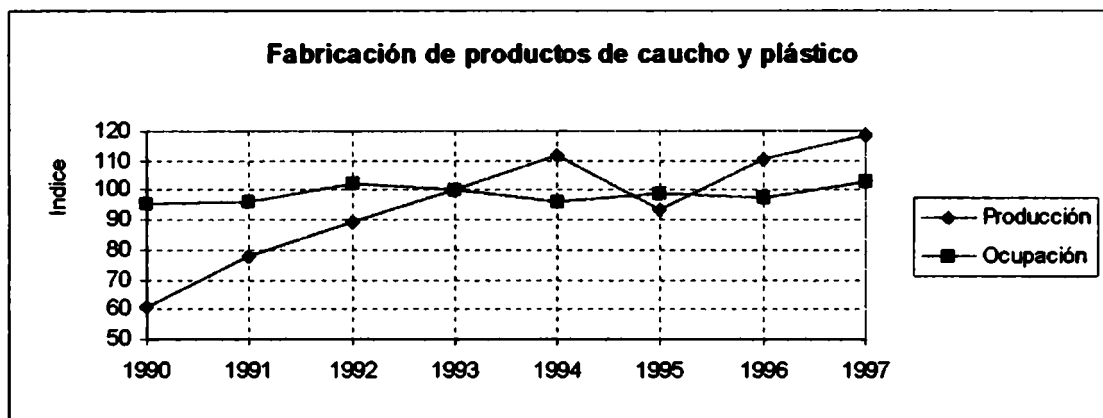
La evolución de los índices de producción y ocupación muestra que a partir de 1993 la productividad sectorial se incrementó, logrando en 1997 valores levemente superiores al general de la industria manufacturera. Siendo una de las ramas que cuenta con una inversión directa media, con 2.956 millones de dólares (el 10,3% de la inversión total de la industria manufacturera).

Los productos de las industrias químicas y conexas tuvieron en 1997 un saldo negativo de 2.745 millones. Exportando 1.283 millones e importando 4.028 millones. Los productos químicos inorgánicos importaron 284 millones, los productos químicos inorgánicos 1.562 millones, los productos farmacéuticos 478 millones, abonos 245 millones, productos diversos de las industrias químicas 606 millones.

Los productos **químicos básicos** han registrado una caída del 1,4% en julio 98 respecto a igual mes del año anterior. El sector se ha visto perjudicado por el ingreso al mercado local de productos de origen asiático y por el stop de funcionamiento de plantas por motivos técnicos.

Los **agroquímicos**, por su parte incrementaron su producción el 1,3% en julio 98 respecto del mismo mes del año anterior, debido a la caída de los precios de los productos cerealeros, que afectó a los productores agropecuarios.

Fabricación de productos de caucho y plástico:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción manifiesta un crecimiento hasta 1994, decae y se recupera, se incrementó el 57,7, mientras que la ocupación también registró un incremento del 7,4. Es uno de los pocos sectores que ha logrado mantener la ocupación dentro de parámetros medianamente estables, con evolución positiva de ambos indicadores. Este es uno de los sectores más dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento promedio anual del 8,1%.

La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta que la productividad del sector presenta altibajos a partir de 1993, como consecuencia de su alto grado de exposición a los cambios en la economía mundial, adquiriendo en 1997 valores levemente inferiores al nivel general. Esta rama ha contado con una inversión directa baja; en la fabricación de productos plásticos se invirtió 220 millones de dólares (el 0,8% de la inversión total), mientras que la fabricación de productos de caucho recibió el 0,4% de la inversión total en industria manufacturera.

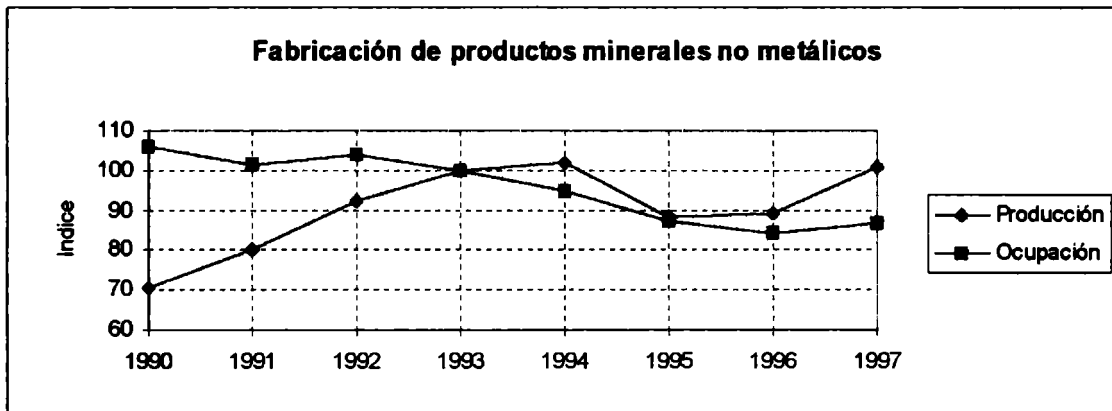
Los plásticos, caucho y manufacturas han tenido en 1997 un saldo negativo de 1.443 millones. Exportaron un total de 483 millones e importaron 1.926 millones.

Las **materias primas plásticas** registran un crecimiento ínfimo (0,1%) en julio 98 respecto a julio del año anterior, debido al aumento de las importaciones de productos asiáticos a muy bajos precios, inferiores a los costos locales.

La elaboración de **manufacturas de plásticos** disminuyó en julio 98 el 9,6% respecto a igual mes del año anterior, esto se produce en un contexto de desaceleración de la actividad automotriz y menores despachos en la construcción, sin embargo se incrementó la producción de envases plásticos para alimentos, especialmente para la industria láctea.

Este sector de la industria se ha visto afectado por el incremento de las importaciones y disminución de la rentabilidad debido a la caída de los precios internacionales, por la evolución de la crisis asiática y sus consecuentes repercusiones en la región (devaluaciones).

Fabricación de otros productos minerales no metálicos:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción industrial se incrementa en forma continua hasta 1994, en el 95 el sector sufrió los efectos residuales de la crisis mexicana, en el 96 comienza a perfilarse un incremento de la producción, que llegó en el 97 al 30,4, producto del reacomodamiento del mercado. La ocupación se vio afectada por una disminución del 19,2. Las industrias que se nuclean en este sector son intensivas en el uso de mano de obra, por lo tanto se infiere que la caída de la ocupación se debe al cierre de plantas.

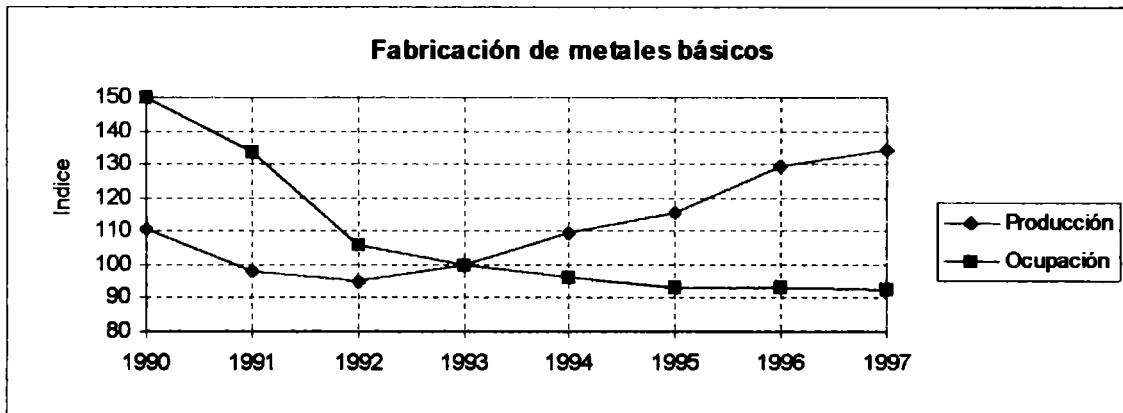
La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta a partir de 1993 una caída importante de la productividad, mostrando en 1997 valores inferiores al nivel general. El sector materiales para la construcción es uno de los sectores que ha contado con una inversión directa baja, de 770 millones de dólares (2,5% de la inversión total) mientras que en el procesamiento de minerales no metálicos recibió una inversión de 25 millones de dólares (0,1% de la inversión total de la industria manufacturera).

Las manufacturas de piedra, yeso, cemento, similares y manufacturas de vidrio tuvieron un saldo negativo de 203 millones. Exportaron 118 millones e importaron 321 millones.

La industria del **cemento** registró en julio 98 una caída de su producción del 3% respecto a igual mes del año anterior. Este sector es uno de los que se ha visto muy afectado por las inclemencias del tiempo, especialmente por el efecto de las lluvias que perjudican la producción y contribuyen a disminuir la reducida vida útil del producto.

Otros materiales de construcción también registró una disminución del 5,7%, debido a la caída de la producción de hierro para hormigón y vidrio para la construcción. El **vidrio** nacional perdió mercado a favor del importado.

Fabricación de metales básicos:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el inicio del período 1990-97 el índice de producción industrial manifiesta un decrecimiento, sin embargo a partir de 1992 se incrementa en forma progresiva, llegando al 23,5. El índice de ocupación obrera tuvo un comportamiento negativo, registró una caída del personal ocupado del 57,2. El sector hierro y acero está entre uno de los dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento promedio anual del 5,6%.

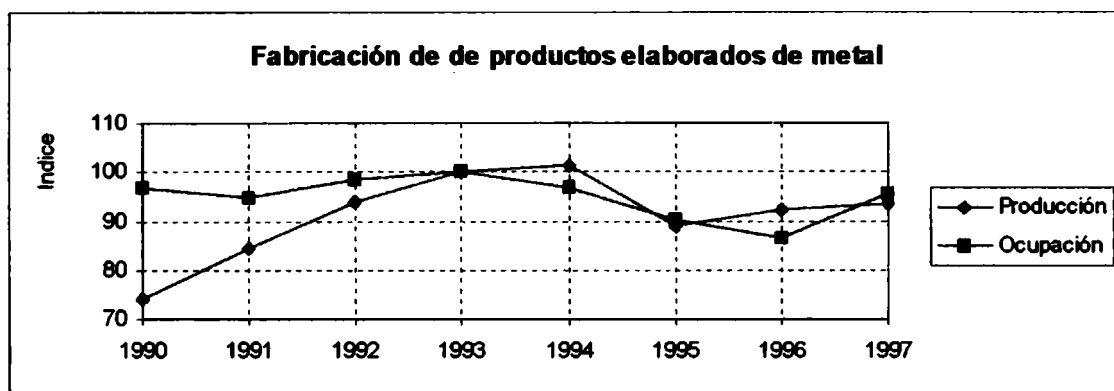
La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta a partir de 1993 un incremento de la productividad, llegando a 1997 con valores muy superiores al nivel general de la industria manufacturera; dado que la caída de mano de obra fue muy importante, se puede inferir que el sector ha incorporado tecnología que aumenta la producción hora/hombre. Siendo las industrias básicas de hierro y acero una de las ramas con baja inversión directa en el período 90-97: 1.179 millones de dólares, (el 1% de la inversión total).

Los metales comunes y sus manufacturas tuvieron en 1997 un saldo negativo de su balanza comercial de 722 millones. El sector exportó 1.325 millones e importó 2.047 millones. Dentro del total de exportaciones, las manufacturas de fundición, hierro o acero sumaron 611 millones de dólares e importaron los mismos productos por 645 millones.

La producción de **hierro primario** presenta en julio 98 un incremento de su producción del 3,4% respecto a julio 97, el **acero crudo**, tuvo una disminución del 6,1% en julio 98 respecto a igual mes del año anterior. La producción de **aluminio primario** registra una caída del 1,6% en el mes de julio 98 respecto a julio del año anterior. La **producción de envases** para bienes de consumo se ha incrementado. Los **laminados en caliente** presentan en julio 98 un decrecimiento del 18,2% de su producción respecto a julio 97.

Estos sectores industriales se vieron afectados por las fluctuaciones de la industria automotriz, así como la crisis asiática y la baja de los precios del petróleo que impactaron fuertemente en el rubro tubos sin costura.

Fabricación de productos elaborados de metal:¹⁴

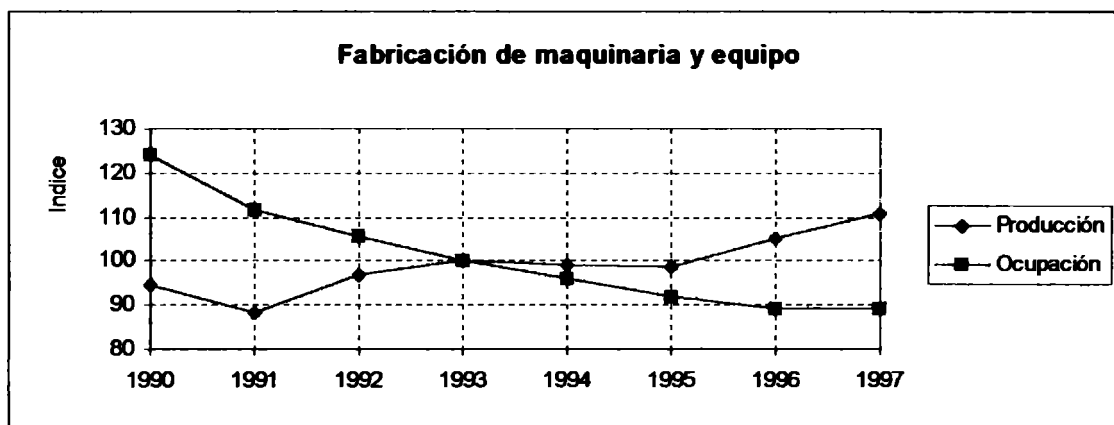


Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción tuvo un comportamiento positivo, con tendencia a incrementarse, excepto por la caída del año 95, el incremento fue del 19,1, mientras que la evolución de la ocupación ha sido levemente negativa, con una reducción del 1,3. Este sector se ubica entre los que ha tenido un crecimiento módico, una tasa promedio anual del 1,6%.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestra que la productividad sectorial inicia a partir de 1993 una disminución importante, llegando a 1997 con valores extremadamente inferiores al nivel general de la industria manufacturera, como consecuencia de la inestabilidad económica de la región, que no se ha logrado revertir. La rama de industrias básicas de metales no ferrosos ha contado con una inversión directa baja, de 341 millones de dólares (el 1,2% de la inversión total) mientras que la fabricación de productos metálicos contó con una inversión directa también baja de 187 millones de dólares (el 0,7% de la inversión total en la industria manufacturera).

Fabricación de maquinaria y equipo:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción industrial tuvo un comportamiento estable, con un incremento a partir del 95 que llegó al 16,1, mientras que la ocupación tuvo una caída progresiva que llegó al 35, mostrando desde los 90 una curva descendente. El sector se encuentra entre los que ha tenido un comportamiento dinámico, con una tasa de crecimiento promedio anual del 4%.

¹⁴ No incluye maquinaria y equipo.

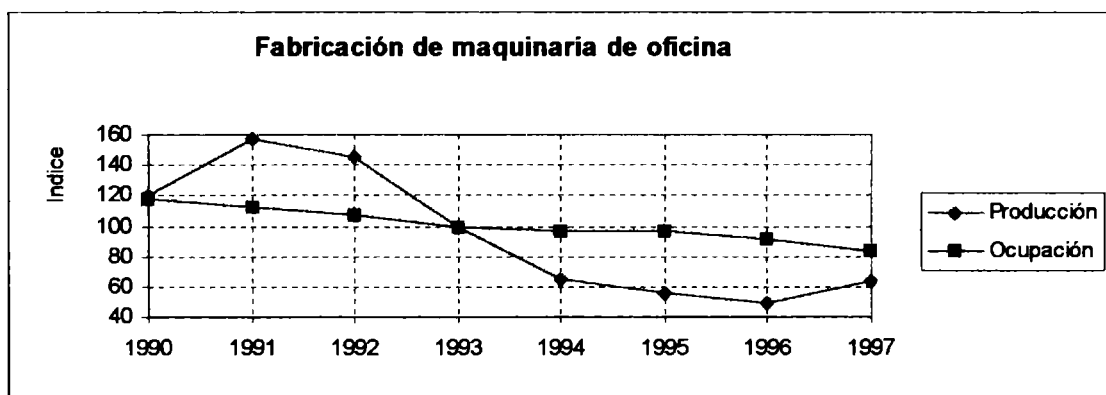
La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta que la productividad sectorial se ha incrementado a partir de 1993, mostrando en 1997 valores muy superiores al nivel general de la industria manufacturera. Se podría inferir la incorporación de tecnología que reemplace a la mano de obra y permite aumentar la producción hora/hombre. Siendo esta rama una de las que ha contado con una inversión directa baja de 338 millones de dólares (el 1,2% de la inversión total de la industria).

