

# DINÁMICA Y CONFIGURACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, DURANTE LOS NOVENTA

## INTRODUCCIÓN

La Ciudad de Buenos Aires, junto con el Conurbano que la rodea, conforma el mayor aglomerado urbano del país y como tal concentra uno de los principales centros de la actividad económica del país. Este hecho no resulta novedoso y ha dado lugar a numerosos estudios comparativos en los que se refleja el significativo peso que tiene la actividad generada en el ámbito de la Ciudad con relación al total del país. En este tipo de comparaciones se destaca el sector comercial, puesto que esta área concentra cerca del 50% del consumo total de los hogares, según la última medición de la Encuesta Nacional de Gasto.

La importancia del sector comercial, tanto como generador de riqueza como de empleo, amerita un estudio particular del mismo. Por esta razón, este informe tiene por objeto caracterizar al sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires, presentando las variables que permiten dimensionar la importancia de la actividad y el volumen de personas que ocupa.

En este sentido, se ha partido de los datos del Censo Económico del año 1994 que ilustran sobre la situación del comercio al comienzo de la presente década. No obstante, durante el transcurso de la misma, se produjeron importantes cambios que afectaron el desarrollo de la actividad comercial. La estabilización de la moneda y el resurgimiento del crédito permitieron una expansión del consumo, que se tradujo en significativos aumentos del volumen de ventas, mientras la irrupción de nuevos actores y nuevos formatos comerciales y la apertura de la economía trajeron aparejados importantes cambios desde el punto de vista de la estructura del mercado (cantidad, tamaño relativo, propiedad y productividad de las bocas de expendio), el empleo generado en el sector, la distribución del ingreso y las relaciones laborales al interior del mismo. Estas transformaciones se analizan mediante el análisis de las principales variables del Producto Bruto Geográfico y la Encuesta Permanente de Hogares para los años 1993-2001. Finalmente, este análisis se complementa con una serie de mapas que permiten observar la distribución territorial que tienen los locales comerciales en la Ciudad.

## EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA DÉCADA DE LOS NOVENTA

### EL CENSO ECONÓMICO 1994.

Según el Censo Económico 1994, en la Ciudad de Buenos Aires existían 64.726 locales comerciales, de los cuales 64.083 eran establecimientos productivos<sup>1</sup>. Este número arroja una contracción del 18,2% con relación al número de locales registrados en el año 1985, que se explica fundamentalmente por la importante concentración de la actividad comercial que provocó el cierre de numerosos locales mayoristas y minoristas.

#### CUADRO 1

**COMERCIO. CANTIDAD DE LOCALES, PUESTOS DE TRABAJO, VALOR AGREGADO BRUTO Y VALOR BRUTO DE PRODUCCIÓN SEGÚN SECTORES COMERCIALES. AÑO 1993.**

TOTAL COMERCIO Y SECTORES COMERCIALES	LOCALES		PUESTOS DE TRABAJO		VAB		VBP	
	CANTIDAD	EN %	TOTAL	EN %	EN PESOS	EN %	EN PESOS	EN %
Total General	64.726	100,0	217.245	100,0	5.334.475.566	100,0	8.683.125.672	100,0
Mant.y reparac. vehicular	7.382	11,4	28.733	13,2	686.710.306	12,9	1.143.291.860	13,2
Comercio al por mayor	9.258	14,3	63.959	29,4	2.580.827.628	48,4	4.230.158.772	48,7
Comercio al por menor	47.443	73,3	117.236	54,0	1.859.655.765	34,9	2.972.075.734	34,2
Unidades auxiliares	643	1,0	7.317	3,4	207.281.867	3,9	337.599.306	3,9

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Censo Económico 1994 - INDEC

Tal como se observa en el cuadro precedente, en 1993 en la Ciudad de Buenos Aires el 73,3% de los locales comerciales (47.450) se dedicaban al comercio minorista. Estos ocupaban el 54% de los empleos en el sector comercial y generaban el 35% de su valor agregado bruto. El comercio al por mayor, por su parte, concentraba el 14,3% de los locales (9.258), el 29,4% del personal ocupado y cerca del 50% del VAB y el VBP. Por último, la rama de mantenimiento y reparación de vehículos y automotores explicaba el 11,4% de los locales (7.382), absorbía el 13,2% de las personas ocupadas y producía el 13,2% del VAB.

La importancia relativa del sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires, queda reflejada al comparar estas cifras con los datos obtenidos para el total de la actividad comercial del país en su conjunto. Como puede observarse en el siguiente cuadro existe un alto grado de concentración del comercio en torno a los principales centros urbanos. En este sentido, cabe destacar que la Ciudad de Buenos Aires aparece como el segundo distrito comercial concentrando el 12,8% de los locales, el 17,8% de la ocupación, el 29% del Valor Agregado y el 31% del valor de producción generado por la actividad.

<sup>1</sup> El Censo discrimina las unidades productivas, que venden o suministran bienes y/o servicios para terceros, de las unidades auxiliares, es decir aquellos establecimientos que sólo realizan actividades de apoyo de carácter universal (administración, depósito, garage, etc) a los establecimientos productivos de la empresa a la cual pertenecen.

**CUADRO 2**

**COMERCIO. CANTIDAD DE LOCALES, PUESTOS DE TRABAJO Y VALOR AGREGADO BRUTO SEGÚN DIVISIÓN POLÍTICA TERRITORIAL. TOTAL PAÍS. AÑO 1993.**

DIVISIÓN POLÍTICA TERRITORIAL	LOCALES	PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS	VALOR AGREGADO BRUTO
	EN %	EN %	EN %
Capital Federal	12.81	17.81	28.68
19 partidos GBA	21.75	19.22	19.40
Demás partidos	15.69	14.10	12.63
Córdoba	9.52	9.64	8.75
Santa Fe	10.04	9.71	8.80
Resto	30.19	29.52	21.7
<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Censo Económico 1994 - INDEC

Con relación al tamaño relativo de los locales de la Ciudad de Buenos Aires, el siguiente cuadro permite observar la estructura PyME de su sector comercial: el 51% de los locales ocupaban a una sola persona mientras el 90,5% de los mismos eran locales de hasta 5 personas.

