



**Instituto del
Transporte**
IT_UNSAM

Nº ISSN: 2469-1631

Documentos de Trabajo del IT

Serie: Análisis de Políticas

Nº 20 año 2021

LA LOGÍSTICA EN LOS MERCADOS ALTERNATIVOS MOVILIDADES Y MODOS DE ALMACENAMIENTO EN LA FERIA LA SALADA Y EL CENTRO COMERCIAL FLORES

JUAN ARRARAS.

**Universidad Nacional
de San Martín**



**Universidad Nacional
de San Martín**

RECTOR

Carlos Greco

DECANO DEL INSTITUTO DEL TRANSPORTE

José Barbero

**Documentos de Trabajo
del Instituto del Transporte
Nº ISSN: 2469-1631**

DIRECTOR

Julián Bertranou

COMITÉ EDITORIAL

José Barbero

Daniel Álvarez

Carlos Leguizamón

José Luis Zárate

Instituto del Transporte

UNSAM Campus Miguelete, 25 de Mayo y Francia.

C.P.: 1650. San Martín, Provincia de Buenos Aires, Argentina

Teléfonos: 4006-1500 Int. 1301



La logística en los mercados alternativos

Movilidades y modos de almacenamiento en la feria La Salada y el Centro Comercial Flores

Juan Arrarás (IT-IDAES-UNSAM/UNLA)¹

1. Introducción

La Salada es un complejo ferial-comercial localizado en el margen la cuenca Matanza-Riachuelo cercano al puente La Noria, que corresponde al barrio Cuartel IX del municipio bonaerense de Lomas de Zamora. Considerado el más grande de Latinoamérica, este espacio comercial está compuesto por casi 8 mil puntos de venta situados no sólo dentro de sus tres ferias internadas sino también en las galerías y paseos de compra que las circundan.

La especificidad comercial de La Salada comenzó a erigirse en 1991 cuando un conjunto de 40 familias de migrantes bolivianos fundó la feria de ropa y comidas típicas “Urkupiña”, en honor a la virgen boliviana del mismo nombre. Años más tarde, el éxito de lo que sería la primera feria internada logró que en 1994 el grupo fundador de migrantes original se amplíe considerablemente y adquiera nuevos terrenos para construir la segunda de ellas, “Ocean”, sobre parte de las ruinas de lo que supieron ser balnearios públicos de gran esplendor a mediados del siglo XX. Ya en 1999, un vecino del lugar organizó a un grupo de feriantes para adquirir otro segmento del otrora dichoso balneario y allí instalar la más famosa de las tres ferias internadas: Punta Mogote (Benencia y Canevaro, 2017).

A lo largo de sus 30 años de existencia, La Salada ha evolucionado de lugar semiclandestino de venta de ropa a centro de atracción de consumidores de gran parte del país y la región. En torno a ello, más de 20 mil personas actualmente desarrollan diversos tipos de actividades laborales para recibir entre 600 mil y más de un millón de personas que, en búsqueda de productos del rubro textil-indumentaria, se acercan a ese territorio en cada una de sus tres jornadas de apertura semanales.

¹ El autor es becario doctoral del Instituto del Transporte de la UNSAM.



A 15 kilómetros de distancia de la feria La Salada se ubica otro espacio comercial que también supo ganar liderazgo en la compraventa de indumentaria dentro del mercado interno y regional: el Centro Comercial Flores (CCF). Conocido más popularmente como “Avenida Avellaneda”, esta zona se fue gestando paulatinamente a partir del desarrollo de las actividades productivas y comerciales realizadas por migrantes judíos árabes de la ciudad siria de Damasco que, luego de una corta estadía en los barrios de Barracas y La Boca, se situaron en la parte norte del barrio porteño de Flores entre 1920 y 1930 (Bialagorski y Kim, 2016)². Hasta fines de 1970, el área se caracterizaba por presentar una continuidad de casas bajas entre las cuales se ubicaban unas pocas tiendas de ropa sobre su principal avenida (Lee, 1992). Fue en los años 80 cuando se inició un proceso de desarrollo comercial continuo. En aquel entonces gran parte de la comunidad de origen coreano situada en el barrio de Once³, imposibilitada de renovar sus contratos en esa zona debido a los altos alquileres que la superpoblación de allí impulsaba, decidió desplazarse hacia Flores donde se concentraron en la producción y venta de indumentaria⁴, sobre la que contaban con saberes previos (Ibid.). Una década más tarde, más precisamente a mediados y fines de la década del 90, arribaron también a la zona migrantes bolivianos provenientes de La Salada que, intentando escapar de una serie de situaciones conflictivas que presentaba la feria, intentaron reproducir su dinámica comercial sobre “Avellaneda” en locales de las distintas galerías que allí se presentan (Bialagorski y Kim, 2016).