La industria de calderas, máquinas y artefactos mecánicos exportó 890 millones en 1997 e importó 5.834 millones. Dejando un saldo negativo de 4.944 millones.

La producción de **maquinaria agrícola** decayó en primer lugar por la caída del precio externo de los cereales, en segundo lugar por la influencia negativa de las inundaciones, y en tercer lugar por la creciente participación de productos importados en el mercado interno.

El nivel de la actividad **metalmecánica** excluida la industria automotriz presenta en julio 98 una caída del 5,5% respecto a igual período anterior.

Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática:

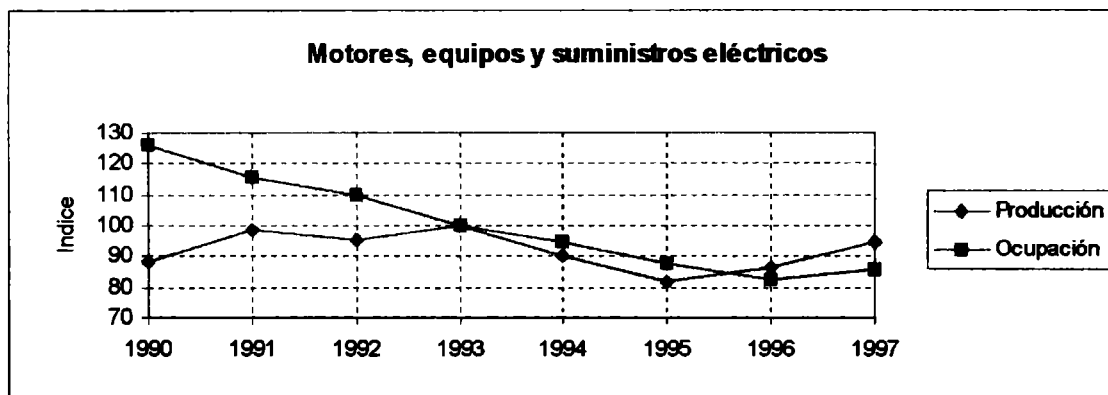


Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción tuvo una primera etapa, con un crecimiento elevado pero inicia otra etapa de descenso productivo, que llega en el 97 al 56,8. La ocupación también tiene un comportamiento negativo, la disminución se ha dado en todo el decenio pero no en forma brusca, presenta una disminución del 34,4.

La evolución de los índices de producción y ocupación manifiesta que la productividad ha disminuido a partir de 1993, en contraposición de lo ocurrido en la gran mayoría de los sectores de la industria manufacturera. La explicación ante tal situación es la creciente demanda de productos del sector ante el aumento de la demanda de bienes anexos al sector mobiliario.

Motores, equipos y suministros eléctricos:



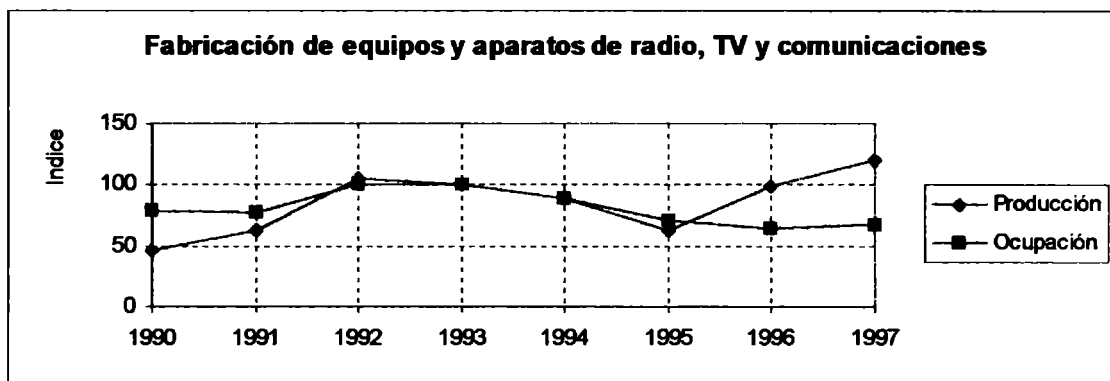
Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción industrial presenta altibajos, indica un reacomodamiento del sector ante los cambios del mercado, con un incremento del 6,4, mientras que la ocupación también tuvo una curva declinante, con una caída del 4,1. Este sector se encuentra entre los menos dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa de crecimiento promedio anual negativa 0,6.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestran que la productividad del sector ha sufrido cambios, con un aumento de la productividad recién a partir de 1996, aunque adquiriendo en 1997 valores muy inferiores al nivel general de la industria manufacturera. Este tipo de industrias produce para el mercado interno básicamente y para cubrir el Mercosur, se infiere que las caídas en la producción se deben a la inestabilidad económica de la región, La ocupación a partir de 1993 ha estado muy en relación con el comportamiento de la producción.

El sector máquinas y aparatos, material eléctrico tuvo en 1997 una balanza comercial negativa de 8.723 millones. Exportó un total de 1.221 millones e importó 9.944 millones.

Fabricación de equipos y aparatos de radio, t.v. y comunicaciones:

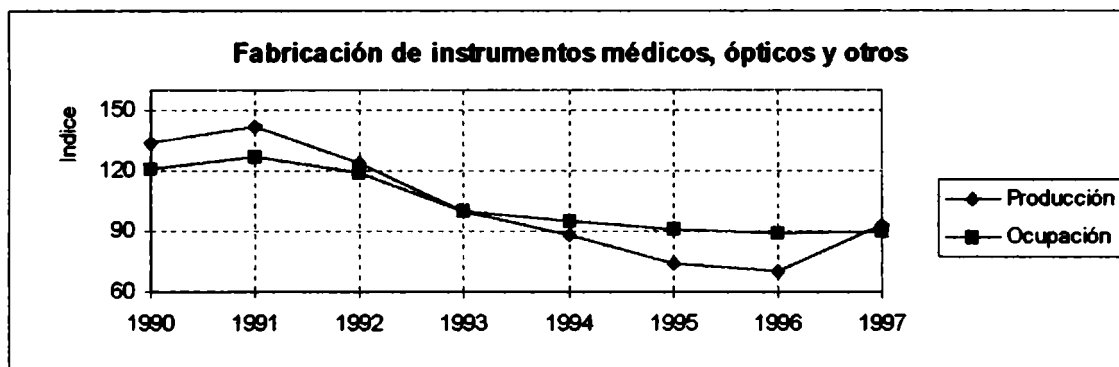


Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción sectorial presenta picos de crecimiento, con una tendencia a estabilizarse, decae y luego reinicia el crecimiento a partir de 1995, con un incremento del 74,2, mientras que la ocupación decreció un 12,4, mostrando en los últimos años una tendencia a estabilizarse. Este sector se encuentra entre los más dinámicos de la industria manufacturera, con una tasa crecimiento promedio anual del 10,8%.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestran que la productividad se ha disparado a partir del 95, luego de una caída paralela a la ocupación, adquiriendo en 1997 valores muy similares al nivel general de la industria manufacturera, lo cual indicaría que se ha incrementado la producción hora/hombre, se ha incrementado la eficiencia dado que algunos de estos son sectores que han pasado a manos privadas, lo que impone nuevas pautas de trabajo, mayores rendimientos, etc. El sector electrónicos y electrodomésticos contó con una inversión de 432 millones de dólares (el 1,5% de la inversión total).

Fabricación de instrumentos médicos, ópticos:



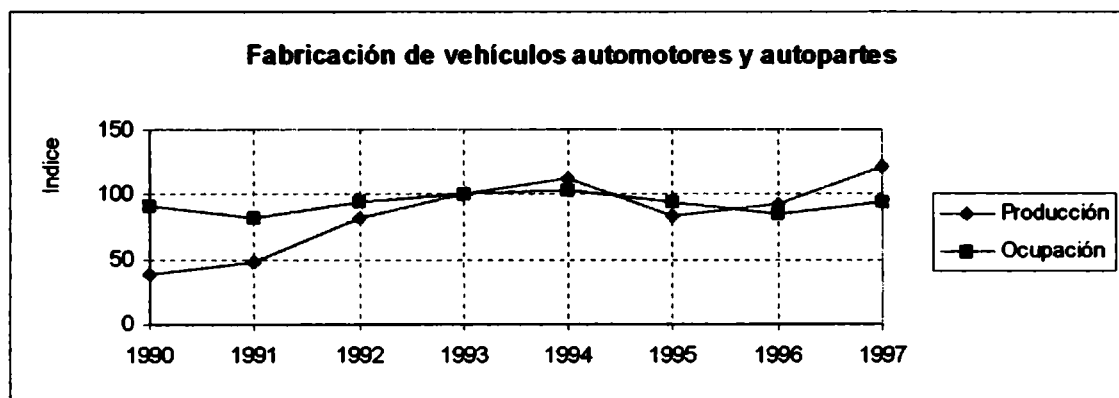
Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción tuvo un comportamiento negativo, en los años 90-91 la producción tuvo valores elevados, pero el sector no logró superar la caída del año 91 hasta el 96, que se registra una leve recuperación, el decrecimiento fue del 40,9. La ocupación tuvo un comportamiento similar aunque menos agudo, la caída se da a partir del 92 y luego tiende a estabilizarse llegando a 30,9. Esta rama se ubica entre las menos dinámicas de la industria manufacturera. con una tasa de crecimiento promedio anual negativa del 6,8%.

La evolución de los índices de producción industrial y ocupación obrera indica que la productividad de este sector ha descendido a partir de 1993, llegando a 1997 con escasos niveles de comparación. Es de notar que la naturaleza de estas industrias requiere mano de obra cualificada, debido a la precisión de los instrumentos que se producen. Este sector ha tenido una escasa importancia en la inversión total de la industria manufacturera: 0,0%; recibió una inversión directa de 5 millones de dólares.

Los instrumentos y aparatos de óptica, fotografía, cinematografía y sus accesorios presentan en 1997 un saldo negativo de 798 millones. Exportó un total de 73 millones e importó 871 millones.

Fabricación de vehículos automotores y autopartes:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

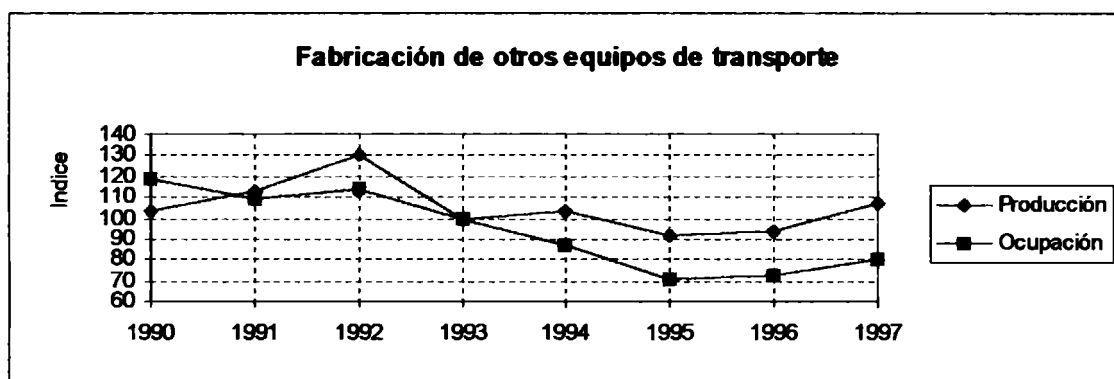
La producción manifiesta un crecimiento continuado hasta el año 94, en el 95 decae (efecto tequila) y tiende a recuperarse, la ocupación en este sector no ha manifestado caídas bruscas. Esta es una de las pocas ramas que ha incrementado el índice de ocupación obrero en el período de estudio. La industria automotriz es uno de los sectores más dinámicos de la industria manufacturera, da cuenta de una tasa de crecimiento promedio anual del 16,7%.

La evolución de los índices de producción y ocupación muestra que la productividad del sector ha contado con altibajos, donde se percibe un incremento real de la misma en el período 96-97; no obstante ello, en 1997 registra valores inferiores al nivel general. Siendo una rama con una inversión directa alta de 5.439 millones de dólares (el 18,9% del total de la industria manufacturera).

El sector exportó en 1997 un total de 2.614 millones e importó 4.504 millones, dejando un saldo negativo de 1.890 millones.

La industria automotriz registró un incremento de un 3,8% en julio 98 respecto a igual mes del año anterior. Las exportaciones del sector continuaron en aumento, siendo uno de las industrias más dinámicas del Mercosur. Las ventas al mercado de vehículos de fabricación nacional registran una caída del 13,1% en julio 98 respecto a julio 97.

Fabricación de otros equipos de transporte:



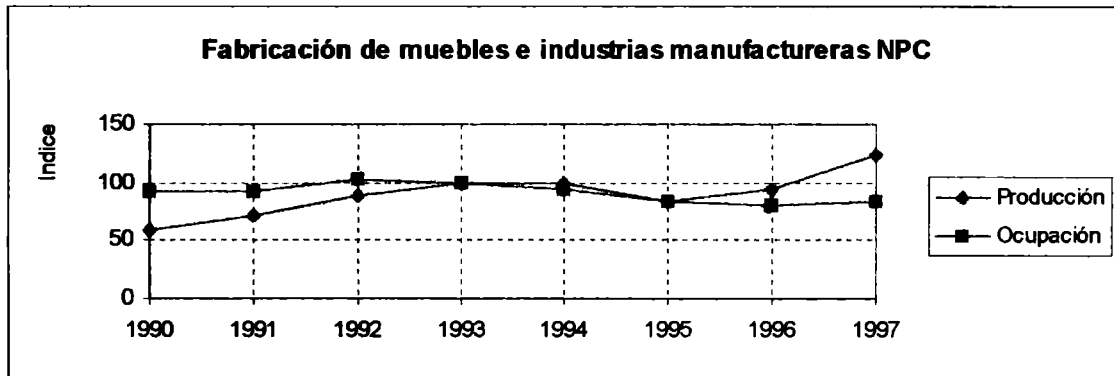
Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

En el período 1990-97 el índice de producción sufrió una serie de fluctuaciones, el punto de mayor crecimiento fue el año 92, la evolución manifiesta un incremento del 4, mientras que la ocupación sufrió un descenso importante del orden del 38,6, con un comportamiento negativo que se prolongó a lo largo de todo el período. El sector otros equipos de transporte (buques, locomotoras, aeronaves) fue uno de los menos dinámicos de la industria, registró una tasa de crecimiento promedio anual negativa del 0,9%.

La evolución de los índices de producción y ocupación obrera muestra que la productividad del sector se ha incrementado en forma continua a partir de 1993, mostrando en 1997 igual ritmo que el nivel general de la industria manufacturera.

Los materiales de transporte tuvieron en 1997 un saldo negativo de 2.225 millones. El sector exportó 2.721 millones e importó 4.946 millones.

Fabricación de muebles e industrias manufactureras NCP:



Fuente: Elaborado en base a información de Anuario Clarín 1998

El índice de producción manifiesta a lo largo del período 90-97 un crecimiento, con tendencia a estabilizarse en el período 92-94, en el 95 la producción decae y a partir de allí se incrementa. La ocupación por su parte mantiene cierta estabilidad, no presenta caídas bruscas. Dentro de este grupo de industrias la fabricación de muebles y colchones fue una de las más dinámicas, registró una tasa de crecimiento promedio anual del 12,7%.

Este grupo nuclea a todas las industrias que quedaron excluidas de la clasificación general anterior. Dada la heterogeneidad de sectores y subsectores es muy difícil dar una imagen certera de la productividad del conjunto. Se puede decir que la productividad manifiesta un mayor crecimiento a partir de 1995, adquiriendo en 1997 valores similares al nivel general. La inversión directa en el conjunto de "otras industrias manufactureras" fue de 44 millones de dólares, representando el 0,2% de la inversión total.

El sector Perlas finas o cultivadas tuvo un saldo negativo de 12 millones. El sector exportó 4 millones e importó 16 millones. Armas y municiones tuvo un saldo negativo. Exportó 5 millones e importó 15 millones. Mercancías y productos diversos tuvo un saldo negativo de 431 millones. Exportó 142 millones e importó 573 millones. Objetos de arte, colección y antigüedades tuvo un saldo negativo de 1 millón. Exportó 1 millón e importó 2 millones.