**CUADRO 3**

**COMERCIO. UNIDADES CENSALES, PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS, CONSUMO INTERMEDIO, VALOR AGREGADO BRUTO Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN, SEGÚN TAMAÑO DE LA UNIDAD CENSAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑO 1993.**

TAMAÑO DE LA UNIDAD CENSAL	UNIDADES CENSALES	PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS			CONSUMO INTERMEDIO EN MILES	VALOR AGREGADO BRUTO EN MILES	VALOR DE LA PRODUCCIÓN EN MILES
		TOTAL	ASALARIADOS	NO ASALARIADOS			
Total	64.726	217.245	128.241	89.004	3.348.650	5.334.476	8.683.126
Unidades Productivas	64.083	209.928	121.430	88.498	3.218.333	5.127.194	8.345.527
Hasta 1 ocupado	32.850	31.177	945	30.232	248.124	411.880	660.004
De 2 a 3 ocupados	21.076	48.590	12.641	35.949	398.444	679.239	1.077.683
De 4 a 5 ocupados	4.661	25.285	15.376	9.909	266.795	500.199	766.994
De 6 a 10 ocupados	3.054	24.754	19.019	5.735	376.321	677.659	1.053.980
De 11 a 25 ocupados	1.702	28.790	24.986	3.804	564.291	964.269	1.528.560
De 26 a 40 ocupados	363	10.973	10.232	741	312.568	415.559	728.127
De 41 a 50 ocupados	105	4.867	4.596	271	135.869	179.399	315.268
De 51 a 100 ocupados	184	13.369	12.780	589	324.414	443.368	767.782
Más de 100 ocupados	88	22.123	20.855	1.268	591.507	855.621	1.447.128

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Censo Económico 1994 - INDEC

Asimismo, si se compara el aporte de cada estrato al valor agregado bruto, se observa que la franja de 6 a 50 ocupados explicaba, en 1993, el 42% del VAB del sector en la Ciudad; porcentaje que se eleva al 50% si se incluye a los locales de hasta 100 ocupados. Dicho de otra manera, el 66% del VAB era generado por locales de más de 5 personas, que concentraban el 8,5% de los locales y el 50% del personal ocupado, con una alta participación relativa de los locales medianos.

En este sentido, debe señalarse que los comercios radicados en la Ciudad de Buenos Aires poseen un tamaño relativamente mayor que los del resto del país. Tal como se observa en el Cuadro 4 la Ciudad ostenta el mayor tamaño relativo de los locales como así también las mayores tasas de asalarización y remuneraciones del país.

#### CUADRO 4

**COMERCIO. TAMAÑO PROMEDIO, TASA DE ASALARIZACIÓN Y REMUNERACIÓN ANUAL PROMEDIA DEL TOTAL PAÍS Y LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑO 1993.**

TOTAL COMERCIO Y SECTORES COMERCIALES	TOTAL DEL PAÍS			CIUDAD DE BUENOS AIRES		
	TAMAÑO PROMEDIO	ASALARIZACIÓN	REMUNERACIÓN ANUAL PROMEDIA	TAMAÑO PROMEDIO	ASALARIZACIÓN	REMUNERACIÓN ANUAL PROMEDIA
<b>Total General</b>	<b>2,27</b>	<b>40,0</b>	<b>4.578</b>	<b>3,2</b>	<b>57,4</b>	<b>9.132</b>
Mant.y reparac. vehicular	2,45	46,0	5.676	3,7	63,5	10.420
Comercio al por mayor	5,90	73,0	9.928	6,6	75,0	14.733
Comercio al por menor	1,9	28,0	2.683	2,3	63,5	5.041

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Censo Económico 1994 - INDEC

#### EL COMERCIO MINORISTA

El Comercio minorista en la Ciudad de Buenos Aires se encuentra relativamente concentrada en torno de dos ramas de actividad: la venta de alimentos y bebidas y la de prendas de vestir, calzado, cueros y otros productos textiles. Estas ramas en forma conjunta explican el 40,9% de los locales, el 39,9% del VAB y el 35,1% de la ocupación generada por el comercio minorista.

Le siguen en importancia en cuanto a cantidad de locales, la venta de golosinas y cigarrillos (kioscos) y la reparación de efectos personales y enseres domésticos, si bien, estas ramas no alcanzan valores significativos en términos de VAB y personal ocupado. La tercer y cuarta rama en términos de estas últimas variables son la venta de muebles y equipos de uso doméstico por un lado, y la venta de farmacias, medicinas, cosméticos y artículos de tocador por el otro.

La venta por menor de ferretería, pinturas y materiales de construcción por su parte, concentra el 5,8% de los locales, el 6,6% del VAB y el 6,3% de la ocupación. El resto de las actividades comerciales realizadas en locales específicos, por su parte, conforma una categoría residual que aglutina a un conjunto de actividades de escaso peso en el total y que representan el 17,2% de los locales, el 20,3% del VAB y el 17,7% de la ocupación. Finalmente, el comercio no realizado en locales se ubica en niveles inferiores al 5%, en términos de las variables previamente consideradas.

**CUADRO 5**

**COMERCIO MINORISTA. CANTIDAD DE LOCALES, VALOR AGREGADO BRUTO Y PERSONAL OCUPADO SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD. AÑO 1993.**

TOTAL COMERCIO MINORISTA RAMAS DE ACTIVIDAD	LOCALES	EN %	VALOR AGREGADO BRUTO	EN %	PERSONAL OCUPADO	EN %
<b>Total del Comercio minorista</b>	<b>47.443</b>	<b>100,0</b>	<b>1.859.655.765</b>	<b>100,0</b>	<b>117.236</b>	<b>100,0</b>
Venta al por menor de alimentos y bebidas	10.998	23,2	402.156.474	21,6	32.048	27,3
Venta al por menor de golosinas y cigarrillos	5.127	10,8	50.405.508	2,7	7.353	6,3
Vta x menor de prendas de vestir, calz., cuero y ot. textil	8.866	18,7	358.254.835	19,3	20.856	17,8
Reparación de efectos personales enseres domésticos	3.576	7,5	80.844.014	4,3	6.123	5,2
Venta x menor de ferretería, pinturas y materiales construcción	2.753	5,8	122.149.920	6,6	7.392	6,3
Venta de muebles y equipos para uso doméstico	3.383	7,1	266.608.284	14,3	10.026	8,6
Venta x menor de farm, medicinas, cosmet., y art. tocador	2.198	4,6	153.550.034	8,3	8.792	7,5
Venta x menor de otros productos en comercios especializados	8.178	17,2	377.031.549	20,3	20.712	17,7
Otras formas de comercio x menor no realizadas en locales	2.364	5,0	48.655.147	2,6	3.934	3,4

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Censo Económico 1994 - INDEC

**EL COMERCIO MAYORISTA**

El comercio mayorista de la Ciudad presenta una distribución menos concentrada en relación con las variables consideradas y en términos del tamaño relativo de los locales, este sector puede considerarse prácticamente en su totalidad compuesto por empresas PyMEs. El análisis por rama por su parte permite detectar una cierta preponderancia de los locales de venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado que ostentan el 16.7% de los locales y el 14% del personal ocupado y generan 10,4% del VAB de la rama.

En función de la cantidad de locales y personal ocupado, le siguen en importancia:

- La venta de materiales de construcción, vidrio plano, artículos de ferretería, pinturería, etc.
- La venta de productos de equipamiento del hogar, disquerías e instrumentos musicales
- La venta de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos, perfumerías y ortopédicos
- La venta de productos de almacén
- La venta de otra maquinaria, equipo y materiales conexos
- Otros productos no clasificados previamente
- Y, la venta de libros, revistas, diarios, artículos de librerías, papel y cartón.

## MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN VEHICULAR

Dentro de este sector los talleres de mantenimiento y reparación integral ostentan el mayor número de locales y de personal ocupado: 2700 locales que dan empleo a 7.300 personas. Le siguen en importancia: venta por mayor y menor de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores, con el 22,3% de los locales y el 23,7% del personal; talleres de chapa y pintura, instalación de guardabarros plásticos con un 8,5% de los locales y el 5,4% del personal ocupado; venta por mayor y menor de vehículos automotores nuevos y usados explica el 8% de los locales y el 17,9% del personal ocupado. Esta última rama genera el 31% del valor agregado bruto, seguido por la venta por mayor y menor de partes y piezas, que aporta el 26,3% del VAB de la rama.

Los locales de mayor tamaño promedio, medido por personal ocupado, corresponden a la venta al por menor de combustibles para automotores. Este segmento ocupa a 4.900 personas en 471 locales y genera el 13,8% del VAB.

## EVOLUCIÓN DEL VALOR AGREGADO Y LA OCUPACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL<sup>2</sup>

### VALOR AGREGADO

A continuación se presentan los datos provistos por la estimación del Producto Bruto Geográfico y la Encuesta Permanente de Hogares, que permiten hacer un seguimiento de los principales cambios operados en variables tales como el volumen de ventas, el valor agregado, el empleo y las relaciones laborales desde el momento del Censo hasta la fecha.

Según el último registro oficial disponible la riqueza generada por el sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires supera los \$8.376M. Este importe representa el 12,6% del valor agregado total de la Ciudad de Buenos Aires (neto de impuestos) y confirma la importancia del sector comercial en la estructura productiva de la Ciudad. De hecho, lo posiciona como una de las actividades de mayor generación de valor agregado de la Ciudad, solo superada por la intermediación financiera y los servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler.

La participación de cada uno de los segmentos que componen la actividad comercial por su parte, refleja la importancia de la actividad mayorista, que concentra el 50% del valor agregado del sector. El resto se reparte entre el comercio minorista (38%) y la venta, mantenimiento y reparación vehicular tanto mayorista como minorista (12%).

La evolución del Valor Agregado a lo largo de la última década permite observar el importante crecimiento que mostró la actividad comercial, en sintonía con el buen desempeño del conjunto de la economía, hasta el año 1998. Los tres sectores que conforman la actividad comercial: automotores, comercio mayorista y comercio minorista, se expandieron hasta ese año un 19,6%, 20%, y 14,6% respectivamente. La recesión iniciada hacia mediados de 1998, y que se prolonga hasta el corriente año, produjo una fuerte caída del consumo que retrajo el valor agregado de la actividad comercial un 9,2%, afectando duramente, en particular, a la actividad vinculada con la venta, mantenimiento y reparación vehicular que se redujo un 14,5%.

<sup>2</sup> Los resultados de censos y encuestas a establecimientos productivos en Argentina están afectados por el subregistro de diversas variables: total de puestos de trabajo, valor agregado, valor de producción. Por otro lado, también es frecuente que se exageren los egresos y/o que se subdeclaren los ingresos. A los efectos de corregir estas distorsiones el cálculo del PBG incluye un ajuste sobre el valor agregado que surge del Censo 94, que en el caso del Comercio es del +31%. Ello explica la diferencia existente entre las cifras aquí presentadas y las que se consignan en el apartado anterior, en relación con esta variable.

**CUADRO 6****VALOR AGREGADO BRUTO A PRECIOS BÁSICOS<sup>1</sup> SEGÚN DIVISIONES DE LA CLANAE<sup>2</sup>.****PRECIOS CONSTANTES DE 1993. (EN MILES DE PESOS)**

<b>AÑO</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Total de la Actividad Comercial	7.830.303	8.227.049	7.395.670	8.013.548	9.013.583	9.229.391	8.574.591	8.376.940
Venta, mantenimiento y reparación vehicular	1.001.114	1.081.334	909.881	1.004.903	1.169.501	1.197.076	1.057.796	1.023.974
Comercio al por mayor	3.794.427	3.990.479	3.619.541	3.933.998	4.420.121	4.554.270	4.253.597	4.166.506
Comercio al por menor	3.034.761	3.155.237	2.866.249	3.074.647	3.423.961	3.478.046	3.263.198	3.186.460

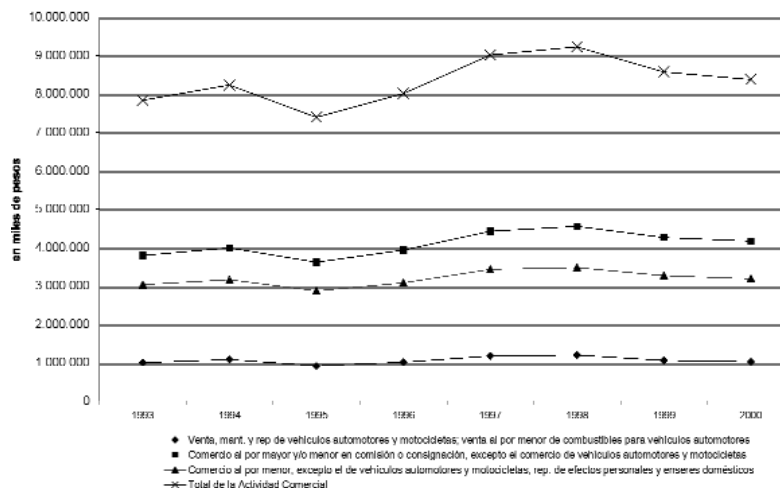
Nota: 1 Precios de productor menos impuestos específicos

2 Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1997.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Producto Bruto Geográfico, DGEyC, GCBA.

El resultado neto de la evolución del valor agregado comercial a lo largo de la década de los noventa arrojó un incremento cercano al 10% para la actividad mayorista, seguido por incrementos menores para el comercio minorista (5%) y el vinculado al vehicular (2,3%). Esta evolución favoreció el crecimiento de la participación del comercio mayorista a expensas de las restantes categorías. Cabe señalar que este incremento se produjo en un contexto de importantes transformaciones en el sector que impactaron en el número de empresas y, como se verá más adelante, en el empleo. La irrupción de los super e hipermercados produjo el repliegue del comercio minorista tradicional, lo que afectó seriamente las ventas de los mayoristas mediante dos vías: muchos minoristas directamente cerraron al no poder competir, en tanto otros optaron por reemplazar a sus proveedores mayoristas por compras fraccionadas en los supermercados. La imposibilidad de competir vía precio, sumado al proceso de apertura de la economía, determinó que muchos de los mayoristas de la Ciudad se transformaran en importadores. Este hecho provocó el cierre de los que no pudieron reconvertirse en importadores por un lado, y el descalce financiero de los que sí lo hicieron por el otro, dado que el crédito del que gozaban estas empresas en el exterior siempre fue limitado siendo sus plazos de pago inferiores a los de comercialización. Las restricciones financieras y el encarecimiento del crédito sumado a la recesión de los últimos años, que trajo consigo un volumen importante de cheques rechazados, comprometieron seriamente el desarrollo de la actividad mayorista. Por este motivo, si bien el volumen de lo comercializado por el comercio mayorista puede ser mayor que al comienzo de la década su situación en términos de la solidez de las empresas que lo componen es claramente más endeble<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Cabe señalar que la devaluación de la moneda agravó aun más la situación del sector al tener que enfrentar el pago de sus deudas en dólares con ventas ya realizadas en pesos.