A lo largo de esa trama, el Centro Comercial Flores se fue consolidando como próspero centro mayorista de ropa. Alcanzando en la actualidad una extensión de unos 7 mil locales ubicados dentro del cuadrante constituido por las calles Condarco, Gaona, Segurola, y las vías del Ferrocarril Sarmiento, el cual se encuentra surcado por la avenida Avellaneda, este polo comercial ha alcanzado un lugar predominante en el rubro textil-indumentaria a partir de las

² Muchos de sus descendientes continúan efectuando tareas similares en ese mismo espacio de nuestra actualidad (Kleidermacher, 2019).

³ Hasta la década de 1990, la venta de indumentaria al por mayor tanto de la comunidad judía local como de migrantes coreanos estaba concentrada en el barrio porteño de Once. Sin embargo, el crecimiento exponencial de mayoristas coreanos impulsado por nuevos flujos migratorios con capital de inversión arribados durante ese período dio como resultado el florecimiento del Centro Comercial Flores (Bialagorski y Kim, 2016).

⁴ Las dificultades de acceso que presentaba la zona para los clientes minoristas por falta de espacio para estacionamiento y las dificultades para conseguir una “llave” en Once llevó a muchos de ellos a trasladarse a Flores donde no sólo resultaba más cómodo encontrar lugar para ubicar los automóviles, sino que los alquileres eran mucho más baratos y accesibles. Como resultado, muchos coreanos, sobre todo aquellos con menor capital, abrieron tiendas al por mayor en “Avellaneda” (Bialagorski y Kim, 2016).



casi 25 mil personas que 6 días a la semana atienden a miles de compradores provenientes de distintos puntos del país y la región.

Imagen 1. Ubicación geográfica de Feria “La Salada” y del Centro Comercial Flores



Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Maps

Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica Orientado (PICTO) “La logística de la informalidad: estudio de las cadenas de abastecimiento y distribución en los mercados alternativos”⁵. Como parte de dicho proyecto, nos dedicaremos

⁵ Dirigido por Ariel Wilkis (CONICET-IDAES-UNSAM), en este proyecto también participan investigadores como José Barbero (IT-UNSAM), Fernando Dobrusky (IT-UNSAM), Daniel Álvarez (IT-UNSAM), Ricardo Rozemberg (EPyG-UNSAM) y Ramiro Segura (IDAES-UNSAM).



a cartografiar el entramado de prácticas logísticas efectuadas por el colectivo de agentes involucrados en un abordaje que contemple a ambas áreas comerciales no como meros lugares físicos sino, sobre todo, como espacios dentro de los cuales se producen relaciones entre personas, tecnologías, informaciones y recursos. Dado que tanto La Salada como el Centro Comercial Flores han sabido convertirse, a partir de especificidades históricas propias, en paseos de compras transnacionales y multitudinarios en el que confluyen clientes de las distintas provincias argentinas y de países limítrofes, este escrito tiene por objetivo general analizar los procesos logísticos involucrados en las operaciones directa e indirectamente relacionadas con el funcionamiento de los mismos.

En pos de cumplimentar con nuestro propósito, dedicaremos el apartado inicial de este trabajo a efectuar un repaso sobre los estudios previos que han abordado este tipo de espacios comerciales. Sin dejar de lado la posibilidad de aprovechar ese saber previo, asignaremos a ese mismo acápite la tarea de observar los déficits que presentan dichas investigaciones para consumir una profundización acerca del desempeño logístico que tanto La Salada como el Centro Comercial Flores demuestran. En un segundo apartado, nos abocaremos a indagar sobre el entramado teórico que nos permita efectuar de modo fructífero nuestra empresa. Finalmente, dedicaremos el resto de este trabajo a describir y analizar las movilidades e interdependencias de actores y de objetos involucrados en la producción y reproducción de ambos polos comerciales.

2. Antecedentes

Las aproximaciones académicas hacia los espacios comerciales sobre los que vamos a trabajar fueron por demás variopintas, demostrando mayor profusión en el caso de aquellas que abordaron el fenómeno de La Salada. Entre estos últimos, se destaca la investigación de Pogliaghi (2008), quien avanza en un estudio de caso sobre el conglomerado de ferias de Lomas de Zamora resaltando la naturaleza de la informalidad, sus vínculos con los sectores formales, su evolución y dinámica, así como las estrategias de acción de los agentes que se desempeñan en dos actividades que hacen a este espacio: la comercialización y confección de indumentaria.

Agradecemos también la participación en el proyecto de Javier Barranco (IDAES-UNSAM), Paula Lescano (IDAES-UNSAM) y Joaquín Janka (IT-UNSAM). Este trabajo no hubiera sido posible sin el aporte realizado por cada uno de los mencionados y el apoyo de Julián Bertranou (IT-UNSAM).