A modo de conclusión general se puede decir que los sectores que han tenido una expansión son "fabricación de vehículos automotores y autopartes", en segundo lugar "fabricación de equipos, radios, t.v. y comunicaciones" y en tercer lugar las industrias de "fabricación de plástico y caucho".

En el primer caso, la explicación sin duda refiere a un nivel macro, la integración económica al Mercosur, que trae aparejada nuevas formas de relaciones empresariales: integración intra e inter-firmas, la conformación de alianzas estratégicas entre firmas para la producción de autopartes (donde una de las partes cuenta con ventajas comparativas). Mientras que a nivel de la microeconomía, el consumo interno se incrementó apoyado en la estabilidad económica, el acceso a créditos blandos y los crecientes planes de financiamiento, la apertura externa, la sobreoferta de productos de electrónicos y electrodomésticos.

El proceso de apertura externa ha tenido un alto costo social en términos de empleo. El mercado laboral es que se ha visto más afectado, la ocupación decayó en todos los sectores (excepto la "fabricación de caucho y plásticos", "fabricación de vehículos automotores y autopartes"), siendo "destilería de petróleo" la industria que se vio más afectada.

Otra consideración interesante es que en el período '90-'93 la variable que permite incrementos de la productividad fue una elevada mano de obra, mientras que en el período '93-'97 la

variable ha sido la tecnología. Esto permite responder como se ha incrementado la productividad con un costo social tan elevado, como lo es la fuerte caída de la ocupación.

Este panorama global de la participación y tendencia de los grandes grupos en que se ordenen las actividades industriales en el país y la provincia, sus dificultades y las demandas nacionales e internacionales de coyuntura, permiten poner en contexto un análisis particularizado que permita sacar conclusiones sobre las posibilidades y prioridades para la industria de Capitán Sarmiento.

Comparación de la evolución global de la industria en el período '74-'85-'94: Capitán Sarmiento, Provincia de Buenos Aires y País.

A modo de introducción se hace referencia la situación del partido de Capitán Sarmiento en el contexto nacional y provincial, comparando los tres censos económicos nacionales (aunque el relevamiento realizado en 2000 por el municipio muestra, como veremos, diferencias respecto del último Censo Nacional Económico).

Evolución de la industria, período '74-'85-'94: Capitán Sarmiento, Provincia de Buenos Aires y País

	Censo Económico 1974		Censo Económico 1985		Censo Económico 1994		% Variación '74-'85		% Variación '85-'94	
	Establec.	Personal Ocupado	Establec.	Personal Ocupado	Establec.	Personal Ocupado	Establec.	Personal Ocupado	Establec.	Personal Ocupado
Capitán Sarmiento	71	483	65	545	59	276	-8,45%	12,83%	-9,23%	-49,35%
Gran Bs.As.	29.850	494.028	27.934	435.699	28.244	360.222	-6,7%	-11,80%	+1,1%	-17,3%
Resto PROVINCIA	16.650	186.690	12.797	176.359	12.858	130.674	-23,1%	-5,59%	+1,3%	-25,9%
Total PROVINCIA	46.600	680.750	40.691	615.294	41.202	490.896	-12,5%	-9,40%	+1,2%	-19,7%
Total PAÍS	126.388	1.525.221	109.376	1.381.805	104.970	1.124.642	-3,5%	-10,00%	-4,0%	-18,6%

Fuente: CNEs '74-'85-'94 (información correspondiente a julio de 1994).

La evolución manufacturera de Capitán Sarmiento a lo largo del período '74-'94 muestra una tendencia marcadamente negativa, tanto en el número de establecimientos como de personal ocupado (con el cierre de 12 establecimientos y la pérdida de 269 puestos). En el período '74-'85 la cantidad de establecimientos se redujo un 8,45% mientras que los puestos de trabajo se incrementaron un 12,83% (dejaron de funcionar 6 establecimientos pero se generaron 62 puestos de trabajo); situación que se agudizó en el período '85-'94, donde se redujo un 9,23% la cantidad de establecimientos y un significativo 49,35% los puestos de trabajo (cierran 6 establecimientos y el personal ocupado se achica en 269 puestos).

Este fuerte achicamiento del sector industrial adquiere mayor significación si lo comparamos con los guarismos del contexto nacional y provincial donde la tendencia fue también marcadamente negativa, sobre todo en los puestos de trabajo del interior de la provincia con una pérdida de casi el 26%. En el período '74-'85, las mayores posibilidades de supervivencia, y aún de crecimiento, las tuvieron los grandes establecimientos, siendo característico el cierre de los más chicos en todas las escalas territoriales, sin embargo, a la inversa que en la década anterior, en la década '85-'94 fue mucho mayor el porcentaje de puestos de trabajo perdidos que de establecimientos cerrados.

Evolución de la industria, período '85-'94: Capitán Sarmiento, Provincia de Buenos Aires y País

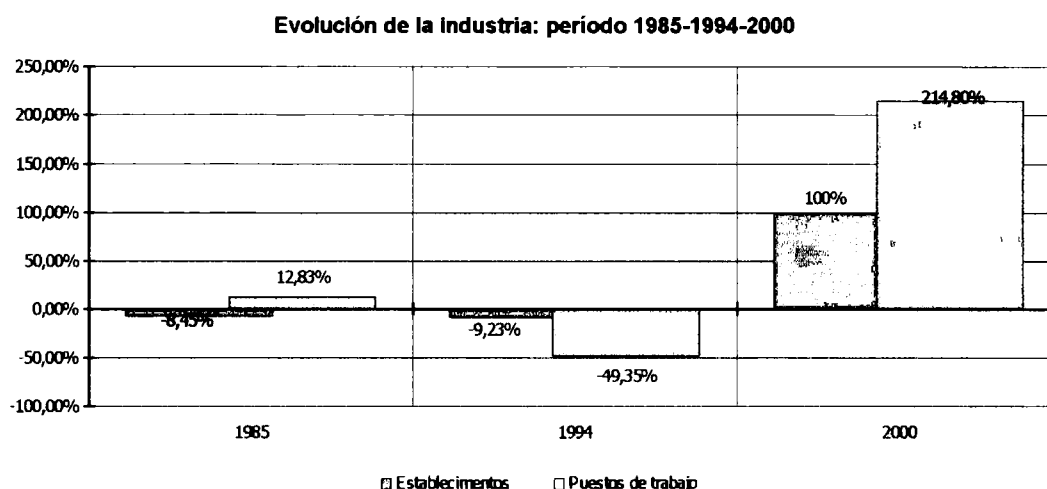
	Establecimientos		Personal Ocupado		Personal Remunerado		% de asalarización		Tamaño Medio Personas/Establ.	
	1985	1994	1985	1994	1985	1994	1985	1994	1985	1994
Capitán Sarmiento*	65	59	545	276	431	185	79,08%	67,02%	8,38	4,67
PROVINCIA	40.691	41.202	615.294	490.896	539.131	410.042	87,6%	83,50%	15,12	11,91
PAÍS	109.376	104.970	1.381.805	1.124.642	1.174.426	916.000	85,0%	81,45%	12,6	10,71

Fuente: CNEs '74-'85-'94 (información correspondiente a julio de 1994).

La comparación de Capitán Sarmiento con los estándares provinciales y nacionales muestra en ambos períodos intercensales un bajo grado de asalarización y un menor tamaño medio de los establecimientos industriales, que lo coloca en una escala semi artesanal.

Estar por debajo del promedio provincial y nacional es característico de los partidos del interior de la provincia, donde no es tan alta la incidencia del "empleo industrial" frente a un alto cuenta-propismo y/o empleo familiar, que impone límites a la generación del empleo industrial.

Los parámetros comparativos y sobre todo evolutivos ubican a Capitán Sarmiento en una situación para prestarle atención en el periodo intercensal que venimos analizando, tanto en la pérdida de establecimientos como de puestos de trabajo. No obstante ello, el relevamiento llevado a cabo en el 2000¹ donde se registraron 118 establecimientos que generan 869 puestos de trabajo, muestra un crecimiento significativo del sector industrial (creció un 100% la cantidad de establecimientos y un 214% los puestos de trabajo). Lo que indica una situación diferente, pero igualmente preocupante, ya que este importante crecimiento se da solo en pequeños establecimientos (de escala familiar) de la industria textil local (con una numerosos talleres informales que trabajan a fassón).



Fuente: DAM-UNLP sobre la base de los CNE's '74-'85-'94 y Relevamiento Municipal 2000.

Ajustando aún más dicho análisis de la industria, tanto en el país como en la provincia, un grupo de siete actividades (ahora específicas) de las 172 clasificadas en el Código CIIU (165 según la revisión 3) sumaron entre el 25 y el 28% del total de los puestos de trabajo en 1985, proporción que no se afectó con lo sucedido en los últimos años ya que en 1994 fue del 25% tanto en el país como en la provincia, con una merma en los puestos de trabajo del -18,6% en el país, idéntica a la merma total de trabajo industrial de la década, y del -23,3% en la provincia, contra el -19,7% de merma total de trabajo industrial.

Actividades industriales con mayor número de personal en el país

CODIGO	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS		Cantidad PERSONAL	
		1985	1994	1985	1994
31.171	Panadería y Confitería	13.403	14.301	1° 68.620	1° 68.308
38.199	Fabricación de Prod. Metálicos NEP	7.715	7.259	2° 51.016	6° 33.903
31.111	Preparación y Conservas de Carne	519	542	3° 50.833	4° 35.546
32.202	Confección prendas de Vestir	4.067	5.680	4° 50.224	2° 44.317
38.432	Autopartes	1.711	2.552	5° 48.329	3° 40.416
37.100	Industrias Básicas Hierro y Acero	270	545	6° 42.040	7° 26.399
35.600	Fabricación de productos plásticos	3.100	2.906	7° 37.509	5° 34.812
	TOTAL			348.571	283.700

* En 1994 se incorpora como importante por su incidencia "actividades de impresión" cod. 22.210, con 5.803 locales y 27.994 puestos de trabajo.

¹ Relevamiento realizado en el año 2000 por la Municipalidad de Capitán Sarmiento, en el marco del Convenio con la Universidad Nacional de La Plata.

Actividades industriales con mayor número de personal en la provincia

CODIGO	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS		Cantidad PERSONAL	
		1985	1994	1985	1994
38.199	Fabricación de prod. Metálicos NEP	3.993	3.560	1º 29.648	4º 18.439
38.432	Autopartes	902	1.183	2º 29.347	2º 22.667
37.100	Industrias Básicas Hierro y Acero	151	311	3º 28.510	5º 17.472
31.171	Panadería y Confeitería	4.858	5.418	4º 25.226	1º 25.564
31.111	Preparación y Conservas De Carne	162	124	5º 23.132	6º 15.654
35.600	Fabricación de Productos Plásticos	1.761	1.687	6º 21.412	3º 20.146
32.202	Confección de prendas de Vestir	1.083	1.636	7º 16.733	7º 13.418
	TOTAL			174.008	133.360

* En 1994 se incorpora como importante por su incidencia "fabricación de automotores" cod. 34.100, con 22 locales y 14.124 puestos de trabajo.

Dos son de productos alimenticios: Panadería y Confeitería; y Preparación y Conservación de Carne; evolucionaron en la última década, del 34% al 36% de ese grupo de siete en el país, y del 28% al 30,9% en la provincia.

Dos son de fabricación de productos metálicos, maquinarias y equipos: Fabricación de Productos Metálicos, y Autopartes, del 28,5% al 26,2% del grupo de siete en el país, y del 34% al 30,8% en la provincia (la misma proporción que la anterior, pero invertida).

Una es de fabricación de productos textiles: Confección de Prendas de Vestir con el 14% al 15,6% del grupo de siete en el país, y del 10% al 10,1% en la provincia.

Una es de fabricación de sustancias químicas y productos químicos derivados del petróleo, carbón, caucho y plástico: Fabricación de Productos Plásticos, con el 11% al 12,3% del grupo de siete en el país, y del 12% al 15,1% en la provincia.

Y una es de industrias metálicas básicas: Industrias Básicas del Hierro y el Acero, con el 12,5% al 9,3% del grupo de siete en el país (la caída proporcional más importante), y del 16% al 13,1% en la provincia (con marcada tendencia negativa).

Por su parte, Capitán Sarmiento contó en el Censo Económico de 1985, como ya vimos, con 65 establecimientos que generaron 545 puestos de trabajo; para 1994 eran 59 unidades censales con 276 puestos de trabajo; y que en el 2000 serían 118 establecimientos que generan 869 puestos de trabajo.

En Capitán Sarmiento, las 7 actividades principales en cuanto a la generación de puestos de trabajo, sobre un total de 29 registradas en el 2000 (de las 172 del código o 165 del nuevo), generan el 81% de las ocupaciones (en 1985 generaban el 84% de los puestos y en 1994 casi el 95%).

Las principales actividades siguen siendo la Confección de prendas de vestir, la Matanza de ganado, preparación y conserva de carnes, y la elaboración de productos de panadería y confitería, con un leve achicamiento en los puestos de trabajo. En este periodo, se incorpora la actividad avícola, la fabricación de ladrillos de máquinas y baldosas y el lavado y planchado de prendas de vestir, y cierra una fábrica de alimentos preparados para animales, mientras que el resto de las actividades, se mantienen pero se produce un achicamiento de los establecimientos.

Actividades industriales con mayor número de personal en Capitán Sarmiento

CODIGO	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS		Cantidad PERSONAL	
		1985	2000	1985	2000
32.202	Confección de prendas de vestir	27	52	1º 248	1º 300
31.219	Elaboración de productos ncp (Avícola/miel)		2		2º 215
37.100	Industrias básicas de hierro y acero		2		3º 55
31.111	Matanza de ganado, preparación. y conserv. de carne	1	1	2º 105	4º 50
31.171	Elab. productos de panadería y conf. excl. Galletitas	7	11	3º 31	5º 32
36.912	Fabricación de ladrillos de máquinas y baldosas		5		6º 26
32.113	Lavadero y planchado de prendas de vestir		1		7º 25
32.114	Confección de hilado de fibras textiles	2		4º 25	
31.220	Elaboración de alimentos preparados para animales	1		5º 24	
38.434	Rectificación de motores	3		6º 13	
32.129	Fabricación de lonas para toldos y camiones	1		7º 12	
	TOTAL		74		703

Fuente: DAM-UNLP sobre la base del CNE '85 y Relevamiento Municipal 2000.

De las actividades puntuales que son representativas en la generación de puestos de trabajo en la provincia y el país, cuatro lo son también para Capitán Sarmiento: Elaboración de productos de panadería y confitería, Matanza de ganado, preparación y conservación de carne, la confección de prendas de vestir, y la fabricación de productos de hierro y acero.

Además, se visualiza en el partido el predominio creciente de 2 sectores industriales: el Textil y el Avícola. La industria textil, es la de mayor peso en la economía local, donde 2 de las 7 principales actividades son textiles, siendo este un sector más diversificado, en segundo lugar aparece la industria alimentaria (elaboración de productos avícolas y miel), que se encuentra más concentrada y luego continúa un grupo de 4 actividades que si bien están dentro de las más importantes, tienen menor peso específico (elaboración de productos de hierro y acero, la matanza de ganado y conservación de carnes, productos de panadería y confitería, fabricación de ladrillos de máquina y baldosas).

La actividad **Confección de prendas de vestir** ocupa el primer lugar, contando con 52 talleres de costura, que emplea a 300 ocupados², representando el 34,5% del empleo manufacturero del partido y se constituye en una de las principales generadoras de empleo industrial.

Este sector adquiere una importancia fundamental para la economía del partido, mostrando un proceso de crecimiento continuo, compuesto por talleres de costura, muchos de los cuales han informalizado sus tareas a partir del trabajo a fassón. Estos talleres cuentan con un importante predominio de mano de obra de tipo familiar³, con un promedio de 3 personas por taller.

Una característica que ha sido continua en el período de análisis, es la terciarización de las actividades textiles, con tendencia al desmembramiento de las actividades (esto dificulta medir la actividad en su plenitud, en tanto operan fuera de los marcos legales). Otra característica de estos talleres es que se constituyen en una actividad soporte de otra principal, en muchos casos como complemento de la actividad agraria, en donde una mano de obra familiar se ocupa del campo y otra se dedica a la generación de ingresos alternativos.