**GRÁFICO 1****VALOR AGREGADO BRUTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. 1993-2000**

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Producto Bruto Geográfico. DGEyC, GCBA.

**OCUPACIÓN**

La ocupación total generada por los comercios radicados en la Ciudad de Buenos Aires, medido a través de la Encuesta Permanente de Hogares<sup>4</sup>, da cuenta de la existencia de 248.400<sup>5</sup> puestos de trabajo. La evolución de esta serie desde el año 1993 permite observar una fuerte contracción del empleo en el sector que acumula una caída del 27,2%, es decir que se destruyeron unos 65.700 puestos en el transcurso de estos 8 años.

La mayor contracción se produjo en el comercio mayorista cuya caída alcanza el 35% (47.700 empleos), mientras el comercio minorista experimentó una caída sensiblemente menor (del 10,1%). Estas variaciones elevaron la participación del empleo del comercio minorista del 56,3% al 64% del total de puestos generados por el sector. El análisis de las principales variables que permiten caracterizar la ocupación en el sector refleja los siguientes cambios producidos desde el año 1993 hasta la fecha:

<sup>4</sup> En la EPH no se separa explícitamente la venta vinculada a la actividad automotriz, por tal motivo y dada que la mayor incidencia en el empleo la tienen las actividades de venta mayoristas y minoristas, se ha optado por no incluir en este análisis la actividad de servicios de reparación y mantenimiento vehicular.

<sup>5</sup> A partir del año 1998 la EPH incorporó nuevos municipios del conurbano que no fueron incorporados en este cálculo a fin de hacer la serie comparable a lo largo del tiempo. La cantidad total de puestos ocupados en el sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires incluyendo estas áreas nuevas alcanza los 250.600.



**CUADRO 7****COMERCIO MAYORISTA Y MINORISTA. TOTAL DE PUESTOS OCUPADOS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. OCTUBRE 1993-2001.**

<b>ONDA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>COMERCIO POR MAYOR</b>	<b>COMERCIO POR MENOR</b>
1993-Octubre	314.140	137.232	176.908
1994-Mayo	294.525	91.092	203.433
Octubre	301.822	115.944	185.878
1995-Mayo	278.865	97.563	181.302
Octubre	263.941	99.808	164.133
1996-Mayo	294.464	129.138	165.326
Octubre	280.176	121.647	158.529
1997-Mayo	265.727	105.654	160.073
Octubre	280.071	122.376	157.695
1998-Mayo	279.850	108.907	170.943
Agosto	282.487	114.189	168.298
Octubre	271.257	105.414	165.843
1999-Mayo	269.904	104.316	165.588
Agosto	277.205	124.017	153.188
Octubre	265.919	107.103	158.816
2000-Mayo	251.457	98.724	152.733
Octubre	282.946	91.551	191.395
2001-Mayo	254.295	100.619	153.676
Octubre	248.443	89.447	158.996

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la EPH, INDEC.

- **Aumentó la participación de las mujeres en el total de ocupados en el sector comercial,** pasando del 38,7% al 42,8%. Este incremento se explica por la fuerte caída del empleo masculino, que se concentra en particular en el comercio mayorista. En el comercio minorista, donde se dio una contracción menor, la tendencia es la contraria, registrándose un leve crecimiento de la participación masculina.
- **Se incrementó la participación de los jóvenes.** Este incremento registró su máximo nivel en el año 1999, cuando el segmento juvenil alcanzó el 33% del total de puestos comerciales. Ello es así en virtud de que hasta este año el incremento de la participación juvenil se dio a expensas de las personas de edad central y los mayores de 50. A partir del 2000 y hasta la fecha se revierte la caída de las personas de 26 a 49 años, las que alcanzan una participación similar a la del año 1993. En estos últimos dos años la participación de los jóvenes retrocede levemente ubicándose actualmente en el 25,3%. Los mayores de 50 años, por su parte, tienen una participación porcentual 5 puntos inferior a la registrada en 1993.

- Con relación a la calificación de los puestos, **se observó un incremento de la participación de los puestos menos calificados**. Los puestos de mayor calificación registraron una caída del 25,3% al 23,4%, que fue amortiguada en los últimos años por la fuerte expulsión de trabajadores no calificados.
- **Disminuyó la participación de los patrones y los trabajadores por cuenta propia en paralelo con un aumento de la asalarización**, que pasó del 55,5% al 64,8%. Esta tendencia se mantuvo en forma sostenida hasta el año 99 (que alcanzó el 70%), momento a partir del cual comenzó a disminuir la asalarización, por el estancamiento y posterior retroceso de la cantidad de asalariados, y el incremento del número de cuentapropistas. Los patrones<sup>6</sup> también experimentaron un leve incremento en el último año.
- **La intensificación de la duración de la jornada laboral** puede inferirse a través de la evolución de la cantidad de horas trabajadas por los ocupados en el sector. En este sentido, se observa que **hasta el año 1997 crece la proporción de trabajadores sobreocupados**<sup>7</sup> (se expande del 53,6% al 63,8%). La reversión de esta tendencia con posterioridad a este año se explica por la fuerte caída producida en el comercio mayorista, dado que la proporción de sobreocupados en el comercio minorista se mantuvo estable (58,3%).
- **Los ingresos promedios de los ocupados en el sector comercial se desplomaron al contraerse un 23,4% desde el año 1993 hasta la fecha\***. Actualmente se ubican en \$590,2, el nivel más bajo de la serie. El comercio minorista fue el principal responsable de esta caída observando una tendencia ininterrumpida que acumuló una caída del 24,5%. El comercio mayorista, en cambio, evidenció un importante repunte salarial que mantuvo el ingreso promedio en los niveles más alto de la serie entre los años 1995 y 1997 (entorno de los \$940), tras lo cual comenzó a caer (en los últimos dos años cayó un 25%). Este hecho, sumado a algunas características previamente señaladas pone de manifiesto las diferencias que en materia salarial se produjeron al interior del sector comercial. Mientras en el comercio mayorista la extensión de la jornada laboral, en las fases expansivas del ciclo, se han pagado aparte en el comercio minorista no. Con el fin de aislar el efecto de la duración de la jornada laboral sobre el ingreso se ha considerado adicionalmente la evolución del ingreso horario. Aquí la caída para el total del sector comercial alcanzó el 19,6%. No obstante, cabe señalar que la evolución de esta variable para cada uno de los sectores considerados presenta tendencias disímiles. Mientras el ingreso por hora en el comercio mayorista se mantiene estable y levemente creciente hasta el año 1999, después del cual comienza a decaer, el ingreso horario del sector minorista decrece en forma continua a lo largo de todo el período, con excepción de los años 1994 y 1997.
- **La cantidad de trabajadores en blanco experimentó un fuerte incremento con relación al año base**. El porcentaje de trabajadores registrados alcanzó a superar el 70% en el año 99 momento a partir del cual comienza a menguar hasta alcanzar el 65,6% actual. Este incremento se da en sintonía con el aumento de la asalarización. La variación del período alcanza el 7%.