El trabajo exhaustivo de Ossona (2010), en el cual se abordan las distintas dimensiones económicas, laborales, (i)legales y políticas que se observan en La Salada, también logra sobresalir por sobre el resto de los estudios académicos que profundizan en la feria emplazada en Cuartel IX. Mediante un inicial repaso histórico de su despliegue como complejo de venta de indumentaria informal en la década del 90, el autor procede a describir la configuración de las distintas unidades comerciales de La Salada para luego adentrarse en las transformaciones que ha demostrado la feria como centro de abastecimiento de otras “saladitas” a lo largo del país y la región, polo de ocupación de miles de personas e impulsor de *ilegalismos*. Ossona (2017) también realiza una socio-historia acerca de la localidad de Santa Catalina, en el centro-norte del partido de Lomas de Zamora, territorio sobre el cual la aparición de La Salada ejerció una influencia significativa desde su aparición. Haciendo un repaso exhaustivo del flujo inmigratorio, la ocupación de tierras y la emergencia de una numerosa cantidad de talleres clandestinos en la zona, entre otras cuestiones, Ossona describe fielmente el costado más sombrío de la industria textil-indumentaria de nuestro país que, en muchas de sus dimensiones, se encuentra territorializado en la feria del conurbano bonaerense.

D’Angiolillo y otros (2010) centran su atención en el modo en que un espacio comercial como La Salada ha ido evolucionando desde sus inicios como balneario público hasta su actualidad como “megaferia de lo trucho”. A través de prósperas fuentes fotográficas, los autores realizan un seguimiento exhaustivo sobre la “centralidad periférica suburbana” que demuestra la feria describiendo las diversas etapas transitadas por ésta a lo largo de los últimos 80 años. Asimismo, los autores establecen una lectura propicia acerca de las deficiencias que el Estado tiene en el abordaje del conglomerado comercial, un fenómeno imposible de asir institucionalmente a partir de la alta complejidad que, según los autores, el mismo presenta.

En su libro “La razón neoliberal” (2014), Verónica Gago sitúa su análisis en el vínculo complementario y contradictorio que existe entre la feria La Salada, los talleres textiles clandestinos y las villas miseria con el fin de develar la compleja trama sobre la que reposa el neoliberalismo. A través de un exhaustivo trabajo en el que confluyen distintas investigaciones encaradas por la autora, se logra develar la forma en que el neoliberalismo no sólo es introducido en las sociedades “desde arriba” –a través de la implementación de distintas políticas– sino también “desde abajo” –a partir del conjunto de prácticas encaradas por aquellos sectores sociales que protagonizan el fenómeno de la economía informal–.

Desde otro enfoque al adoptado por las investigaciones citadas, Carlos Forment (2015 y 2018) realiza una lectura de La Salada en tanto hacedor de “democracia plebeya”. En diálogo con el estudio de Holson (2008) sobre la ciudadanía insurgente, Forment analiza la forma en



que las clases populares en torno a la feria llevan a cabo prácticas políticas no institucionales que contribuyen a la emergencia de una forma alternativa en el desarrollo de la vida democrática en el “Sur Global” denominado “democracia plebeya”.

En “El orden clandestino: política, fuerzas de seguridad y mercados ilegales en Argentina”, Matías Dewey (2015) estudia el mercado de autopartes y el complejo ferial La Salada como focos de aprovechamiento de diversos sectores provenientes de la política y las fuerzas de seguridad destinados a ampliar sus márgenes de maniobra políticos. En este trabajo, donde el autor realiza una minuciosa caracterización del polo comercial del conurbano, La Salada aparece como aquel mercado capaz de coadyuvar al mantenimiento de un orden a partir de la trama de negocios ilegales en la que confluyen distintos actores estatales. En una misma grilla de interpretación, Dewey (2017) profundiza el lugar que el complejo comercial de Lomas de Zamora asume dentro del panorama de transformaciones que sufrió en términos de informalidad y precarización laboral la producción y distribución de la indumentaria durante las últimas décadas.