En el caso de aquellos talleres pequeños y medianos tienen otra escala de operatividad, pero el mayor problema que enfrenta el sector textil, en su conjunto, es el trasvasamiento de los marcos legales de la mano de obra, que opera en negro en la mayoría de los casos, y que dada la inestabilidad de las actividades, la baja posibilidad de inversión, la baja productividad, y la

² Este dato corresponde a la información brindada por quienes fueran relevados por el Municipio en el transcurso del 2000, pero se debe contemplar la existencia de un gran número de talleres que funcionan "puertas adentro".

³ Fuente: Capitán Sarmiento. Su historia y su gente... Primera parte. 1884-1998.

imposibilidad de acceso crediticio, les impide crecer, y las potencia como un sector altamente vulnerable. En ese sentido, la industria textil puede adquirir una importancia fundamental para la industria local, a partir de afianzar el rol del municipio en la promoción del sector.

La actividad Elaboración de productos alimenticios ncp, actividad **avícola y fraccionamiento de miel**, ocupa el segundo lugar, a partir de una gran empresa que ocupa a 123 personas, y una mediana, con 92 ocupados, ambas representan el 24,74% de los puestos de la industria local.

Esta representada por una **Avícola** (Granja Tres Arroyos), cuenta con una planta procesadora en expansión, y una **Fraccionadora de miel** (La Elisa SA), equipada para procesar un tope de 30 toneladas mensuales de miel.

Siendo esta una actividad que cuenta con la ventaja comparativa de contar con un emplazamiento agro ecológico adecuado, pero que no manifiesta un despegue económico importante, pese a que se constituye en una de las principales generadoras de empleo.

Aquí cabe acotar una doble debilidad, por un lado, el funcionamiento de esta planta procesadora muestra las falencias del sector apícola, siendo que una de las condicionantes tradicionales del sector es su falta de agrupamiento u organización, lo cual le impide tener un rol negociador a la hora de definir pautas comerciales. Si contaran con una entidad, o algún tipo de asociatividad⁴ que represente sus intereses, se considera, que se lograrían ventajas comparativas interesantes a nivel local y regional. Por otro lado, al faltar este mecanismo de integración, se extrema el monopolio que ejerce esta planta procesadora, que trata individualmente con los productores, quienes pierden poder de negociación y extrema al mínimo las condiciones de compra del producto, amparándose en los reducidos niveles de compra por productor. De lo mencionado se visualiza la necesidad de gestionar la concreción de un espacio representativo del sector apícola que les permita competir en el mercado, y mejorar sus condiciones económico- productivas, tener acceso a la capacitación, etc.

Las **industrias básicas del hierro y del acero** ocupan el tercer lugar, a partir de 2 establecimientos que suman 55 ocupados. Una es una mediana empresa (50 ocupados), y la otra es una microempresa (5 puestos).

La **Matanza de ganado, preparación y conservación de carne** ocupa el cuarto lugar, a partir de la presencia de un frigorífico que cuenta con una buena capacidad productiva, y genera 50 puestos, emplazado en lo que era el antiguo matadero Municipal.

El sector cárnico está representado por una pequeña empresa (Frigorífico Frisar S.A.) cuyo funcionamiento se inició en 1990. Dispone de 6 cámaras de frío, con capacidad para albergar 3000 medias reses, mientras que la capacidad de faena es de 80 animales/hora⁵. La producción se coloca en el mercado local y regional, contando con tecnología y personal acorde a tal dimensionamiento. La estrategia comercial y de marketing se enmarca dentro de las características internacionales.

La **Elaboración de productos de panadería y confitería** ocupa el quinto lugar, a partir de la presencia de 11 panaderías que totalizan 32 ocupados, que generan el 3,68% del empleo manufacturero del partido. La cantidad de establecimientos y los puestos de trabajo muestran

⁴ Nota: Cabe destacar que ya ha habido intentos de conformación de una cooperativa, pero que no ha logrado los objetivos previstos. Al respecto puede consultarse: Programa de evaluación del potencial productivo y asociativo de los partidos de la provincia de Buenos Aires. El caso de Capitán Sarmiento. IPAC - Ministerio de la producción y el empleo de la Pcia. De Buenos Aires, 1997.

⁵ Fuente: Capitán Sarmiento... Op. Cit.

que es una actividad dimensionada para el consumo local, siendo en su totalidad microempresas.

La actividad **Fabricación de ladrillos de máquinas y baldosas** ocupa el sexto lugar, con 5 establecimientos (26 ocupados). Siendo en su totalidad microempresas, que trabajan para el abastecimiento local.

El séptimo lugar corresponde a la actividad **Lavadero y planchado de prendas de vestir**, con un pequeño establecimiento (25 ocupados). Actividad que cubre la demanda local doméstica y además, sirve de complemento a los talleres de costura.

Del análisis, se desprende que la estructura industrial de Capitán Sarmiento es muy endeble, y se encuentra escasamente diversificada. Las actividades industriales más importantes, en cuanto a la generación de puestos de trabajo, están vinculadas a la actividad textil y el sector alimenticio, observándose un bajo nivel de integración entre el sector primario y la industria manufacturera local. Salvo algunas industrias (frigorífico, avícola, fraccionamiento de miel, etc.), la mayoría de las actividades aparecen poco potenciadas, carentes de promoción y con un grado de integración reducido.

Incidencia de las actividades industriales

Los datos del Censo Económico '94 fueron ajustados por el Padrón Municipal de Comercios, Servicios e Industrias y el mencionado relevamiento '00, los que si bien no registran determinadas actividades, sí dimensionan con mayor precisión a otras, lo que arrojó para el 2000 unos 118 establecimientos manufactureros donde trabajan 869 personas.

En los cuadros siguientes vemos la incidencia de los nueve grandes agrupamientos en los que se distribuye globalmente la industria en el partido en el 2000 y luego la distribución en 1994 de los establecimientos y de los puestos de trabajo en el Gran Buenos Aires, resto de la provincia, total de la provincia y país.

Para completar la idea de participación de las distintas regiones en las actividades industriales, acotamos que las industrias radicadas en los 19 partidos del Gran Buenos Aires generan el 31% de la producción industrial nacional, con más del 32% de los puestos de trabajo, y concentran el 27% de los establecimientos del país.

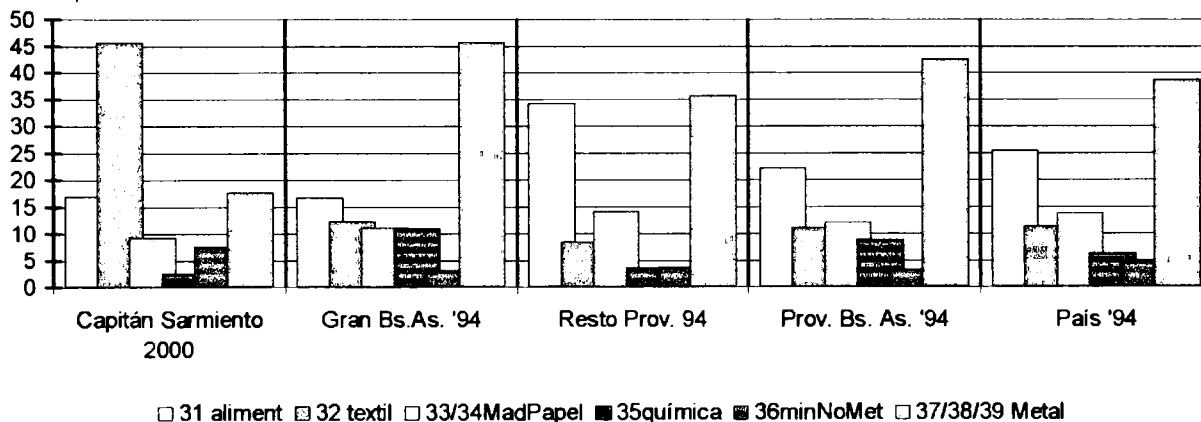
Distribución de las actividades industriales (en % de establecimientos)

Agrupamiento Código CIU	Relev. Municipal 2000		Censo Nacional Económico 1994			
	Capitán Sarmiento		Gran Bs. As.	Resto Prov.	Prov. Bs. As.	País
	establec.	%	%	%	%	%
31 alimento bebidas	20	17%	16,71	34,31	22,19	25,39
32 textil prendas	54	45,76%	12,38	8,41	11,15	11,33
33 madera muebles	8	6,77%	11,11	14,17	12,06	13,81
34 papel imprenta	3	2,54%				
35 productos químicos	3	2,54%	11,09	3,65	8,77	6,24
36 minerales no metálicos	9	7,6%	3,06	3,79	3,28	4,55
37 metálica básica	2	1,69%				
38 productos Metálicos	19	16,10%	45,65	35,67	42,55	38,68
39 otras ind. manuf.	0	0%				

Fuente: DAM-UNLP sobre la base del Relevamiento Municipal 2000 y CNE'94. INDEC.

Actividades Industriales Cantidad de establecimientos por sector

% de establecimientos
por sector



Fuente: DAM-UNLP sobre la base del Relevamiento Municipal 2000 y CNE'94. INDEC.

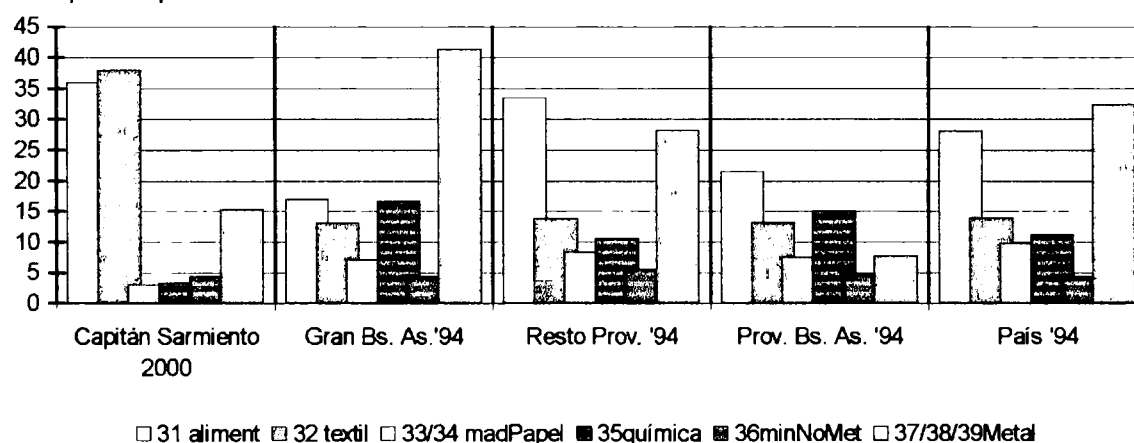
Distribución de las actividades industriales (% de puestos de trabajo)

Agrupamiento Código CIU	Relev. Municipal 2000		Censo Nacional Económico 1994			
	Capitán Sarmiento		Gran Bs. As.	Resto Prov	Prov Bs. As.	País
	Personal	%	%	%	%	%
31 alimentos bebidas	313	36%	17,02	33,48	21,50	28,15
32 textil prendas	329	38%	13,10	13,80	13,29	13,92
33 madera muebles	21	2,41%	7,23	8,35	7,55	9,75
34 papel imprenta	5	0,57%				
35 productos químicos	29	3,33%	16,78	10,53	15,08	11,33
36 miner. no metálicos	38	4,37%	4,46	5,60	4,76	4,42
37 metálica básica	55	6,32%				
38 productos metálicos	79	9%				
39 otras ind. manuf.	0	0%	41,41	28,24	37,82	32,43

Fuente: DAM-UNLP sobre la base del Relevamiento Municipal 2000 y CNE'94. INDEC.

Actividades Industriales Cantidad de puestos de trabajo por sector

% de puestos por sector



Fuente: DAM-UNLP sobre la base del Relevamiento Municipal 2000 y CNE'94. INDEC.

La Capital Federal aporta un 16,8% de los puestos de trabajo y el 16,5% de los establecimientos a la actividad nacional (donde los 2/3 lo conforman la industria textil, de productos metálicos y alimenticios, en ese orden), el resto de la provincia aporta un 11,6% de los puestos de trabajo y el 12,3% de los establecimientos, con lo que el resto del país aporta un 39,6% de los puestos de trabajo y el 44,2% de los establecimientos a la actividad nacional.

Una idea del desarrollo del Conurbano en el último medio siglo lo da la comparación de las cifras del censo de 1935 con el de 1994, que registraban un aporte del área a la producción industrial del 17% contra el 31% (donde Avellaneda encabeza el ranking con el 15% y lo siguen San Martín con el 12%, La Matanza con el 11,5% y Vicente López con el 7,7% de la producción del Conurbano).

Sin embargo, estamos en los comienzos de un proceso de emigración industrial, tanto al interior, como a los partidos vecinos del Gran Buenos Aires integrantes de la Región Metropolitana, en un área de influencia de unos 100 km. de radio (mientras que en la década '74-'85 los establecimientos se redujeron un 23% en el interior de la provincia y un 6,7% en el Gran Buenos Aires; en la década '85-'94 el proceso se niveló en un 1% positivo en ambos territorios aunque el

empleo industrial formal se derrumbó en el interior de la provincia aún más que en el Gran Buenos Aires, desapareciendo o transvasándose a trabajo informal).

Si la accesibilidad y el costo del flete son razonables, la disponibilidad inmediata de los servicios ofrecidos por la Capital Federal es posible, la calidad de vida es mejor y el costo de la tierra, de los impuestos y de la mano de obra son más bajos. En estas condiciones, el anillo podría extenderse a 200 km. del Conurbano en la mayoría de las actividades; aunque en algunas, tiene un peso determinante la cercanía al insumo, y si se acentúan estas ventajas comparativas y se potencian otras; en este esquema, Capitán Sarmiento puede cumplir un rol definido en este nuevo escenario.

En Capitán Sarmiento, observamos que el agrupamiento de **Textil y Prendas de vestir** es el primero en forma excluyente, con el 45,76% de los establecimientos y con el 38% en los puestos de trabajo generados por la industria en el partido, a pesar de que muchos de ellos son pequeños talleres, que no superan los 5 ocupados.

Además, un alto porcentaje de los trabajadores no ha sido relevado, ya que trabajan en domicilios particulares o pequeños talleres, fundamentalmente en la confección o armado de ropa, por sistema a fassón, confirmando el peso del trabajo informal.

A pesar de las dificultades que manifiesta el sector en el orden nacional, es el más importante a escala local, por lo cual es necesario prestarle atención, protegerlo y fomentarlo, tendiendo a su organización y a reducir el impacto de las caídas bruscas en una actividad con mucha participación de trabajo informal.

La importancia local del sector no se evidencia en el resto de los territorios comparados, donde ocupa entre el cuarto y tercer lugar tanto en la generación de empleo como en la cantidad de establecimientos.

El agrupamiento **Alimentos y Bebidas** es el segundo en la industria local, tanto en la generación de empleo como en el número de establecimientos.

Su presencia en la generación de trabajo es la más importante en el interior de la provincia, siendo desplazada al segundo lugar por productos metálicos, maquinarias y equipos en el país y, aunque muy cerca de la industria textil y de prendas de vestir, en el Gran Buenos Aires, es el que arrastra también a la provincia si la consideramos en su totalidad.

La industria alimentaria, con 17 establecimientos de entre 5 y 25 puestos, y 3 establecimientos que oscilan entre los 26 y más de 100 puestos, representa una parte importante de la estructura industrial de Capitán Sarmiento, generando ciertas expectativas por formar parte o ser borde de transición hacia el Conurbano (principal mercado consumidor del país), y por tener conexión con los principales puertos de la provincia y del país, y salida aérea al mercado mundial.

Pese a la especialización agraria del partido, la industria alimenticia tiene un desarrollo limitado, y aún siendo la segunda industria en importancia en la generación de puestos de trabajo, se evidencia la necesidad de capitalizar las ventajas comparativas del partido en cuanto a la cercanía a los mercados y a los insumos.

El agrupamiento de **Productos metálicos, maquinarias y equipos**, es el tercero en importancia tanto en la generación de puestos de trabajo como en los establecimientos, lejos de la industria textil y alimenticia.

Su importancia en la generación de puestos de trabajo está estrechamente relacionada con los establecimientos ligados al consumo urbano local y algunos con el agro, siendo un sector con necesidad de orientación a los efectos de aprovechar y multiplicar su posibilidad de servicio al campo. Mientras que en los otros territorios comparados ocupa el primer puesto, junto a metálica básica y otras industrias manufactureras.