<sup>6</sup> Cabe destacar que en este análisis se ha incluido en la categoría patrones a los trabajadores familiares sin salario.

<sup>7</sup> Que trabajan más de 45 horas semanales.

\* Este análisis considera el total de los ingresos corrientes de los ocupados en el sector. Adicionalmente se trabajó, en forma separada, con los ingresos laborales pudiendo determinar que éstos siguen el mismo patrón de evolución que los ingresos totales siendo apenas en 5% inferiores.

- **El total de personas empleadas en establecimiento hasta 15 ocupados se contrajo del 85% en 1993, al 74,3% actual<sup>8</sup>.** La contracara de este proceso fue el importante crecimiento de los ocupados en establecimientos de más de 15 ocupados. Este segmento creció cerca de un 50% en la década, alcanzando su pico máximo en 1999 cuando ocupaban a más de 76 mil personas, es decir el 31% de los ocupados en el sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires. Actualmente representan el 25,7%.

En síntesis, el análisis conjunto de la evolución del valor agregado y el empleo en el sector comercial de la Ciudad de Buenos Aires durante la pasada década permite observar que:

- **El comercio mayorista** experimentó un incremento de su valor agregado, que permitió aumentar su participación en el valor agregado comercial total, que se dio en paralelo con un proceso neto de clausura de locales y expulsión de mano de obra. Estas variaciones se producen en un contexto de fuertes cambios caracterizados por la transformación de los mayoristas en importadores y el deterioro de la situación económica y financiera del sector previamente citada.
- **El comercio minorista** por su parte, experimentó una expansión menor de su valor agregado que le hizo perder participación en el total. Esta variación fue acompañada por una contracción también menor en el empleo, que sin embargo reconoce fuertes cambios en términos cualitativos. El incremento de la participación juvenil, de los puestos de menor calificación, la mayor asalarización y del empleo en blanco, la extensión de la jornada laboral, y el deterioro de los salarios medios y por hora, entre otras cosas da cuenta de los cambios producidos en el empleo comercial en la pasada década.

## CONSUMO

Hasta aquí se han descrito las principales características de los locales comerciales radicados en el ámbito de la Ciudad. Este análisis puede complementarse con una aproximación del gasto de los hogares radicados en la Ciudad de Buenos Aires y el Área Metropolitana, que puede asimilarse al monto que la población consume en la región. Esta información surge de la Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares (ENGH) realizada en el 1996-1997 por el INDEC.

Tal como se observa en el cuadro siguiente el gasto de consumo promedio de los hogares radicados en el Área Metropolitana del Gran Buenos Aires (Ciudad de Buenos Aires y Conurbano) representa aproximadamente el 50% del total de lo gastado anualmente por los hogares argentinos. Según el dato provisto por la ENGH el gasto total anualizado de los hogares radicados en la Ciudad ascendía a cerca de \$17.000M, mientras que el de los residentes del Conurbano se ubicaba en torno de los \$24.437M, para los años 1996-1997.

<sup>8</sup> Debido al carácter agregado de la información con la que se está trabajando y las restricciones metodológicas impuestas por el instrumento utilizado resulta dificultoso mostrar la mayor concentración que se ha producido en algunos segmentos de mercado en particular, como por ejemplo en el segmento alimenticio (almacenes de barrio, carnicerías, etc.) o farmacias y productos de limpieza.

**CUADRO 8****GASTO DE CONSUMO DE LOS HOGARES. TOTAL PAÍS Y ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. Año 1996/7.**

CONCEPTO	ÁREA METROPOLITANA	CBA	CONURBANO	TOTAL PAÍS
Gasto de Consumo Medio del Hogar (en pesos)	1008,05	1384,61	847,77	864,45
Número estimado de hogares	3.424.450	1.022.383	2.402.067	8.157.269
<b>Gasto de los hogares anualizado</b>	<b>41.424.201.870</b>	<b>16.987.220.708</b>	<b>24.436.804.087</b>	<b>84.618.614.245</b>
<i>Participación porcentual</i>				
Alimentos y Bebidas	32,87	26,92	37,02	34
Indumentaria y Calzado	5,78	5,5	5,98	7,22
Vivienda. Gastos de Reparación y Comunes	3,8	6,88	1,66	2,69
Equipamiento del Hogar	2,49	2,36	2,59	2,55
Mantenimiento del Hogar	1,72	1,34	1,99	1,71
Equipo, audio, tv y video	0,91	1,01	0,84	0,85
Libros, diarios y revistas	1,26	1,5	1,08	1,1
Otros	1,6	1,55	1,64	1,42
Textos y útiles	0,89	0,84	0,93	1,05
Bs. Y servicios Diversos	4,96	4,8	5,07	5,01
Artículos de tocador	1,94	1,68	2,12	1,95
Participación de la canasta food + non food sobre el total del consumo promedio del hogar	58,22	54,38	60,92	59,55
<b>Gasto en food+ non food (incluye iva)</b>	<b>24.117.170.329</b>	<b>9.237.650.621</b>	<b>14.886.901.050</b>	<b>50.390.384.783</b>

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la ENGH, INDEC, 1996/7.

Si bien no existe ninguna referencia que pueda dar cuenta del destino territorial de este gasto, puede asumirse que la mayor parte del mismo se realiza en el distrito de residencia de la familia, en virtud del tipo de productos que componen la canasta en cuestión<sup>9</sup>. No obstante, dado la intensa interrelación existente entre los aglomerados que conforman el Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires, que se caracteriza por una mayor afluencia de los residentes del Conurbano hacia la Ciudad que a la inversa, es plausible inferir que una parte del gasto de éstos se realice en el ámbito de la Ciudad<sup>10</sup>.

Siguiendo el criterio utilizado por algunas consultoras especializadas en el mercado de productos de consumo masivo, se desagregaron los distintos componentes del gasto a fin de confeccionar una canasta de productos alimentarios y no alimentarios. Esta canasta, que se detalla en cuadro precedente, es indicativa del universo de ventas de los comercios minoristas radicados en el área. De este modo, y atento a lo señalado en el párrafo anterior, el total de lo comercializado por el comercio minorista de la Ciudad de Buenos Aires, según datos de los años 1996-1997, tendría un piso mínimo de \$9.238M.

<sup>9</sup> El único rubro que podría inferirse que se realiza fuera del distrito de residencia es el de turismo que en ningún aglomerado supera el 4% del total de los gastos.

<sup>10</sup> En este sentido puede señalarse que, solamente por motivos laborales ingresan diariamente más de 800.000 personas desde el Conurbano, según la última medición de la EPH.