Aunque no tan abundantes como en el caso de La Salada, los trabajos provenientes de las Ciencias Sociales que les brindaron interés a un territorio como el Centro Comercial Flores no dejaron de ser enriquecedores para comprender alguna de sus dimensiones. Entre ellos se destaca el estudio de Bialogorski y Kim (2016), quienes exploran las interacciones materiales y simbólicas desarrolladas entre minorías étnicamente diferenciadas del barrio de Flores Norte. Haciendo mención sobre lo sucedido desde la década del '20 del siglo XX hasta nuestros días, el trabajo indaga en los diversos recursos económicos, sociales y simbólicos aportados por cada una de las comunidades congregadas en torno a lo actualmente es un espacio comercial multicultural y multiétnico. Asimismo, en torno a la conformación de ese espacio como mega feria especializada en el rubro textil y de indumentaria, las autoras advierten el lugar que “Avellaneda” ocupa como multitudinario paseo de compras en el que convergen personas provenientes de distintas provincias argentinas y países limítrofes. En ese sentido, la zona se convierte en una esfera de estipendio de mercadería elaborada localmente a bajo costo que permite la apertura de nuevos canales reventa en distintos puntos de nuestro país y la región.

Otro estudio sobre el Centro Comercial Flores es el encarado por Kleidermacher (2019) donde se analizan las relaciones intra-culturales desplegadas en ese territorio. Haciendo principal hincapié en el colectivo de ciudadanos senegaleses que desarrollan actividades de venta ambulante, el autor advierte la convergencia de una pléyade de actores de distintas nacionalidades, grupos étnicos y religiosos que se despliegan en esa área especializada en la producción de indumentaria y de su comercio.



Como pudimos observar, los distintos estudios mencionados han logrado abordar vastas dimensiones de La Salada como del Centro Comercial Flores. Sin embargo, independientemente de la alusión que algunos de ellos hicieron sobre las distintas etapas de comercialización y confección que se vinculan con ambos territorios, ninguno logró recrear un enfoque que contemple los movimientos logísticos que se desarrollan periódicamente para dar sustancia a estos espacios comerciales.

El análisis del desempeño logístico tanto en la Argentina como en los países de la región ha tenido una tendencia a focalizarse en los flujos del comercio exterior, en particular en las exportaciones, atendiendo a su incidencia en la competitividad (Barbero, 2010). En algunos casos, ello se suele reflejar en el análisis de la logística de distintas cadenas de valor, las cuales incluyen tanto importaciones como desplazamientos domésticos. En contraste con ello, el análisis de la logística de la producción local e interna ha recibido tradicionalmente menos atención, aun cuando su desempeño incide sensiblemente sobre los precios de los bienes a los que accede la población. Si nos situamos en el caso particular de la Argentina, no existen antecedentes que puedan estimar el desempeño de la actividad comercial de aquellos espacios con crecientes grados de informalidad en varios de sus eslabones.

Al hablar de informalidad intentamos hacer referencia a un modo de producir y distribuir bienes y servicios con mayor flexibilidad y menores costos a partir de la captación preferentemente de fuerza de trabajo proveniente de clases populares para realizar estas tareas⁶ (Sassen, 2011). De cualquier forma, este tipo de actividades suelen hacer caso omiso del costo que supone el cumplimiento de ciertas leyes y normas administrativas que rigen los contratos de trabajo, las licencias comerciales, el crédito financiero y los sistemas de seguridad social, lo cual implica estar excluidas de la protección que ello ofrece (Feige, 1990).

Si nos detenemos en el lugar que la informalidad asume en algunos espacios comerciales de nuestro país, observamos que ello fue profusamente analizado por la esfera académica local. Entre estos estudios se encuentra el de Chávez Molina y Raffo (2003), quienes

⁶Impulsado durante la década del 70 a partir de los análisis sistemáticos que el antropólogo económico Keith Hart (1973) realizó sobre el mercado laboral urbano en África en el marco de sus investigaciones para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el concepto de *informalidad* ha mostrado un derrotero por demás extenso dentro del campo de los estudios y debates acerca de ese tipo de actividades. Con vaivenes muy marcados en su trayectoria, este concepto logró tomar vigor durante la década del 90, para mostrar mayor impulso en el inicio del siglo XXI cuando la Resolución de la Conferencia del Trabajo de 2002 amplió los parámetros de comprensión sobre este tipo de problemáticas. En torno a esa última línea de interpretación, la economía informal dejaba de actuar aislada de la formal ya que ambas esferas, lejos de ser autónomas y opuestas entre sí, logran establecer varios puntos de encuentro en diversas actividades del capitalismo tardío (Neffa, 2008).



realizan una descripción de las actividades comerciales desarrolladas en el ámbito de una feria al aire libre del sur del conurbano bonaerense. A lo largo de su estudio, los autores intentan visualizar el grado de articulación existente entre dichas actividades y el sector económico formal, las trayectorias de los actores sociales que se desempeñan en las ferias y los modos de relacionamiento existente entre sus protagonistas dentro de un contexto social, económico y político específico como el agotamiento del ciclo neoliberal de principios de siglo XXI.