La industria **Metálica básica**, ocupa el cuarto lugar en la generación de empleo industrial local y el sexto en la cantidad de establecimientos, cuenta con 2 establecimientos que generan el 6,32% de los puestos de trabajo (55 puestos).

Este sector de la industria ocupa el primer lugar en la generación de empleo en el Gran Buenos Aires, junto a productos metálicos y otras industrias manufactureras, el segundo en el resto de la provincia de Buenos Aires, primer lugar el total de provincia y de país. En cuanto a la cantidad de establecimientos estas actividades ocupan el primer puesto en todos los territorios comparados

El agrupamiento **Productos minerales no metálicos**, ocupa el quinto lugar en la generación de empleo local, representando localmente solo el 4,37% de los puestos de trabajo y cuarto lugar en el número de establecimientos (aporta el 7,6% de los establecimientos).

Cuenta con 3 fábricas de ladrillos (10 puestos), 5 fábricas de ladrillos de máquinas y baldosas (26 puestos) y una fábrica de mosaicos (5 puestos). Siendo en su totalidad microempresas que cubren la demanda de la industria de la construcción local.

Este agrupamiento tiene una reducida importancia en la estructura ocupacional de los territorios comparados (sexto lugar); mientras que la medición en establecimientos indica un sexto lugar en el Gran Buenos Aires, un quinto en el resto de la provincia en el Gran Buenos Aires, importancia que se traslada al total de provincia de Buenos Aires y último lugar en el total de país.

La industria de **Productos químicos y plásticos** está representada por solo 3 establecimientos: 2 fábricas de productos de limpieza (4 ocupados) y una fábrica de medicamentos (25 ocupados), con una baja incidencia en la generación de puestos de trabajo (el sector aporta el 3,33% de los ocupados de la industria local, y el 2,54% de los establecimientos).

El sector ocupa el tercer lugar en la generación de empleo en el Gran Buenos Aires, el cuarto en el interior de la provincia y tercero y cuarto en total provincia y total país, respectivamente.

La **industria de la Madera**, representada en Capitán Sarmiento por 4 carpinterías (7 ocupados), 2 aserraderos (8 ocupados), una fábrica de aberturas (4 ocupados), una fábrica de muebles (2 ocupados). Ocupa el quinto lugar en la cantidad de establecimientos, y tiene una muy baja incidencia en la generación de empleo, su importancia queda definida por una multiplicidad de microempresas que componen el sector, que están orientadas al mercado local. Situación que se repite en los territorios comparados.

El agrupamiento de **Papeles e imprentas**, de igual modo que el anterior, no tiene importancia en la generación de puestos de trabajo (con el 2,54% de los ocupados) ni en la cantidad de industrias (el 6,7% de los establecimientos). Está representada por 3 imprentas que generan 5 puestos.

Finalmente, y **otras industrias manufactureras** carece de representatividad en el partido.

Esta caracterización evidencia una marcada polarización en los agrupamientos de Alimentos y bebidas y Textil y prendas de vestir, que concentran el 73,87% de la ocupación industrial y el

62,71% de los establecimientos del partido, mientras que el resto de los agrupamientos tienen escasa representatividad.

Especialmente, la **industria Textil y de confección de prendas de vestir**, se vislumbra como la de mayor importancia en la generación de empleo (casi el 38%) y de mayor cantidad de establecimientos de tipo industrial (casi el 46%), seguida por la industria alimentaria, que fundamenta su peso en la estructura productiva del partido en 3 actividades: frigorífico, avícola y el apícola.

El posible crecimiento de estos sectores requiere que se modifiquen pautas empresariales que se fundamenten en un compromiso de modernización productiva y se desarrollen políticas de estímulo a la diversificación de estas y otras posibles actividades industriales. En esta dimensión el rol del municipio como promotor y orientador es estructurante.

Evolución de la industria en Capitán Sarmiento

Analizamos hasta el momento la caracterización global de la industria comparando su incidencia, evolución y dimensión en distintas realidades y escalas territoriales. Veamos ahora la evolución de la actividad industrial en Capitán Sarmiento.

Evolución de las actividades industriales en Capitán Sarmiento

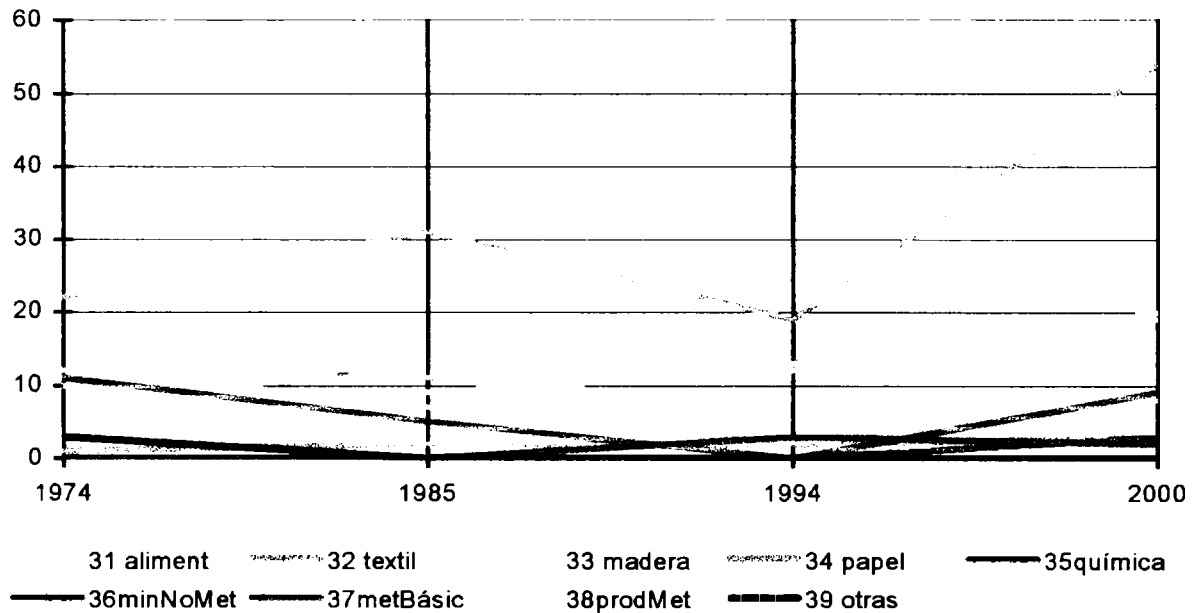
Agrupamiento	CNE 1974		CNE 1985		Relev. Mun. 2000	
	Número Estab.	Personal ocupado	Número Estab.	Personal ocupado	Número Estab.	Personal ocupado
31 alimento bebidas	10	99	9	160	(12) 20	(37) 313
32 textil prendas	22	257	31	290	(19) 54	(149) 329
33 madera muebles	12	22	7	18	(2) 8	(2) 21
34 papel imprenta	1	*	2	2	(2) 3	(2) 5
35 productos químicos	0	0	0	0	3	29
36 minerales no metálicos	11	34	5	10	9	38
37 metálica básica	0	0	0	0	(3) 2	(3) 55
38 productos metálicos	12	63	11	65	(13) 19	(39) 79
39 otras ind. manufac.	3	*	0	0	0	0
TOTAL	71	483	65	545	(51) 118	(232) 869

*En CNE '74, en los Agrupamientos 34 y 39 el personal ocupado fue estimado debido al secreto estadístico (suman entre los dos agrupamientos 8 ocupados). El personal total de '74 incluye el personal estimado (8 ocupados)

Fuente: DAM-UNLP sobre la base de los CNE '74-'85-'94 y Relevamiento Municipal 2000. Entre paréntesis figura el CNE '94, correspondiente a 1993. Los datos a Julio '94 dan una total de 59 establecimientos con 276 ocupados.

Evolución de la industria medida en establecimientos

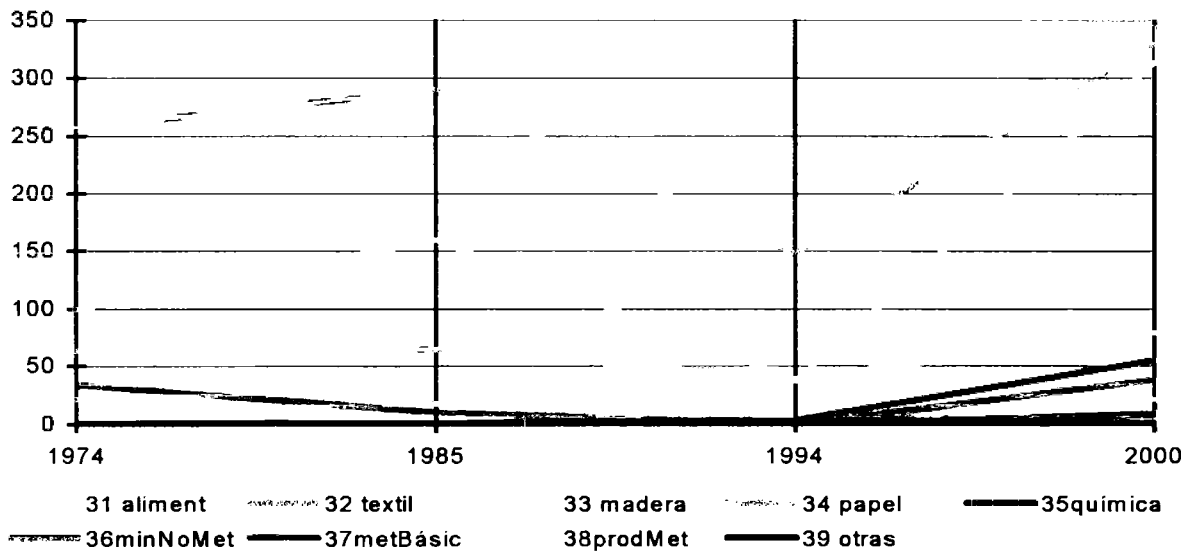
Establecimientos



Fuente: DAM-UNLP sobre la base de los CNE '74-'85-'94 y Relevamiento Municipal 2000.

Evolución de la industria medida en puestos de trabajo

Puestos de trabajo



Fuente: DAM-UNLP sobre la base de los CNE '74-'85-'94 y Relevamiento Municipal 2000.

El contexto muestra una realidad cambiante por determinadas y diversas circunstancias:

○ la incertidumbre en la dimensión de la actividad futura de determinadas industrias (Productos Metálicos y Química).

○ la dificultad para competir de determinadas industrias con los subsidios a su actividad, o a derivados de su actividad en otros países (aves o cerdos e incluso quesos) o al costo de los insumos.

○ la lógica modernización, evolución tecnológica y robotización industrial para competir, que paradójicamente reduce la necesidad de mano de obra y cambia los parámetros de calificación de la misma.

○ la precarización del trabajo, con un fuerte componente *en negro*.

En todos los casos se genera la necesidad de pensar en otras actividades, en la evolución de las existentes, y en la capacitación de las fuerzas de trabajo local que permita absorber cualquier demanda insatisfecha de mano de obra.

El agrupamiento **Alimentos y bebidas** evolucionó en los últimos 20 años en forma oscilante, mientras la cantidad de establecimientos se mantuvo relativamente estable, la cantidad de puestos de trabajo aumentó en el período '74-'85 (un 61,61%), evidenciando en el período '85-'94 una fuerte tendencia al achicamiento, llegando en 1994 a ubicarse muy por debajo de los puestos de trabajo alcanzados en 1974, con una pérdida de 123 puestos. En el período '94-'00 se observa un incremento muy notable, se generaron 276 puestos, mostrando una cierta tendencia al aumento de pequeños establecimientos.

El agrupamiento **Textil y prendas de vestir** es una actividad con fuerte representación en el partido, en el período '85-'94 el sector incorporó 9 establecimientos a la actividad industrial (se pasó de tener 22 establecimientos en 1974 a 31 en 1985) con una incidencia no muy alta en el empleo, ya que se generaron solamente 33 puestos de trabajo. Mientras que en el período '85-'94 la evolución es marcadamente negativa, tanto en el número de establecimientos como en los puestos generados por estos, en el primer caso la contracción fue del 38,7% (de 31 dejaron de funcionar 12) y los puestos de trabajo se redujeron un 12,84% (se perdieron 33 puestos). A partir de 2000 se evidencia un incremento importante de los dos indicadores que venimos analizando, establecimientos (184%), que son en general pequeños talleres, que han incrementado la ocupación sectorial en un 120%.

El agrupamiento **Maderas y productos de madera y muebles**, tuvo un comportamiento marcadamente negativo en términos de establecimientos y declinante en el personal ocupado, en el período '74-'85 se reduce el número de establecimientos (contaba con 12 en 1974 y se registraron 7 en 1985) y en el siguiente período intercensal ('85-'94) se evidencia un proceso de achicamiento en los establecimientos, con lo cual el sector queda representado por 2 locales dedicados a la fabricación de productos de madera. Los puestos de trabajo tuvieron en el período '74-'85 una cierta estabilidad (en el '74 el sector contaba con 22 ocupados y en el '85 tenía 18); sin embargo en el siguiente período intercensal ('85-'94) los puestos decaen bruscamente (en 1994 se registraron solo 2 puestos), lo cual indica que son establecimientos muy pequeños, con escasa importancia en la generación de empleo local. En el último período se observa una mejora del sector sin llegar a superar los niveles del '74, con un crecimiento del 300% para los establecimientos y del 950% de los puestos.

El agrupamiento **Papel, productos de papel e imprentas**, tuvo un proceso de estabilidad en el período '74-'94, registrándose un único establecimiento en la actividad en 1974, con una escasa

repercusión en los puestos de trabajo, el secreto estadístico del CNE '74 no permite mostrar una evolución exacta de los ocupados en el sector, en 1985 se incorpora otro local a la actividad; en líneas generales se puede decir que se trata de micro-empresas sin incidencia en los puestos de trabajo locales. Hacia el 2000 la tendencia del agrupamiento se mantiene, contando con reducido número de locales y escasa generación de empleo.

El agrupamiento **Sustancias y productos químicos** carece de representación hasta el 2000 donde se registraron 3 establecimientos industriales, 2 dedicados a la fabricación de productos de limpieza y uno fábrica de medicamentos y productos químicos. La falta de datos anteriores impide ver la evolución del sector en el partido.

El agrupamiento **Productos minerales no metálicos**, ha mostrado en el período '74-'94 una tendencia declinante tanto en el número de establecimientos como en los puestos de trabajo generados, los establecimientos pasaron de 11 en 1974 a 5 en el 1985, hasta desaparecer de la actividad en 1994; mientras que los puestos de trabajo se redujeron de 34 a 10 en 1985. Actualmente está representado por 9 establecimientos que generan 38 puestos.

El agrupamiento industrias **Metálicas básicas** recién comienza a tener representación en el partido a partir de 1994, con 3 establecimientos que generaban 6 puestos de trabajo, mostrando hacia el 2000 una tendencia al crecimiento, su importancia está dada por su generación de empleo.

El agrupamiento de **Productos metálicos, maquinarias y equipos** evolucionó en los últimos 20 años ('74-'94) con cierta estabilidad, mientras la cantidad de establecimientos pasó de 12 en 1974 a 13 en 1994; los puestos de trabajo tuvieron un comportamiento estable, en el período '74-'85, mientras que en el siguiente período intercensal ('85-'94) se evidenció una caída importante se perdieron 26 puestos. En el período '94-'00 se observa una tendencia al crecimiento, siendo mayor la generación de empleo que de apertura de establecimientos industriales.

Por último, el agrupamiento **otras industrias manufactureras** carece de representación en el partido en la actualidad. El censo del '74 registró 3 establecimientos, pero el secreto estadístico no permite obtener el dato del personal ocupado.

En síntesis, se evidencian 2 agrupamientos que lograron imponer un crecimiento sostenido y marcado a lo largo de veinte años, globalmente lograron destacarse, la industria de la alimentación y textil. Estos sectores se constituyen actualmente en los agrupamientos más importantes del partido. El resto no muestra todavía una escala ni siquiera pequeña y las oscilaciones no pueden medirse en términos de tendencia, dada su escasa representatividad, muy sensible a pequeños cambios.