Esta estimación permite calcular el porcentaje de las ventas canalizadas a través de los super e hipermercados radicados en el ámbito de la Ciudad. Según la misma y, teniendo en cuenta el volumen de ventas de los supermercados radicados en la Ciudad en el año 1997, es posible afirmar que éstos concentraban el 33,5% de las ventas minoristas. Este dato condice con la información suministrada por la ENGH del área metropolitana del Gran Buenos Aires, que se detalla en el cuadro siguiente, y que da cuenta del lugar de adquisición de distintos productos en función de la información brindada por los hogares.

#### CUADRO 9

#### GASTO DE CONSUMO DE LOS HOGARES EN BIENES VARIOS POR LUGAR DE ADQUISICIÓN. REGIÓN METROPOLITANA DEL GRAN BUENOS AIRES, 1996/1997

FINALIDAD DE GASTO	LUGAR DE ADQUISICIÓN			
	TOTAL	HIPERMERCADO Y SUPERMERCADO	NEGOCIOS ESPECIALIZADOS	OTROS
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	100,00	26,08	66,01	7,90
Productos de panadería	100,00	16,15	80,72	3,13 <sup>oo</sup>
Harinas, arroz, cereales y pastas	100,00	38,06	59,24	2,70 <sup>oo</sup>
Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	100,00	26,01	71,70	2,29 <sup>oo</sup>
Aves	100,00	30,44	66,15	3,40 <sup>oo</sup>
Pescados y mariscos	100,00	23,20	74,07	2,74 <sup>oo</sup>
Fiambres, embutidos y conservas	100,00	45,29	52,85	1,86 <sup>oo</sup>
Aceites y grasas	100,00	51,48	46,73	1,79 <sup>oo</sup>
Leche	100,00	28,39	69,00	2,61 <sup>oo</sup>
Productos lácteos	100,00	47,60	50,36	2,04 <sup>oo</sup>
Huevos	100,00	24,90	62,25	12,86
Frutas	100,00	25,35	71,74	2,91 <sup>oo</sup>
Verduras y legumbres	100,00	25,09	72,05	2,87 <sup>oo</sup>
Azúcar, dulces, golosinas y cacao	100,00	40,65	55,69	3,66 <sup>oo</sup>
Infusiones	100,00	51,72	45,28	3,01 <sup>oo</sup>
Salsas y condimentos	100,00	54,88	42,18	2,94 <sup>oo</sup>
Alimentos listos para consumir y otros prod. alimenticios	100,00	20,53	72,26	7,21
Bebidas alcohólicas	100,00	50,57	45,76	3,68 <sup>oo</sup>
Bebidas no alcohólicas	100,00	33,07	45,59	21,35
Comidas y bebidas fuera del hogar	100,00	1,16 <sup>oo</sup>	75,66	23,18
<b>BIENES VARIOS</b>				
Indumentaria	100,00	4,55	87,19	8,26 <sup>oo</sup>
Calzado	100,00	3,90 <sup>oo</sup>	92,85	3,26 <sup>oo</sup>
Equipamiento del hogar (muebles, artefactos, vajillas, etc.)	100,00	12,57	77,68	9,75 <sup>oo</sup>
Mant. del hogar (art. p/limp. del hogar, herramientas, otros.)	100,00	47,10	48,52	4,38 <sup>oo</sup>
Productos medicinales y accesorios terapéuticos	100,00	1,53 <sup>oo</sup>	89,10	9,37 <sup>oo</sup>
Equipos de audio, televisión y vídeo	100,00	11,69 <sup>oo</sup>	79,54	8,77 <sup>oo</sup>
Libros, diarios y revistas	100,00	1,14 <sup>oo</sup>	75,11	23,74 <sup>oo</sup>
Textos y útiles escolares	100,00	9,02 <sup>oo</sup>	76,38	14,61 <sup>oo</sup>
Artículos de tocador	100,00	45,18	48,14	6,68 <sup>oo</sup>

#### Nota:

Hipermercado y supermercado: hipermercados de más de 25 cajas registradoras y supermercados de 4 a 25 cajas registradoras.  
 Negocios especializados: autoservicio (menos de 4 cajas registradoras), almacén, despensa, fiambrería, art. de limpieza, kiosco, perfumería, mercadito, fábrica de pastas, verdulería, carnicería, pescadería, pollería, panadería, confitería, farmacia, ferías, mercados, bar, restaurante, pizzería y otros negocios especializados.  
 Otros: vendedor ambulante, vivienda del vendedor, lugar de trabajo, propio negocio, proveeduría de obra social, producción propia, local de fábrica, fuera del país, telemarketing, otros.

<sup>oo</sup>: Dato estimado a partir de una muestra, con error estandar relativo entre el 10% y el 30%.

En algunas filas la suma de los parciales no totalizan exactamente 100,00 por la aproximación decimal

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

Tal como se observa, el promedio de las compras de alimentos y bebidas realizadas en los hiper y supermercados en el área metropolitana es del 26,08%, mientras esta participación asciende al 47% y 45% en el caso de artículos de limpieza o de tocador respectivamente.

Cabe señalar, no obstante, que desde la realización de la ENGH a la fecha la Argentina ha entrado en una fase recesiva que ya lleva 4 años y que ha afectado duramente el consumo de los hogares en particular. Según estimaciones realizadas por CCR-IRI el mercado de consumo food habría observado una contracción del 15,5% desde el año 1998 hasta el 2001, mientras el total del mercado de consumo masivo se habría desmoronado, al caer un 24,3%.

## **DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LOCALES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**

La distribución y emplazamiento territorial de los agentes económicos en general, y de la actividad comercial en particular, da cuenta del perfil productivo, el valor de la propiedad y el poder adquisitivo de la población de los distintos barrios, entre otras cosas. El conocimiento de estas variables reviste vital importancia tanto para la elaboración de políticas de desarrollo como para orientar a la población en la toma de decisiones vinculadas al desarrollo de su actividad laboral y/o la elección de su lugar de residencia.

Es por ello, que en esta sección se presenta una primera aproximación al estudio de la distribución y localización de los locales comerciales en la Ciudad de Buenos Aires. La misma surge de un relevamiento parcial sobre 38.263 locales comerciales radicados en la Ciudad, registrados en el marco de un trabajo realizado en conjunto por CEPAL y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El resultado de esta tarea permite observar la clara concentración territorial de actividades como las vinculadas al rubro automotor, el comercio mayorista, y la venta minorista de productos textiles y muebles. Otras actividades de comercialización minorista presentan una distribución más homogénea aunque, como se verá, la mayor cantidad de comercios se emplaza en el eje norte y centro de la Ciudad.

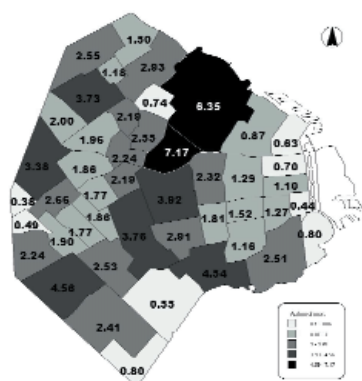
A continuación se presenta la distribución territorial por barrios de los tres segmentos en los que se divide el comercio según el Clasificador Nacional de Actividades.