Sobre esa misma cuestión trabaja Busso (2006) a partir del desarrollo de un estudio de caso acerca de tres tipos de ferias: las artesanales, las de frutas y verduras y las denominadas ferias “paraguayas”. En efecto, la autora analiza los mecanismos de organización, representación colectiva y variables sociodemográficas de los feriantes que se desempeñan en esos espacios sin dejar de centrarse en los emplazamientos, días y horarios de apertura, tipos de mercadería comercializada y marco legal que los reglamentan. En una grilla de interpretación similar, la misma autora aborda la relación entre lo que denomina “trabajo atípico” y los momentos de crisis sociales y económicas sobre los que fue transitando la realidad argentina. (Busso, 2011). Haciendo hincapié en las vivencias y percepciones de trabajadores artesanos de la “Feria de Plaza Italia” de la ciudad de La Plata, de la patagónica “Feria Regional El Bolsón”, de la “Feria artesanal, regional y artística” de Villa Gesell, y de las ferias de Parque Lezama “Artezama” y de “Plaza Francia” de la Ciudad de Buenos Aires, Busso logra captar las estrategias que desarrollan estos “trabajadores atípicos” para revertir la merma de ingresos asociada a los períodos de crisis, observando, a su vez, tanto las disposiciones espaciales y comerciales como las disputas por el espacio público que impulsan esos contextos.

Velázquez et. al. (2011) realizan un estudio exploratorio sobre las condiciones y medio ambiente de trabajo (CyMAT) de los trabajadores informales en las ferias de diseño de la ciudad bonaerense de La Plata. Ahondando en los tres momentos constitutivos de las actividades desplegadas en derredor de las ferias -el diseño, la producción y la venta de bienes- los autores realizan no sólo un análisis sino también un conjunto de propuestas para combatir los nichos de informalidad que existen en estos ámbitos.

El lugar asumido por el trabajo informal también fue observado en uno de los espacios comerciales al cual nos aproximaremos en las siguientes páginas: la feria La Salada. En ese sentido, los estudios realizados por Schiavo y Rodríguez (2007); Schiavo, Rodríguez y Vera (2011 y 2013); y Schiavo, Rodríguez, Vera y Dos Santos Nogueira, 2011 y 2016) advierten que en la feria de Lomas de Zamora la informalidad hace referencia a múltiples aspectos que no se acotan a las condiciones laborales precarias de los trabajadores de talleres y fábricas que la proveen vía vendedores ambulantes y cuentapropistas que allí realizan sus actividades. En ese sentido, la



informalidad también abarca, entre otras cuestiones, la ubicación y organización del predio ferial en su totalidad, sus condiciones de acceso y sus horarios de funcionamiento⁷. Tal como indica Schiavo y otros (2016), pese a que La Salada ha ido formalizando buena parte de sus actividades, la impronta de lo informal continúa caracterizándola en tanto sistema productivo y comercial. En torno a lo último, la feria del conurbano sur dejó de acotarse meramente a su predio espacial para expandirse hacia otros lugares entre los que se encuentran las “saladitas” ubicadas en distintos puntos de nuestro país y las múltiples y variadas iniciativas del espacio virtual sobre las cuales se asoma, entre otros.

Como hemos visto, mientras que los estudios sobre logística no han profundizado sobre el desempeño que demuestran los espacios comerciales de naturaleza informal en ese orden, aquellas investigaciones que lograron reflexionar sobre dichos espacios no lograron ahondar en su dimensión logística. Y esos planos donde apunta este trabajo, procurando dejar atrás los déficits que presenta la bibliografía especializada en ambas cuestiones. En torno a ello, realizaremos una aproximación al estudio de la logística de dos espacios comerciales de vital importancia dentro del sector textil y de indumentaria como La Salada y el Centro Comercial Flores tratando de abordar el complejo esquema asumido por cada una de esas plataformas centrales o *hubs* en una cadena que se extiende aguas arriba hacia los proveedores y aguas abajo hacia los consumidores.

Dentro de esa trama, tanto La Salada como “Avellaneda” resultan ser bocas de expendio privilegiadas de un sector textil-indumentario que viene sufriendo transformaciones estructurales desde fines de la década del '70. Una industria que, surgida hace setenta años al calor del modelo de sustitución de importaciones, se sostuvo durante las últimas décadas a partir de la tercerización, informalización y, en algunos casos, esclavización de gran parte de la fuerza de trabajo que la compone (Ossona, 2017). Así, este sector replicó el proceso de *dualización y creciente heterogeneidad* estructural por el que transitó en el mismo período la sociedad argentina a partir del desarrollo de una industria informal –que ha funcionado como proveedora de bienes textiles e indumentarios de sectores postergados y medios de la población argentina– y otro formal apuntado al ABC1 o segmento alto⁸ (Dewey, 2017; Kestelboim, 2012). En base a ello, La Salada y el Centro Comercial Flores sólo resultan

⁷Vale advertir que el trabajo se realizó cuando los horarios de apertura de la feria eran nocturnos, hecho que cambió a partir de la normativa municipal que debieron cumplimentar la totalidad de las “internadas” que componen La Salada hace más de un lustro.