Este análisis nos brinda un panorama del tejido industrial de Capitán Sarmiento, el que completaremos trabajando con un mayor grado de desagregación (ahora a tres dígitos del código CIIU, que suma 29 subagrupamientos desprendidos de los 9 originales hasta ahora analizados, y de los que en Capitán Sarmiento están representados actualmente por 9), con el fin de identificar cada vez con más precisión las actividades más importantes en el partido y su tendencia histórica, y comenzar a vislumbrar aquellas faltantes y quizás con posibilidades de progreso: Observamos que en general, el comportamiento de los sub agrupamientos mantiene la tendencia de los grandes agrupamientos.

**Evolución de las actividades industriales en Capitán Sarmiento periodo '85/'00:
Código CIU a tres dígitos**

AGRUPAMIENTO Código CIU	CNE 1985		Relev. Municipal 2000	
	Establec.	Personal ocupado	Establec.	Personal ocupado
311 alimentos no Bebidas	8	136	(12) 17	(37) 95
312 alimentos diversos	1	***24	2	215
313 industria Bebidas			1	3
314 industria Tabaco				
321 fabricación de Textiles	3	37	(1) 2	(7) 29
322 prendas de vestir	28	253	(18) 52	(142) 300
323 productos de cuero				
324 calzado, excepto caucho				
331 madera y productos	5	12	(2) 7	(2) 19
332 muebles excluidos muebles metálicos	2	6	1	2
341 papel y productos de papel				
342 imprentas, editor	2	***2	(2) 3	(2) 5
351 sustancia químicas industriales				
352 otros productos químicos			3	29
353 refinería y petróleo				
354 productos de petróleo y carbón				
355 productos de caucho				
356 productos de plásticos NEP				
361 Objetos de barro loza y porcelana				
362 vidrio y productos de vidrio				
369 otros minerales no Metálicos	5	10	9	38
371 hierro y acero			(3) 2	(3) 55
372 metálicos no ferrosos				
381 productos metálicos	1	2	(5) 3	(5) 8
382 maquinaria no eléctrica	3	6	(3) 3	(4) 10
383 maquinas y accesorios eléctricos	3	42	(2) 5	(26) 27
384 material de transporte	4	15	(1) 8	(2) 34
385 instrumentos científicos y pre.				
390 otras industrias manufactureras				
TOTAL	65	545	(51) 118	(232) 869

Nota: ***En 1985 el dato de personal ocupado de los agrupamientos 312 y 341: ha sido estimado a partir de total, debido al secreto estadístico. No se dispone de la información a 3 dígitos para CNE '74. Entre paréntesis figura el CNE '94, correspondiente a 1993.
Fuente: DAM-UNLP, en base a información de CNE '85 y Relevamiento municipal 2000. Entre paréntesis

Actividades industriales más representadas en el Partido

Actividades industriales con mayor número de establecimientos -2000-

Código ACTIVIDAD CIU	Estab.	Personal ocupado	Tam. Medio per/ est	*Personal Remun.	* %Asalar. (%)
32202 Confección de prendas de vestir	52	300	5,76	0	0
31171 Productos Panadería y confitería	11	32	2,9	29	91,42%
36912 Fabricación de ladrillos	5	26	5,2	0	0
38434 Rectificación de motores	4	10	2,5	0	0
33112 Carpintería de obra de madera	4	7	1,75	0	0
TOTAL establec. Más representadas	76	375	4,93	29	32,75%
TOTAL estab. Industriales Capitán Sarmiento	118	869	7,36	569	65,51%

*Los datos de personal remunerado y grado de asalarización se expandieron de los respectivos porcentajes del CNE '94. Constituyen sólo una indicación, ya que algunas actividades han tenido modificaciones importantes.
Fuente: DAM-UNLP sobre los datos obtenidos en el Relevamiento municipal 2000.

Consideramos las actividades industriales que cuentan con cuatro o más establecimientos, que como se observa en el cuadro son 5 actividades (sobre un total de 29) que concentran 76 establecimientos (sobre un total de 118) y 375 puestos de trabajo (sobre un total de 869), es decir el 64,4% de los establecimientos y el 43,15% de los puestos de trabajo, con un tamaño medio promedio de 4,93 pers./est. y un grado de asalarización del 32,75%.

Entre las actividades industriales más representadas en el partido, se destaca significativamente la Confección de prendas de vestir. En general, se trata de talleres de costura con un bajo grado de asalarización, siendo emprendimientos de tipo familiar. Dado el carácter semiartesanal de la actividad, el sector adquiere importancia de conjunto, aunque se reconocen algunas diferencias entre los talleres.

El resto de los establecimientos que integran las actividades industriales más representadas del partido, como por ejemplo: las panaderías, las carpinterías, las fábricas de ladrillos, los talleres de rectificación de motores, tienen indicadores que llevan a pensar sobre su grado de "industrialización", reconociendo características más próximas a establecimientos artesanales, ya que cuentan con un promedio de 4,89 pers./est. y un grado de asalarización estimado del 34,05%, siendo en general propietarios con escasos empleados o ayudados por algún familiar, valores marcadamente inferiores al tamaño medio (7,36 pers./est.) y grado de asalarización (65,51 %) del total de las industrias del partido.

Es decir que el mayor número de establecimientos encasillados como "industriales" de Capitán Sarmiento, están lejos de conformar hoy un polo característico como podría ser el petroquímico, el autopartista o el tecnológico de otras regiones, ni el alimentario o el de determinados productos metálicos relacionados al agro, que bien podrían consolidarse en el partido, sino que representan, por ahora, un grupo de micro y pequeñas empresas, con tecnología y modos empresariales, que solo alimentan expectativas de supervivencia.

Actividades más concentradas

Como se observa en los cuadros, la cantidad de establecimientos con hasta 5 personas ocupadas, oscila aproximadamente entre el 60% y el 85%: el 71% en el país, el 68% en la provincia, el 63% en el Gran Buenos Aires, el 79% en el interior de la provincia, y el 80,5% en Capitán Sarmiento. Sin embargo, la proporción de trabajo generado por los pequeños establecimientos es de entre el 12% y el 17% en el Gran Buenos Aires, la provincia, el país y el interior de la provincia -en ese orden- y es en Capitán Sarmiento donde aumenta al 40,74% del trabajo industrial.

Los agrupamientos que superan claramente la media en la proporción de cantidad de establecimientos de mayor tamaño y en el trabajo generado por éstos, en todos los territorios comparados incluido Capitán Sarmiento, son el Textil y el de Productos Químicos, salvo en los puestos de trabajo de la industria textil.

En Capitán Sarmiento, superan la media en la proporción de cantidad de establecimientos de menor tamaño los agrupamientos: Alimentos y bebidas, Productos de Madera y Papel e imprenta, los Productos metálicos, Minerales no metálicos y Metálica básica, mientras que superan la media en la proporción de puestos de trabajo de menor tamaño los agrupamientos: Textil, Productos de Madera, Papel e imprenta, Mineral no metálicos y Productos metálicos.

1994: % de ESTABLECIMIENTOS por TAMAÑO (medido en puestos de trabajo):

Agrupamiento Código CIIU	País '94		Prov. Bs.As. '94		Gran Bs.As. '94		Interior Prov. '94		Capitán Sarmiento '00	
	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.
31 alimen. bebidas	72,80	27,20	73,60	26,40	69,81	30,19	77,68	22,32	85%	15%
32 textil prendas	64,99	35,01	60,81	39,19	59,56	40,44	64,87	35,13	72,23%	27,7%
33 madera	76,29	23,71	76,88	23,12	72,17	27,83	85,06	14,94	100%	0%
34 papel imprenta									100%	0%
35 prod químicos	51,00	49,00	49,76	50,24	48,99	51,01	54,90	45,10	66,64%	33,33%
36 min No Metálico	77,29	22,71	65,05	34,85	58,08	41,92	77,48	22,52	88,89%	11,11%
37 metálica básica									50%	50%
38 prod. Metálica	73,88	26,12	69,58	30,42	64,00	36,00	85,40	14,60	89,48%	10,52%
39 otr ind. manuf									0%	0%
TOTAL	71,70	28,3	68,49	31,51	63,48	36,52	79,56	20,44	80,5%	19,5%

Fuente: DAM-UNLP

1994: % de PUESTOS DE TRABAJO por TAMAÑO DE ESTABLECIMIENTO

(medido en puestos de trabajo):

Agrupamiento código CIIU	País '94		Prov. Bs. As. '94		Gran Bs. As. '94		Interior Prov. '94		Capitán Sarmiento '00	
	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.	hasta 5 pers.oc.	+ de 5 pers.oc.
31 alimen. Bebidas	16,85	83,15	17,86	82,14	15,60	84,40	20,85	79,05	15,34%	84,66%
32 textil prendas	11,11	88,89	9,32	90,68	10,00	90,00	7,54	92,46	57,15%	42,85%
33 madera	22,02	77,99	21,71	78,29	19,05	80,85	27,90	72,10	100%	0%
34 papel imprenta									100%	0%
35 prod. Químicos	6,88	93,12	6,52	93,48	7,00	93,00	4,4	85,6	13,8%	86,2%
36 min. no Metal	18,07	81,93	9,00	91,00	8,23	91,77	10,67	89,33	84,21%	15,79%
37 metal. Básica									9,1%	90,9%
38 prod. Metálicos	16,88	83,12	14,06	85,94	12,89	87,11	18,67	81,33	64,56%	35,44%
39 otras ind Manuf.									0%	0%
TOTAL	15,49	84,51	13,45	86,55	12,23	87,77	16,72	83,28	40,74%	59,26%

Fuente: DAM-UNLP

Actividades industriales: Tamaño Medio y ° de Asalarización:

Agrupamiento código CIIU	Estab.	Personal Ocupado	Tam. Medio per/ est	* Personal Remunerado	* °Asalar. (%)
31 alimentos y bebidas	20	313	15,65	153	48,64%
32 textil y prendas	54	329	6,09	246	74,49%
33 madera, muebles y productos	8	21	2,62	0	0
34 papel e imprentas	3	5	1,66	0	0
35 productos químicos	3	29	9,66	0	0
36 minerales no Metálicos	9	38	4,22	0	0
37 Industrias metálicas básicas	2	55	27,5	0	0
38 productos metálicos	19	79	4,15	47	58,97%
39 otras industrias manufactureras	0	0	0	0	0
TOTAL actividad Industrial Capitán Sarmiento	118	869	7,36	569	65,51%

*Los datos de personal remunerado y grado de asalarización se expandieron de los respectivos porcentajes del Censo de 1994. Constituyen sólo una indicación, ya que algunas actividades han tenido modificaciones importantes.

Fuente: DAM-UNLP

Siguiendo la evolución de la industria en Capitán Sarmiento, los agrupamientos más significativos en tamaño medio (TM) y grado de asalarización, son la industria Metálica básica con un TM de 27,5 pers/est. y Alimentos y bebidas, con un TM de 15,65 pers/est. y un grado de asalarización del 48,64%.

El agrupamiento **Alimentos y bebidas**, tiene un TM de 15,65 pers./est. De las 20 industrias del agrupamiento 3 establecimientos superan los 5 puestos de trabajo, reuniendo un total de 265 ocupados (el 84,66% de los puestos de trabajo del agrupamiento). Solo 2 son medianas empresas: una fraccionadora de miel (92 ocupados), y 1 frigorífico (50 ocupados). Una es una gran empresa, una avícola (con 123 ocupados). Los 17 establecimientos restantes no superan los 5 puestos de trabajo, por lo cual entran en la categoría de microempresas, reuniendo en total 48 ocupados (el 15,33 de los puestos de trabajo), discriminados en 11 panaderías (32 ocupados), una fábrica de muzzarella (2 ocupados), 2 fábricas de helados (5 ocupados), 1 fábrica de soda (3 ocupados), y 2 fábricas de pastas (6 ocupados).

El agrupamiento **Textil y prendas de vestir**, tiene un TM de 6,09 pers./est. Está representada por 15 establecimientos que superan los 5 puestos, y reúnen 141 ocupados, siendo una pequeña empresa: un lavadero y planchado de ropa (25 ocupados), y 14 talleres de costura con 116 ocupados. Mientras que los 39 establecimientos restantes son microempresas, que reúnen 188 ocupados, 38 de los cuales son talleres de costura que emplean a 184 personas, la otra empresa restante es una fábrica de lona para toldos que emplea a 4 personas.

El agrupamiento de **Madera y productos de la madera**, tiene un TM de 2,62 pers./est. Los 8 establecimientos del agrupamiento no superan los 5 puestos de trabajo, por lo que entran en la categoría de microempresa, reuniendo en total 21 ocupados. El agrupamiento está representado por: 2 aserraderos (4 ocupados), 4 carpinterías (7 ocupados), una fábrica de aberturas (4 ocupados) y una fábrica de muebles (2 ocupados).

El agrupamiento de **Papeles e imprentas**, tiene un TM de 1,66 pers./est. Los 3 establecimientos del agrupamiento no superan los 5 puestos de trabajo, por lo cual entran en la categoría de microempresa, con un total de 5 ocupados. Esta industria está representada por 3 imprentas con 5 ocupados.

El agrupamiento **Sustancias y productos químicos**, tiene un TM de 9,66 pers./est. De los 3 establecimientos del agrupamiento, 2 no superan los 5 puestos de trabajo, por lo que entran en la categoría de microempresa, reuniendo en total 4 ocupados, siendo fábricas dedicadas a la producción de artículos de limpieza. Y la otra empresa es una fábrica de productos farmacéuticos (25 ocupados).

El agrupamiento **Productos minerales no metálicos** tiene un TM de 4,22 pers./est. El único establecimiento del agrupamiento que supera los 5 puestos de trabajo, por lo cual entra en la categoría de pequeña empresa, es una fábrica de baldosas (6 ocupados). Las 8 empresas restantes son microempresas (totalizan 32 ocupados): 3 fábricas de ladrillos comunes (10 ocupados), 4 fábricas de ladrillos de máquina y baldosas (20 ocupados), y una fábrica de mosaicos (2 ocupados).

El agrupamiento industrias **Metálicas básicas**, tiene un TM de 27,5 pers/est. Está integrado por 2 empresas, una mediana: una fábrica de productos de acero con 50 ocupados, y la restante es una microempresa de 5 ocupados, también dedicada a la fabricación de productos de acero.

El agrupamiento **Productos metálicos, maquinarias y equipos**, tiene un TM de 4,15 pers./est. De los 19 establecimientos del agrupamiento, 2 superan los 5 puestos de trabajo, con un total de 28 ocupados, entrando en la categoría de pequeña empresa, a partir de una fábrica de acoplados (15 ocupados) y una fábrica de artículos de telefonía (13 ocupados). Los 17 establecimientos restantes suman 51 ocupados y se distribuyen de la siguiente manera: una fábrica de tinglados (5 ocupados), 2 herrerías (3 ocupados), 3 talleres de reparación de maquinaria agrícola (con 10 ocupados), una fábrica de acumuladores (2 ocupados), 3 fábricas de

aparatos eléctricos (12 ocupados), 4 talleres de rectificación de motores (10 ocupados) y 3 talleres de reparación de tractores (9 ocupados).

El agrupamiento otras industrias manufactureras, carece de representación en el partido.

En síntesis, de los 118 establecimientos que hay en Capitán Sarmiento solo 23 (el 19,5% del total) superan las 5 personas, reuniendo 515 puestos de trabajo (59,26% del total) de los 869 ocupados del sector industrial y un promedio de 22,39 pers./est. Del resto, 95 establecimientos no superan los 5 puestos de trabajo (el 80,5% del total), reuniendo 63 puestos de trabajo (el 40,74% del total) y un promedio de 3,72 pers./est.

Si medimos los establecimientos por los puestos de trabajo que generan, y consideramos microempresas a los locales de hasta 5 ocupados, pequeñas de 6 a 25, medianas de 26 a 100 y grandes de más de 100 ocupados, se puede apreciar en Capitán Sarmiento la siguiente característica:

- 95 establecimientos tienen hasta 5 ocupados y son microempresas.
- 19 establecimientos tienen de 6 y hasta 25 ocupados y son pequeñas empresas.
- 3 establecimientos tienen de 26 y hasta 100 ocupados y son medianas empresas.
- 1 establecimientos tiene más de 100 ocupados y es una empresa grande.