### **RUBRO 50: VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN VEHICULAR**

Al analizar la distribución de los locales relacionados al rubro automotor, se evidencia claramente la concentración territorial de los locales de este rubro. En tal sentido, los barrios de Villa Crespo y Palermo concentran casi el 15% de estos locales; estos comercios se concentran fundamentalmente en el área de la calle Warnes, donde se ofrecen todo tipo de repuestos para el sector. En los barrios de Caballito, Flores, Nueva Pompeya, Mataderos y Villa Devoto, la concentración también es importante a partir del agrupamiento de locales de reparación de automotores a escala barrial. En este caso, la concentración no se produce en el centro de la Ciudad, en donde esta actividad abarca cerca del 2% de los locales registrados.

**MAPA 1**

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOCALES DE VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES.**



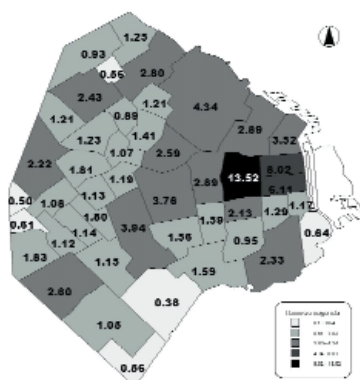
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

**RUBRO 51: COMERCIO MAYORISTA**

En lo que respecta a la distribución de los locales de comercio mayorista en la Ciudad de Buenos Aires, el Mapa N° 2 permite identificar claramente al barrio de Balvanera como principal centro mayorista de la Ciudad, correspondiente a la zona conocida como *barrio de Once*, que concentra más del 13% de este tipo de locales que se sitúan en la Ciudad. Asimismo, le sigue en importancia los barrios San Nicolás y Montserrat, localizados en el área central y que concentran el 15% de los locales mayoristas. Los ejes norte y centro (al igual que en los comercios minoristas) poseen una participación importante, mientras que en la zona sur se destacan los barrios de Barracas y Mataderos que concentran entre ambos el 5% de los locales comerciales mayoristas.

**MAPA 2**

**DISTRIBUCIÓN POR BARRIO DE COMERCIOS MAYORISTAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**



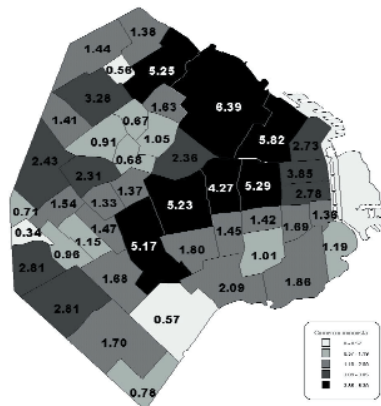
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

## RUBRO 52: COMERCIO MINORISTA

La distribución de los locales comerciales minoristas, se observa en el mapa N° 3 que muestra que, en porcentaje, la mayor cantidad de comercios minoristas se emplazan en el eje norte y centro de la Ciudad. En tal sentido, y a partir de los datos proporcionados por CEPAL – GCBA, se puede apreciar que en los barrios de Recoleta, Palermo y Belgrano se localizan más del 17% de los locales registrados en la Ciudad de Buenos Aires. Asimismo, en Balvanera, Almagro y Caballito se sitúan más del 20% de los locales minoristas, conformando las áreas de mayor concentración de locales comerciales minoristas de la Ciudad. En lo que respecta al centro de la Ciudad (barrios de Retiro, San Nicolás y Montserrat) allí se encuentran casi el 9% de los comercios, con una alta densidad territorial, y en donde una gran de locales no corresponden al segmento comercial sino al de servicios (bancos, agencias, bares y restaurantes, entre otros). En el resto de los barrios, se aprecia que la densidad de comercios minoristas disminuye a medida que la distancia al centro de la ciudad aumenta; aunque con claras excepciones como en los barrios de Liniers, Villa del Parque, Villa Devoto, o Villa Ortúzar, en donde a partir de algunas arterias comerciales de importancia, la concentración comercial aumenta.

### MAPA 3

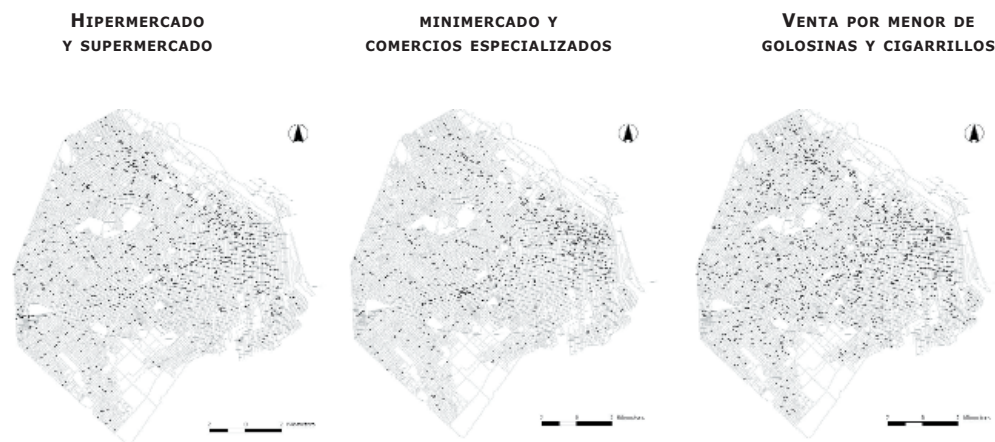
#### DISTRIBUCIÓN POR BARRIO DE COMERCIOS MINORISTAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

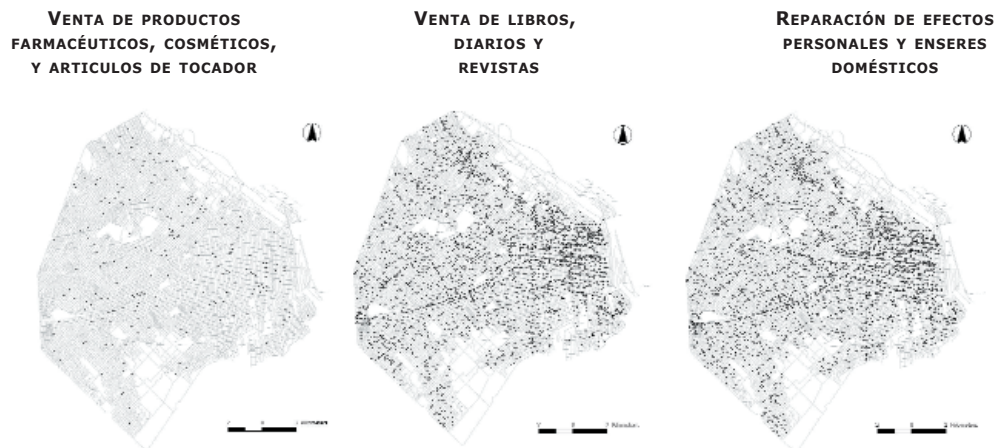
Asimismo, al analizar la rama de los locales minoristas de manera mas desagregada, se observa distintos patrones de distribución según grupos de actividad comercial minorista. En tal sentido, la siguiente serie de mapas tiene la intención de señalar algunos parámetros de distribución de las actividades comerciales minoristas en la Ciudad. Así, en lo que respecta a la distribución de los comercios alimenticios, en el mapa N° 4 se evidencia una distribución bastante homogénea en toda la Ciudad, con mayores registros en el eje norte y sobre el eje de las principales avenidas tanto norte como oeste, y algunos puntos importantes de concentración en el centro de la Ciudad y en las zonas de Liniers y Av. Cabildo.