⁸ El giro hacia productos más sofisticados implicó también un aumento en los costos de marketing moldería, diseño, publicidad, y otros gastos asociados al desarrollo de esas marcas (Dewey, 2017).



entendibles dentro de dicho contexto de transformación de la industria de la vestimenta, cuyo correlato es la falta de acceso a la indumentaria producida en el mercado formal por parte de vastos sectores de la población (Dewey, 2017)⁹. En ese itinerario, tanto uno como otro espacio supieron territorializar, a su propio modo, su lugar como mediadores entre la nueva estructuración que adquirió la industria textil-indumentaria, la necesidad de vestimenta de ese segmento de la sociedad y las múltiples rutas de distribución y reventa iniciadas en distintos puntos del país por compradores de productos al mayor de ambos epicentros.

3. Breves aclaraciones para el estudio de la logística

Nuestro trabajo parte del supuesto de que el conocimiento de los procesos logísticos se enriquecerá si analizamos la experiencia de espacios comerciales como La Salada y el Centro Comercial Flores. Ello implica analizar la dinámica de la cadena de abastecimiento, las prácticas de compraventa, los desplazamientos de personas y las redes logísticas de producción y comercialización al igual que las interacciones sociales desarrolladas en las diferentes escalas de los territorios a abordar.

Para efectuar nuestro cometido, será necesario observar las movilidades e interdependencias de actores y de objetos involucrados en la producción y reproducción de ambos polos comerciales. Considerando el carácter de “lugar practicado” que tiene todo espacio (De Certeau, 2000) trataremos de ir contra la estabilidad que presupone el mismo para ciertos modelos disciplinarios provenientes de las Ciencias Sociales. En esta tarea, resultará fundamental la concepción constructivista del espacio desarrollada por Doreen Massey (2005), la cual colisiona con aquellas perspectivas que asumen a este como un mero soporte material inmutable a la historia. En contraposición, Massey incorpora una mirada que asume la construcción del espacio a través de las interacciones que en él se imbrican, las cuales abarcan dimensiones íntimas, locales, regionales, nacionales y hasta globales (Lefebvre, 2013). Así, la grilla de interpretación que demarca este tipo de perspectivas teóricas percibe al espacio como aquél que sobreviene del entrecruzamiento de prácticas que en él se desenvuelven,

⁹Esto no implica que las transformaciones mencionadas haya sido condición necesaria para la emergencia de ambos espacios, aunque sí consideramos, siguiendo la lectura que hace Dewey (2015) sobre La Salada, que sí fueron condición necesaria para ello.



reflexionando sobre movibilidades de bienes y personas que son vitales para su producción y reproducción (Appadurai, 2001; De Certeau, 2000; Massey, 2005 y 2012).

En base a lo anterior, abordaremos a ambos espacios comerciales no sólo como lugares físicos sino también como aquellos dentro de los cuales se producen relaciones sociales entre personas, tecnologías, informaciones y recursos, tomando en consideración, a su vez, tanto los vectores de dirección que demuestran esos elementos como así también los tiempos involucrados. En nuestra empresa deberemos comprender que cada componente de la logística de la informalidad no se desenvuelve de modo aislado, independiente de los demás elementos. Por el contrario, en pos de vislumbrarla en su completitud, será fundamental mirar este proceso de manera comprensiva, poniendo el foco en el flujo de personas, materiales y actividades que en se desarrollan para constituirla dado que la asociación de dichos elementos es lo que la hacen posible. En ese sentido, no solo nos detendremos en los actores e instrumentos que llevan a la práctica la movilidad sino también en las infraestructuras inmóviles capaces de permitirla (Amín y Thrift, 2002; Latour, 2009; Tironi, 2011).

En el marco de los procesos que se gestionan en la emergencia de la logística de la informalidad, nos detendremos principalmente en lo que comúnmente se alude como cadena de abastecimiento, la cual incluye tres actividades básicas: transporte, manejo de inventarios y procesamiento de pedidos. En un nivel de análisis más desagregado, y a modo de ejemplo, dentro de esas tres actividades podemos encontrar el traslado de mercadería y los medios de transporte utilizados para ello, las formas de almacenaje, el procesamiento de pedidos y la previsión de su volumen de acuerdo con las necesidades y exigencias del comerciante en cuestión, entre otros aspectos (Pascual y Ribas, 2015).