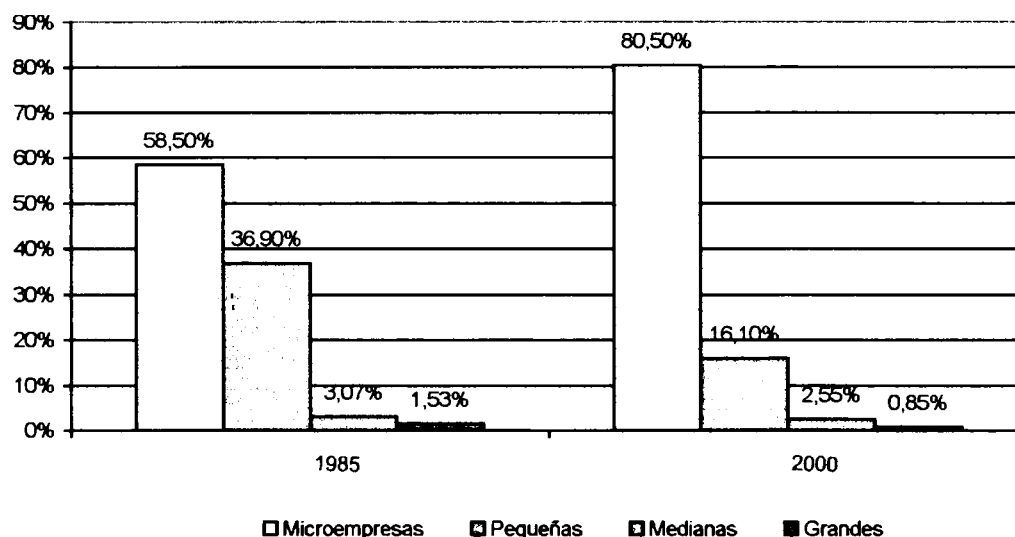
Por lo expuesto, el 80,5% de los establecimientos tienen el rango de microempresa, el 16,1% de los establecimientos tienen el rango de pequeña empresa, el 2,55% de los establecimientos tienen el rango de mediana empresa, y solo el 0,85% es una gran empresa; por lo cual la casi totalidad de las industrias que funcionan en el partido son microempresas y las restantes PyMES.

Evolución de la industria, período 1985-2000: por tamaño de empresas

CODIGO CIIU	Tamaño de las empresas							
	Microempresas (hasta 5 ocupados)		Pequeñas (6 a 25 ocupados)		Medianas (26 a 100 ocupados)		Grandes (más de 100 ocupados)	
	1985	2000	1985	2000	1985	2000	1985	2000
31. Alimentos y Bebidas	5	17	3			2	1	1
32. Textil y prendas vestir	10	39	20	15	1			
33. Madera y muebles	7	8						
34. Papel e imprenta	2	3						
35. Química		2		1				
36. Min. No Metálicos	5	8		1				
37. Metálica básica		1				1		
38. Productos metálicos	9	17	1	2	1			
39. Otras industrias								
Total	38	95	24	19	2	3	1	1

Fuente: elaboración DAM-UNLP sobre la base de datos del CNE '85 y Relevamiento Municipal 2000.

Evolución de las industrias 1985-2000 por Tamaño de Empresas (%)



Fuente: elaboración propia sobre la base del CNE '85, CNE '94 y Relevamiento Municipal 2000.

En cuanto a los cambios en el tamaño de las empresas se observa, un importante incremento de las micro (el número de establecimientos paso de 38 a 95), con algunas modificaciones en las pequeñas (se cerraron 3 establecimientos), aunque sigue teniendo una muy baja participación en el ejido industrial local, destacándose la desaparición de un locales mediano del partido, y manteniendo la participación del siendo esta pérdida en el rango de mayor ocupación (51 a 100 ocupados).

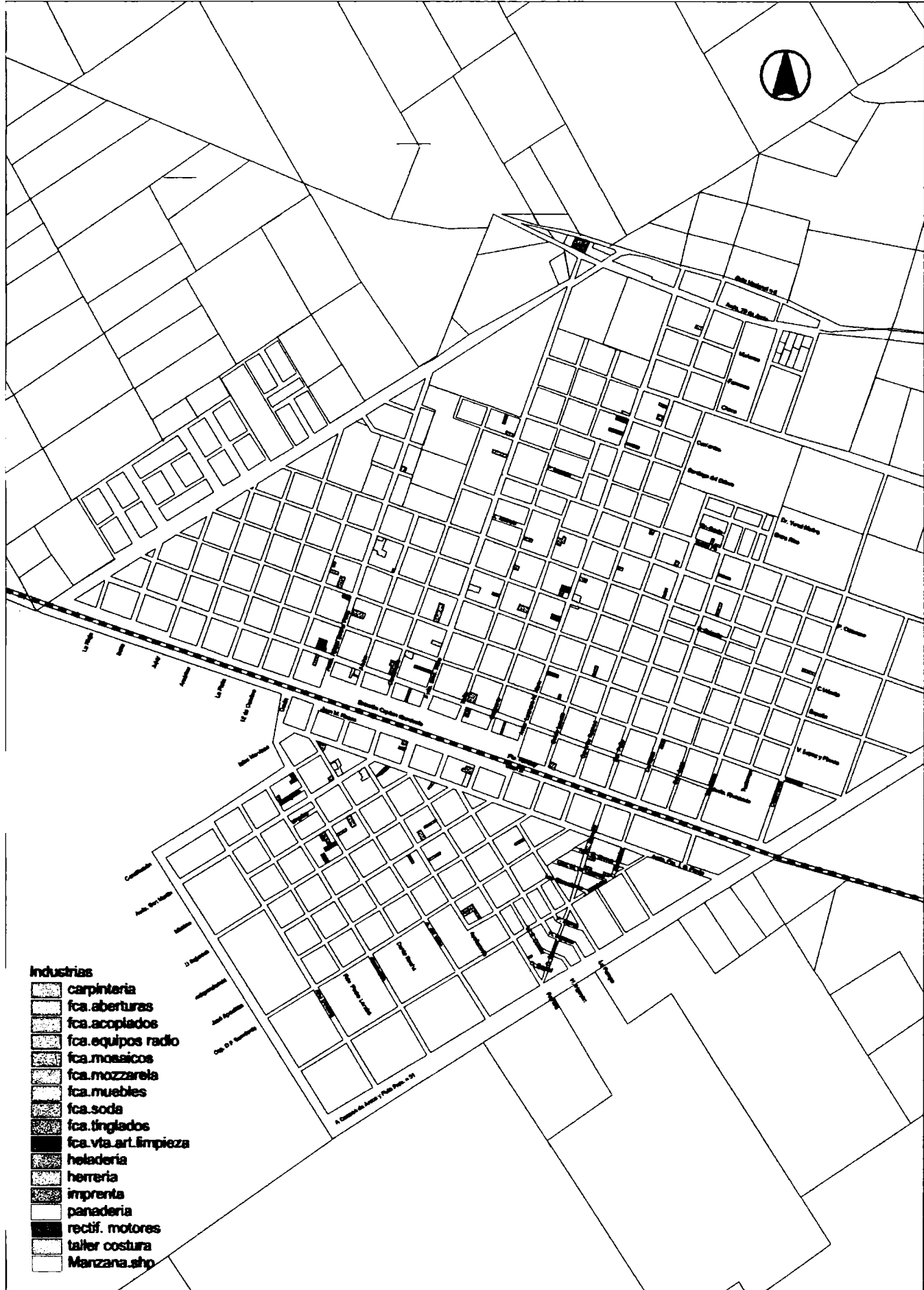
Localización de los establecimientos y del empleo

Los 118 establecimientos manufactureros relevados en el partido, que generan 869 puestos de trabajo, se asientan en la ciudad de Capitán Sarmiento y sus inmediaciones.

La mayoría de los ellos tiene un tamaño reducido, y cubre la demanda minorista de su entorno, son microempresas ligadas al consumo urbano diario (panaderías, carpinterías, etc.). La mayor presencia de industrias se da en los barrios: San Carlos (16 establecimientos), Las Flores (11 establecimientos) y Lucotti (11 establecimientos).

Por otra parte, teniendo en cuenta el futuro crecimiento de Capitán Sarmiento, se plantea la necesidad de poner en marcha distintas herramientas de gestión (Código de Planeamiento Urbano y Territorial, etc.), que contemplen la integración adecuada de las distintas actividades del partido; tendiente a evitar la incompatibilidad de los diferentes usos, que a futuro devienen en trastornos y complejidades urbanas que se toman difíciles de resolver en la inmediatez. En ese sentido, resulta necesario reflexionar sobre la localización adecuada y la calidad ambiental de los sectores netamente barriales, procurando evitar aquellas actividades que provocan trastornos propios de la actividad industrial.

Ciudad de Capitán Sarmiento: Industrias



**Actividades industriales presentes en el partido de Capitán Sarmiento
(CNE '85/ CNE'94/Relevamiento Municipal 2000)**

CODIGO CIIU	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS			PERSONAL ocupado		
		CNE '85	CNE '94	Relev '00	CNE '85	CNE '94	Relev. '00
TOTAL		65	51	118	545	232	869
31 PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO		9	12	20	160	37	313
31.111	Matanza de ganado, preparación y conserv. de carne	1		1	*		50
31.113	Elaboración de fiambres, embutidos y similares		1			2	
31.120	Elaboración de productos lácteos y helados			3			7
31.171	Elab. de prod. de panadería y confitería, excl galletitas	7	11	11	31	35	32
31.173	Elaboración de pastas frescas			2			6
31.219	Elaboración de productos NCP (Avícola/miel)			2			215
31.220	Elaboración de alimentos preparados para animales	1			*		
31.340	Elaboración de bebidas no alcohólicas y aguas gaseosas			1			3
32 TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR E IND. DEL CUERO		31	19	54	290	149	329
32.113	Lavadero y planchado de prendas de vestir			1			25
32.114	Hilado de fibras textiles	2			25		
32.115	Acabado de productos textiles		1			7	
32.129	Textiles (Fábrica de lonas para toldos y camiones)	1		1	12		4
32.201	Camisas (exc. De trabajo)	1	18		5	142	
32.202	Confec. de prendas de vestir exc. piel, cuero, camisa	27		52	248		300
33 IND. DE LA MAD Y PROD. DE LA MAD. INC. MUEBLES		7	2	8	18	2	21
33.111	Aserraderos y otros talleres para preparar madera	1		2	*		8
33.112	Carpintería de obra de madera (puertas, ventanas)	1		4	*		7
33.114	Terciados y aglomerados	2			*		
33.120	Fab. De pto. De madera NCP corcho, paja y mat. Trans.		2			2	
33.199	Productos de madera NEP (Fca. de aberturas)	1		1	*		4
33.201	Fabricación de muebles excepto los princ. metálicos	2		1	6		2
34 FABR. DE PAPEL Y PROD. DE PAPEL, IMP, EDITORIALES		2	2	3	2	2	5
34.201	Impresión de diarios y revistas		2			2	
34.202	Imprenta y encuadernación	2		3	2		5
35 SUST. QUIM. Y PR. QUIM. DERIV. DEL PETR., CARBÓN		0	0	3	0	0	29
35.231	Fabricación de preparados de limpieza y jabones			2			4
35.221	Fabricación de medicamentos y productos farmacéuticos			1			25
36 PROD. MIN. NO METAL. EXCL. DERIV. DE PETROL. CARB		5	0	9	10	0	38
36.911	Fabrica de ladrillos comunes	3		3	6		10
36.912	Fabricación de ladrillos de máquinas y baldosas			5			26
36.992	Fabricación de mosaicos	2		1	4*		2
37 INDUSTRIAS METÁLICAS BÁSICAS del HIERRO y ACERO		0	3	2	0	3	55
37.100	Industrias básicas de hierro y acero		3	2		3	55
38 FABR. DE PROD. METÁLICOS MAQUINARIAS Y EQUIPOS		11	13	19	65	39	79
38.132	Estructura metálica p/ construcción (fca. de tinglados)		3	1		3	5
38.191	Fabricación de clavos y productos de bulonería		2			2	
38.199	Fabricación de productos metálicos NEP (Herrerías)	1		2	2		3
38.221	Maquinarias y equipo para la agricultura		3			4	
38.222	Reparación de maquinaria y equipo para la agricultura	3		3	6		10
38.312	Reparación de maquinaria y aparatos ind eléctricos			3			12
38.322	Fab. Transmisores radios y TV, Telefonía y Telegrafía	1	1	1	*	25	13
38.330	Aparatos y accesorios						
38.391	Acumuladores, pilas y baterías primarias	1	1	1	*	1	2
38.393	Conductores eléctricos	1			*		
38.432	Fabr. de componentes, repu., accesorios para automotor		1			2	
38.434	Rectificación de motores	3		4	13		10
38.436	Reparación de tractores	1		3	2*		9
38.490	Construcción de material de transporte ncp (Fca. De acoplados)			1			15
38.520	Fabricación instrumentos de óptica y equipo fotográfico		2			2	

Nota 1: el dato total de Establecimientos y Personal Ocupado del CNE 1994 corresponde al dato estadístico de 1993.

Nota 2: es importante señalar que estamos comparando la información proveniente del CNE '85 y la del CNE '94 donde fue modificada la Unidad Censal utilizada (establecimiento en 1985 por local en 1994); el relevamiento efectuado en el 2000 se realizó tomando como unidad censal el mismo criterio que en el CNE '94, si bien algunos datos fueron provistos de modo directo por informantes calificados de la Municipalidad y permitieron acercarse con mayor precisión a la realidad.

Actividades industriales sin presencia en el partido de Capitán Sarmiento

Código CIIU	ACTIVIDAD
31	PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO
31.112	Elaboración de sopas y concentrados
31.113	Elaboración de fiambres, embutidos
31.131	Elaboración de dulces, mermeladas y jaleas
31.132	Elaboración y envasado de frutas, hortalizas y legumbres
31.140	Elaboración de pescados, moluscos, crustáceos otros productos marinos
31.151	Elaboración y refinación de aceite y grasas de origen vegetal
31.152	Elaboración de harina de pescado y grasas animales no comestibles
31.161	Molienda de trigo
31.162	Molienda de legumbres y cereales excepto trigo
31.163	Preparación de arroz (descascaración, pulido, etc.)
31.164	Molienda de yerba mate
31.172	Elaboración de galletitas y Bizcochos
31.173	Elaboración de pastas alimenticias frescas
31.174	Elaboración de pastas alimenticias secas
31.180	Elaboración y refinación de azúcar
31.190	Elaboración de cacao, productos de chocolate y art. confitería
31.211	Elaboración de Hielo
31.212	Elaboración de concentrados de café, té y mate
31.213	Tostado, torrado y molienda de café y especias
31.214	Preparación de hojas de té
31.220	Elaboración de alimentos preparados para animales
31.311	Destilación de alcohol etílico
31.312	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas espirituosas
31.321	Fraccionamiento de vino
31.322	Elaboración de sidra
31.330	Elaboración de malta, cerveza y bebidas malteadas
31.401	Preparación de hojas de tabaco
31.402	Elaboración de cigarrillos
31.403	Elaboración de otros productos de tabaco
32	TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR E INDUSTRIAS DEL CUERO
32.111	Preparación de fibras de algodón
32.111	Preparación de fibras de algodón
32.112	Preparación de fibras textiles vegetales excepto algodón
32.114	Hilado de fibras textiles
32.115	Acabado de fibras textiles excepto tejidos de punto
32.116	Tejidos de fibras textiles
32.119	Fabricación de productos de tejeduría ncp
32.121	Confección de ropa de cama y mantelería
32.122	Confección y reparación de bolsas
32.123	Confección de artículos de lona y sucedáneos de lona
32.124	Confección de frazadas, mantas, ponchos, etc.
32.131	Fabricación de medias
32.132	Acabado de tejidos de punto
32.133	Fabricación de tejidos y artículos de punto
32.140	Fabricación de alfombras y tapices
32.150	Cordelería
32.190	Fabricación de textiles no clasificados en otra parte
32.201	Confección de camisas excepto de trabajo