**MAPA 4****DISTRIBUCIÓN DE LOCALES COMERCIALES ALIMENTICIOS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

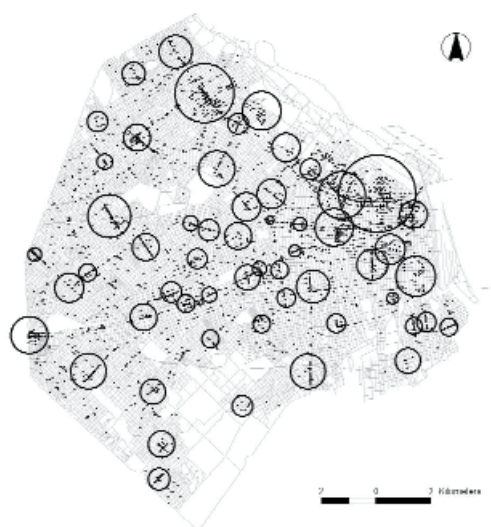
Sin embargo, no todos los sectores minoristas presentan el mismo agrupamiento territorial que el que presenta los comercios alimenticios. En el mapa N° 5 se advierten tres ejemplos de patrón de distribución diferente, tal el caso de la venta de productos farmacéuticos y cosméticos que muestra una fuerte concentración de sus locales en el eje norte de la Ciudad, con algunas concentraciones menores en lugares puntuales de la Ciudad y la poca presencia en la zona sur, con excepción de las inmediaciones a los hospitales localizados en esta área. En lo que respecta a la distribución de los locales especializados en la venta de libros, diarios y revistas, la concentración en el centro administrativo de la Ciudad es muy importante, con dispersión hacia la zona norte y una fuerte presencia en el área de Plaza Flores, Liniers y la Av. Cuenca. Mientras que la reparación de efectos personales y enseres domésticos, si bien presenta una mayor concentración en el eje norte, la dispersión es mayor que para los otros dos casos mencionados. Por otra parte, en esta actividad no se evidencian fuertes ejes de concentración por lo que la localización en las calles de los distintos barrios es mayor que en los casos anteriormente citados.

**MAPA 5****DISTRIBUCIÓN DE LOCALES COMERCIALES, SEGÚN PATRÓN TERRITORIAL DE DISTRIBUCIÓN**

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

En lo que respecta a la localización y distribución de locales de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de marroquinería (ver mapa Nº 6) el agrupamiento es una de sus principales características. En este sentido, pueden observarse una gran cantidad de centros que aglomeran este tipo de locales, aunque obviamente de distinta densidad comercial. Entre ellos sobresale la aglomeración comercial en la Av. Santa Fe, en especial sobre las avenidas Pueyrredón, Callao y en la intersección de Scalabrini Ortiz. También se evidencia concentración en las arterias comerciales de la calle Florida, Avellaneda y Nazca, Cuenca y Lope de Vega, Cabildo y Juramento, Olazábal y Triunvirato, Corrientes y Pueyrredón, Corrientes y Scalabrini Ortiz, Scalabrini Ortiz y Córdoba, la Av. Rivadavia en toda su extensión pero con picos de concentración en Av. La Plata, Acoyte, Boyaca, Seguro, Lope de Vega y especialmente a la altura de la estación Liniers.

En la zona sur de la ciudad, y aunque a una escala menor, también se observa concentración de estos comercios, siendo muy importante la aglomeración sobre la Av. Sáenz en el barrio de Nueva Pompeya. Además, se localizan centros a escala barrial sobre las Av. Montes de oca y Patricios en el barrio de Barracas, la calle Olavaria en el barrio de La Boca, más los centros comerciales barriales en Eva Perón y Varela, Eva Perón y Escala, Riestra y Murguiondo y Chilavert y Guaminí en el barrio de Villa Lugano.

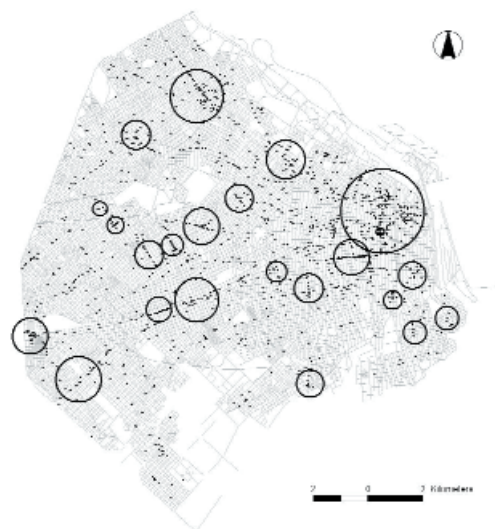
**MAPA 6****LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOCALES DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE MARROQUINERÍA**

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.

Finalmente, se destaca otro grupo que permite observar un patrón de localización diferente a los enunciados anteriormente: el de los comercios minoristas de muebles. En lo que respecta a la distribución general, permite observar una mayor densidad en el centro y en el eje norte de la Ciudad, aunque con una presencia importante en el oeste, y en algunas áreas puntuales del sur. En este sentido, se localizan en el microcentro porteño tres áreas que agrupan la venta de muebles de oficinas, una sobre la calle Paraná y Bartolomé Mitre, otra sobre la calle Arenales y una tercera más dispersa sobre Lavalle y San Martín. Sin embargo, la principal aglomeración del comercio minorista de muebles se produce sobre la Av. Belgrano entre las avenidas Entre Ríos y Jujuy. Otra aglomeración de importancia se produce en la intersección de la calle Gavilán con Juan B. Justo a partir de la localización de un importante comercializador de muebles que atrajo la instalación de otros comercios. Además, en la Ciudad, se evidencian otros sitios en donde se produce concentración de este tipo de locales aunque a una menor escala. Entre ellos se destacan el localizado en Córdoba y Álvarez Thomas, Rivadavia y Cuenca, Cabildo (con epicentro en Olazábal), Nogoya y Cuenca, la zona comercial del barrio de Liniers y un sector de la avenida Juan Bautista Alberdi (donde se concentran una cantidad importante de pequeños fabricantes de muebles junto a otros locales especializados en la venta de materiales para la construcción y el hogar). En muchas de estas áreas mencionadas esta actividad convive con otras de igual o mayor importancia que dinamizan con mayor fuerza el área comercial.

### MAPA 7

#### LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE COMERCIOS MINORISTAS DE MUEBLES



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Proyecto GCBA/CEPAL, datos provisorios.