En consecuencia, la caracterización y el análisis de estos procesos logísticos implicará observar, registrar y describir la circulación y los flujos de una diversidad de bienes – mercadería, vehículos, dinero, información– y actores –comerciantes, visitantes, proveedores–. Se trata, entonces, de “seguir a las cosas”, como se ha denominado desde la antropología (Appadurai, 1996), identificando los soportes, los agentes y los circuitos que hacen posible el funcionamiento cotidiano de estos espacios comerciales en pos de dejar atrás el escaso conocimiento producido sobre la cuestión.

En la concreción de nuestro análisis, aplicamos un abordaje fundamentalmente descriptivo en base a técnicas y métodos tanto cualitativos y cuantitativos que hicieron hincapié en las relaciones que se dan dentro de los procesos logísticos que involucran al



conjunto de los espacios mencionados. El trabajo de campo se focalizó estrictamente en el registro y la observación *in situ* de dichos procesos como así también en charlas informales y entrevistas semi-estructuradas que lograron captar las percepciones y experiencias de los actores que han llevado a cabo distintos tipos de prácticas en La Salada y el Centro Comercial Flores, a saber: administradores de ferias, emprendedores, comerciantes, fabricantes de indumentarias, consumidores, entre otros.

4. La Salada

La Salada es un complejo ferial-comercial localizado en el margen del Riachuelo cercano al puente La Noria, en lo que corresponde al barrio Cuartel IX del municipio bonaerense de Lomas de Zamora. Los terrenos que ocupa, con una extensión de 18 hectáreas, fueron abandonados por varias décadas antes que la comunidad boliviana fundara la primera feria de ropa y comidas típicas “Urkupiña” en el año 1991, a las que luego se les sumaron las ferias “Ocean” y Punta Mogote, ambas herencia de los balnearios públicos que dieron lugar al suelo que actualmente ocupan.

A lo largo de su primera década de existencia, La Salada se dedicó a comercializar productos mayoritariamente importados, hecho que resultaba facilitado por la convertibilidad dominante durante la década del '90 en la que un peso argentino equivalía a un dólar estadounidense. La crisis de 2001-2002 marcó un quiebre en este sentido. La sustancial reducción de productos importados, producto de la brusca devaluación del peso, y los altos niveles de pauperización social de entonces, se convirtieron en una oportunidad para que la feria emerja como un espacio de supervivencia de aquellos pequeños talleres de confección ajenos a las regulaciones formales gracias a la mayor afluencia de personas que allí fueron acudiendo (Dewey, 2017). En suma, tanto la presencia de emprendedores como el enorme aflujo de visitantes comenzaba a dar forma a esta feria en tanto plataforma de distribución comercial de la cadena de valor textil indumentaria.

La conjunción de dichos sucesos promovió el surgimiento de nuevos actores que, desde entonces, han sabido cumplir un rol central en la logística desarrollada en este espacio comercial. Entre ellas se encuentran una red de instalaciones de almacenamiento inmediato



a la feria, los denominados “carreros”, los “tours de compras” (Ibid.) y los “remises informales”. De ese modo, si la necesidad de reducir el costo de transporte y evitar robos y/o ilícitas confiscaciones policiales llevó a la transformación de propiedades lindantes a la feria en unidades de almacenamiento apuntadas a ofrecer este servicio a puesteros, la organización de redes de tiradores de carros resultó esencial en la movilidad interna del complejo comercial. Asimismo, el apuro por obtener movilidad externa hizo que surgieran “tours de compras”, que se convirtieron en la principal forma de movilidad hacia la feria desde distintos puntos del país y la región; mientras que la necesidad de una modalidad de transporte más económica de dirigirse desde la feria a localidades cercanas hizo que emergieran remises “informales”, más vulgarmente conocidos como “truchos”¹⁰. Más allá del aspecto meramente logístico, el crecimiento de La Salada también implicó la adición de nuevos actores como vendedores ambulantes, asistentes, intermediarios y recolectores, entre otros, que dieron aun mayor expansión a este enorme mercado secundario surgido en torno a la feria (Ibid.).

Imagen 2. Principales rutas de transporte de la feria “La Salada”

¹⁰Estos modos informales de movilidad no poseen la habilitación necesaria realizar este tipo de labores como sí lo tienen algunas agencias de remisería ubicadas en las inmediaciones de La Salada. Debido a ello, y a que este tipo de servicios pueden adquirir un carácter colectivo (ya que distintas personas que no se conocen entre sí compartir un auto para realizar un mismo viaje), el recorrido desde la feria hasta Puente La Noria puede llegar a costar unos 100 pesos en la actualidad (aproximadamente un dólar a tipo de cambio oficial).