32.203	Prendas de vestir de piel
32.204	Confección de impermeables y pilotos
32.209	Confección de accesorios para vestir, uniformes y otras prendas especiales
32.311	Saladeros y peladeros de cuero
32.312	Curtiembres
32.320	Preparación y teñido de pieles y confección de artículos de piel
32.331	Fabricación de bolsos y valijas
32.332	Fabricación de carteras de mujer
32.339	Fabricación de otros productos de cuero
32.401	Fabricación de calzado de cuero
32.402	Fabricación de calzado de suela
33	INDUSTRIA DE LA MADERA Y PROD. DE LA MADERA INCLUIDO MUEBLES
33.113	Fabricación de viviendas prefabricadas
33.114	Maderas terciadas y aglomerados
33.120	Fabricación de artículos de madera y productos de cestería
33.191	Fabricación de productos de corcho
33.192	Fabricación de ataúdes
33.202	Fabricación de colchones
34	FABRICACION DE PAPEL, PRODUCTOS DE PAPEL, IMPRENTAS Y EDITORIALES
34.111	Fabricación de pasta para papel
34.112	Fabricación de papel y cartón
34.120	Fabricación de envases de papel y cartón
34.190	Fabricación de artículos de pulpa papel y cartón no especificados en otra parte
34.201	Impresión de diarios y revistas
34.203	Electrotipia y otros servicios relacionados con la imprenta
35	SUST. QUÍMICOS Y PR. QUÍMICOS DERIVADOS DEL PETROLEO, CARBÓN, CAUCHO, PLÁSTICO
35.111	Destilación de alcoholes excepto etílico
35.112	Fabricación de gases comprimidos y licuados
35.113	Fabricación de curtientes de todo tipo
35.119	Fabricación de sustancias químicas industrias básicas NEP
35.120	Fabricación de abonos, fertilizantes y plaguicidas
35.131	Plásticos y resinas sintéticas
35.132	Fabricación de fibras artificiales y sintéticas
35.210	Fabricación de pinturas, barnices y lacas
35.222	Medicamentos de uso veterinario
35.232	Fabricación de cosméticos, perfumes y otros
35.291	Fabricación de tinta
35.292	Fabricación de fósforos
35.293	Fabricación de explosivos y municiones
35.299	Productos químicos NEP
35.300	Refinerías de petróleo
35.400	Elaboración de productos diversos derivados del petróleo y el carbón excepto refinerías
35.511	Fabricación de cámaras y cubiertas
35.512	Recauchutaje y vulcanización de cubiertas
35.590	Fabricación de otros productos de caucho NEP
35.600	Fabricación de productos plásticos no contemplados en otra parte
36	PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS EXCLUIDO LOS DERIVADOS DEL PETROLEO Y CARBÓN
36.100	Fabricación de objetos de barro, loza y porcelana
36.201	Fabricación de vidrios, cristales y artículos de vidrio
36.202	Fabricación de espejos y vitraux
36.913	Fabricación de material refractario

36.921	Elaboración de cemento
36.922	Elaboración de cal
36.923	Elaboración de yeso
36.991	Art. de cemento y fibrocemento
36.993	Elaboración de Mármol-granito-corte, tallado y acabado-
36.999	Productos minerales no metálicos
37	INDUSTRIAS METÁLICAS BÁSICAS
37.200	Industrias básicas de metales no ferrosos.
38	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS, MAQUINARIAS Y EQUIPOS
38.110	Artículos de cuchillería, herramientas de mano, artículos de ferretería
38.120	Muebles y accesorios metálicos
38.131	Fabricación de tanques y depósitos metálicos
38.133	Fabricación de generadores de vapor y equipos conexos
38.134	Fabricación de productos de carpintería metálica y para uso estructural
38.191	Clavos, productos de bulonería, tratamiento y revestimiento de metales
38.192	Fabricación de envases de hojalata
38.193	Cocinas, calefones, calefactores y otros de uso doméstico
38.194	Fabricación de tejidos de alambre
38.210	Construcción y reparación de motores y turbinas
38.221	Construcción de maquinaria y equipo para la agricultura
38.230	Construcción y reparación de maquinaria para trabajar metálica y de madera
38.240	Construcción y reparación de equipo para la industria
38.251	Construcción de máquinas de oficina, cálculo y contabilidad
38.252	Fabricación de básculas y balanzas
38.291	Fabricación de ascensores
38.292	Heladeras, lavarropas, etc.
38.293	Fabricación de armas
38.294	Fabricación de máquinas de coser y tejer familiares/semi industriales
38.299	Maquinarias y equipos no eléctricos: <i>de uso general</i>
38.311	Construcción de máquinas y aparatos industriales eléctricos
38.321	Fabricación de receptores de radio y televisión
38.330	Aparatos y accesorios electrodomésticos
38.392	Fabricación de lámparas y tubos eléctricos
38.393	Fabricación de hilos y cables aislados (<i>resistencias eléctricas</i>)
38.399	Construcción de aparatos y suministros eléctricos ncp
38.410	Construcciones navales
38.420	Construcción de equipo ferroviario
38.431	Fabricación y armado de automotores
38.432	Fabricación de componentes, repuestos, accesorios para automotor
38.433	Fabricación y armado de carrocerías
38.435	Fabricación de tractores
38.440	Fabricación de bicicletas y de sillones de ruedas
38.450	Fabricación de aeronaves
38.510	Fabricación de instrumentos y aparatos para medición
38.520	Aparatos de fotografía y óptica
38.530	Fabricación de relojes
39	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
39.010	Fabricación de joyas y artículos conexos
39.020	Fabricación de instrumentos de música
39.030	Fabricación de artículos de deporte y atletismo
39.091	Fabricación de lápices y lapiceras

39.092 Fabricación de cepillos, pinceles y escobas
39.093 Fabricación y armado de letreros
39.099 Industrias manufactureras diversas no clasificadas en otra parte

De las 172 actividades industriales del código CIU, Capitán Sarmiento registra 29 (existen otras actividades manufactureras que por su incipiente desarrollo, tamaño, escaso número de trabajadores, y/o porque el modo productivo es extremadamente artesanal aún no se categorizan en el sistema).

Las actividades existentes consideradas se reparten en:

- 6 de las 34 actividades del agrupamiento 31, faltan 28 (un 83%).
- 3 de las 32 actividades del agrupamiento 32, faltan 29 (un 91%).
- 4 de las 10 actividades del agrupamiento 33, faltan 6 (un 60%).
- 1 de las 7 actividades del agrupamiento 34, faltan 6 (un 86%).
- 2 de las 22 actividades del agrupamiento 35, faltan 20 (un 91%).
- 3 de las 13 actividades del agrupamiento 36, faltan 10 (un 77%).
- 1 de las 2 actividades del agrupamiento 37, faltan 2 (un 50%).
- 9 de las 46 actividades del agrupamiento 38, faltan 37 (un 81%).
- 0 de las 7 actividades del agrupamiento 39, faltan 7 (un 100%).

Se puede observar que existen vacíos importantes en el tejido industrial de Capitán Sarmiento, algunos de ausencia obvia, por buscar cercanía a materias primas e insumos que la región no ofrece, o por requerir de un medio específico (como por ejemplo, los productos de mar).

La mayoría de los agrupamientos muestran ausencias de por encima del 50% en la cantidad de actividades de cada uno. No obstante, es posible alentar la expectativa de desarrollar otros rubros no representados, o con un desarrollo insuficiente en relación con su potencialidad, justamente por estos mismos argumentos sumados a la buena comunicación con los mercados regionales, en particular las cabeceras de partido y los propios municipios del Consejo Productivo del Nordeste Bonaerense Co.Por.Ne., y las rutas provinciales N° 51 y N° 8, además de una próxima conexión con las Rutas Nacionales N° 7 y 9, que conecta al partido con los corredores del noroeste y centro de la provincia, sumado a la red férrea que lo integra a las localidades de San Antonio de Areco, Arrecifes, Pergamino, Colón, etc.

Cuadro de situación: Factores que incidirían en el sector industrial

Características de los factores negativos que incidirían en el sector:

El desequilibrio de los precios relativos: atribuidos por la U.I.A y la C.G.I. a la inmovilidad de la paridad cambiaria frente a los costos internos crecientes, en particular los de la producción.

Los sobresaltos que enfrenta el proceso integrador del MERCOSUR, como producto de la falta de convergencia de las políticas económicas de los países que lo integran, potenciado por la inestabilidad reinante en Brasil.

La falta de ajustes en la política comercial externa en:

- La agilización de los reintegros impositivos en materia exportadora con el fin de aligerar la carga tributaria que incide en los precios.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Anuarios Estadísticos de la República Argentina, Instituto Nacional de Estadística y Censos años 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998 y 2000.
- 2.- Aportes y Transferencias, Encuesta a Turistas Encuesta a Residentes en Centros Turísticos del Litoral Atlántico, Centro de Investigaciones Turísticas Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Tiempo Libre y Recreación, Año 3, Volumen 1, Abril 1999, Mar del Plata.
- 3.- Archivos de diarios, periódicos y revistas locales, provinciales y nacionales.
- 4.- Censo Nacional De Población Y Vivienda, Instituto Nacional de Estadística y Censos (1980)
- 5.- Censo Nacional de Población y Vivienda, Instituto Nacional de Estadística y Censos (1991)
- 6.- Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos -1974-
- 7.- Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos -1985-
- 8.- Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos -1994- Avance de Resultados INFORMES N° 1, 2 y 3.
- 9.- El Sector Industrial boletín de información e intercambio técnico N°4 del Foro Intermunicipal de Promoción del Empleo, por Fabiela Oriandi y Fernando Tauber (inédito).
- 10.- Encuesta Nacional sobre Recursos Humanos en Turismo, Secretaría de Turismo de la Nación, Consejo Federal de Inversiones e Instituto Nacional de Estadística y Censos (1996)
- 11.- Estadística Bonaerense -175 aniversario -1821-13 de diciembre-1996, Dirección Provincial de Estadística (1996)
- 12.- Estadísticas Socio-Demográficas, Dirección Provincial de Estadística (1989)
- 13.- Fiol E.; Iakich, M. (1998). Capitán Sarmiento. Su Historia y su Gente Primera Parte 1884 - 1998. Primera
- 14.- Folletería de la Municipalidad de Capitán Sarmiento (1998)
- 15.- Hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) 1980 Y 1991, Comité Ejecutivo para el Estudio de la Pobreza en la Argentina CEPA (1993)
- 16.- Informe Argentino sobre Desarrollo Humano (1995) (PNUD, Director Nacional Dr. Antonio F. Cafiero) Comisión de Ecología y Desarrollo Humano del Honorable Senado de la Nación 1995
- 17.- la Argentina: El caso de la Patagonia, presentado en III Congreso Internacional de
- 18.- La Mortalidad Infantil en el partido de La Plata, de Fernando Tauber, con Lidia Bognanni y Diego Delucchi, editado por la Fundación de la Facultad de Ingeniería de la U.N.L.P. (1997)
- 19.- La Pobreza en la Argentina, Instituto Nacional de Estadística y Censos (1984)
- 20.- Los Municipios Bonaerenses en cifras, Dirección Provincial de Estadística (1990)
- 21.- Otero, A. ; Gonzalez, R. (1996). Perspectivas del Desarrollo del Turismo Sustentable en
- 22.- Plan Trienal (1989/91) Dirección Provincial de Estadística.
- 23.- Población y Vivienda de Localidades y Asentamientos Urbanos Clasificados Por Partidos, Comité Censal de la Provincia de Buenos Aires (1980)
- 24.- Profesionales en Turismo, La Habana – Cuba

- 25.- Proyecto de Comunicación para la Prevención de la nutrición, Instituto de Investigación de la Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, de Adolfo Negrotto y otros (1986)
- 26.- Sistema Integrado De Estadística Turística Provincial, Comportamiento Turístico, Temporada 1995, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de la Producción, Provincia de Buenos Aires.
- 27.- Sistema Integrado de Estadística Turística, Temporada 1995-1996, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de la Producción, Provincia de Buenos Aires.
- 28.- Tauber, F. (1992). La Plata: Reflexiones y Datos Para una Estrategia de Desarrollo
- 29.- Tauber, F. (1993). Chascomús: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 30.- Tauber, F. (1993). Producto Bruto Interno boletín de información e intercambio técnico N°2 del Foro Intermunicipal de Promoción del Empleo
- 31.- Tauber, F. (1993). Situación Ocupacional boletín de información e intercambio técnico N°1 del Foro Intermunicipal de Promoción del Empleo
- 32.- Tauber, F. (1994). Cañuelas: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 33.- Tauber, F. (1994). Chascomús: Pautas Para Una Estrategia de Desarrollo de Desarrollo
- 34.- Tauber, F. (1994). La necesidad de generar empleo
- 35.- Tauber, F. (1994). Situación actual de la agricultura y la ganadería en la provincia de Buenos Aires: introducción
- 36.- Tauber, F. (1996). Saladillo: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 37.- Tauber, F. (1997). Junín: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 38.- Tauber, F. (1998). Elaboración de la metodología para el desarrollo integral del TOA
- 39.- Tauber, F. (1998). Elaboración de la metodología para el desarrollo integral del TOA
- 40.- Tauber, F. (1998). Enfoque sistémico del desarrollo municipal
- 41.- Tauber, F. (1998). Enfoque sistémico del desarrollo municipal
- 42.- Tauber, F. (1999). El rol del municipio y las estrategias del desarrollo local
- 43.- Tauber, F. (2001). Metodologías para la implementación de un plan estratégico
- 44.- Tauber, F. (2001). PRDM: Programa de reformas e inversiones de los municipios argentinos
- 45.- Tauber, F.; Bognanni, L.; Delucchi, D. (1992). Partido de La Plata, estructura barrial: barrio de La Cumbre, Centro Comunal de San Carlos
- 46.- Tauber, F.; Bognanni, L.; Delucchi, D. (1997). -Navarro: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 47.- Tauber, F.; Bognanni, L.; Delucchi, D. (1997). Villa Gesell: Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo
- 48.- Tauber, F.; Bognanni, L.; Delucchi, D. (1998). Laprida: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 49.- Tauber, F.; Chiarle, A.; Delucchi, D.; Longo, J. Cecatto, V. (1998). Estudio de transporte urbano para la ciudad de Neuquén: propuesta definitiva
- 50.- Tauber, F.; Delucchi, D. (1993). Caracterización del sector comercial en el casco urbano de la ciudad de La Plata

- 51.- Tauber, F.; Delucchi, D. (1999). El proceso del desarrollo local y el valor de la información
- 52.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Bognanni, L. (1995). La Plata: Propuestas Para un futuro de Progreso
- 53.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Camarda, D.; Sánchez Arrabal, M.; Tosi, I. (1999). Rojas: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 54.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (1998). Alberti. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 55.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (1999). Lincoln. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo.
- 56.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2000). Bragado. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Municipalidad de Bragado; Universidad Nacional de La Plata. ISBN: 987-98301-0-5
- 57.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2000). Bragado. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Municipalidad de Bragado; Universidad Nacional de La Plata. ISBN: 987-98301-0-5
- 58.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2000). Bragado: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 59.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2000). Chacabuco. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 60.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2000). General Pinto. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo. Ed.: Municipalidad de General Pinto; Universidad Nacional de La Plata
- 61.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L. (2001). Suipacha: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 62.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L.; Martino, H. (1999). Benito Juárez: reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 63.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L.; Martino, H.; Pintos, P. (2000) San Cayetano. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 64.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L.; Martino, H.; Pintos, P. (2001). Coronel Dorrego: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 65.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Bognanni, L.; Pintos, P.; Martino, H.; Lértora, L.; Di Tomasso, W.; Domancich, N.; Rojas Fajardo, G.; Pérez Balari, A.; Varela, R.; Lagos, S. (1999) Tres Arroyos. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 66.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Longo, J.; Martino, H.; Pintos, P. (2000) Magdalena. Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 67.- Tauber, F.; Delucchi, D.; Martino, H.; Pintos, P. (2001). Mercedes: Reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo
- 68.- Tauber, F.; Grisolia, L. (1996). Plan de desarrollo integral para la microregión Zavaleta-Arroyito: ejidos urbanos de Plottier y Senillosa
- 69.- Tauber, F.; Martino, H.; Delucchi, D. (2001). El Programa de Apoyo a los Municipios
- 70.- Tauber, F.; Sanchez, B. (1998). El Observatorio de Calidad de Vida de la Región Capital
- 71.- Tauber, F.; Sanchez, B. (1999). Programa Observatorio de Calidad de Vida. La Plata
- 72.- Temporada de Verano 1997, Dirección Provincial de Turismo, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de la Producción, Provincia de Buenos Aires, 1998.

- 73.- Temporada de Verano 1998, Dirección Provincial de Turismo, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de la Producción, Provincia de Buenos Aires, 1998.
- 74.- Yoguel, G.; Gatto, F. (1988). Reflexiones sobre la Evolución de la Industria Manufacturera de Uk Prov. De Bs. As. Ministerio de Economía, Convenio de Cooperación C.F.I./CEPAL Bs.As
- 75.- Yoguel, G.; Gatto, F. (1998). La Producción Industrial de las Medianas y Pequeñas Plantas Manufactureras en la Provincia de Buenos Aires. Dirección Provincial de Política Industrial y de la Pequeña y Mediana Industria. Ministerio de Economía, Convenio de Cooperación C.F.I./CEPAL Bs.As