 Recurrentes embotellamientos vehiculares

Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Maps

La Salada no se inscribe en un punto neurálgico de rutas de transporte. La ubicación actual de la feria es un punto que, sin encontrarse del todo aislado de importantes redes de tránsito y sistemas de transporte, no tiene la relevancia de Retiro, Constitución, Once u otro nodo de una escala similar. Así, las rutas de transporte al área comercial resultan extremadamente limitadas. Su principal punto de acceso se encuentra sobre el Camino de La Ribera Sur¹¹, calle que posee dos sentidos de circulación, uno que conecta el predio con Puente La Noria –desde donde proviene el caudal más fuerte desde la zona norte a partir de su conexión con la Avenida General Paz como así también cierto caudal del sur dada su conexión con el Camino Presidente Juan Domingo Perón–¹² y la Ruta Provincial No. 4, coloquialmente

¹¹ En cumplimiento del fallo emitido por el juez federal de Quilmes Luis Armella de noviembre de 2009, el Camino de La Ribera Sur se amplió considerablemente dentro de un proceso que llevó más de 6 años. La complejidad que asumió la aplicación de dicho fallo, el cual actuaba en consonancia con la sentencia de la Corte Suprema de Justicia del año 2006 que instaba a los gobiernos nacional, porteño y bonaerense a crear la Autoridad de la Cuenca Matanza-Riachuelo para sanear esa hidrovía, se debió, sobre todo, a la presencia de casi 10 mil puestos de venta en lo que conformaban lo que se conoció como la feria de “La Ribera”.

¹² Asimismo, un movimiento de ingreso muy común es recorrer los 1,5 kilómetros que separan al área comercial con Puente La Noria por el Camino de la Ribera del lado de Capital Federal hasta el puente ferroviario perteneciente a la línea General Belgrano inmediato a la feria y cruzar el mismo a pie.

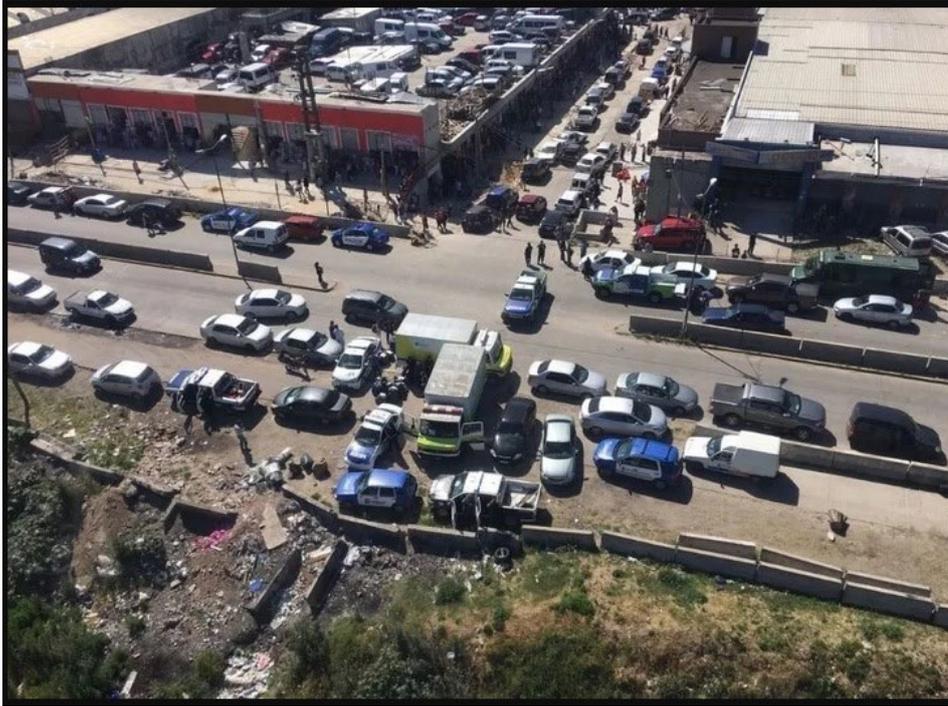


conocida como “Camino de Cintura” –desde donde también afluyen personas provenientes de la parte sur del conurbano bonaerense–. Puesto que los sentidos de circulación del Camino de la Ribera poseen sólo dos carriles cada uno¹³, los embotellamientos vehiculares son muy recurrentes en cada jornada en donde entre 600 mil y más de un millón de personas, ya sea a través de “tours de compras”, auto particular o colectivo¹⁴, asisten al predio. Estos se agudizan aún más en las vísperas de apertura y cierre de La Salada, esto es entre las 5 y las 7; y entre las 13 y las 16 horas de cada lunes, miércoles y sábado, y en momentos muy marcados del año como las semanas previas a las fiestas de fin de año o al comienzo de clases escolares.

Imagen 3. La Salada. Camino de la Ribera Sur en su intersección con Arana Goiri

¹³A los graves problemas en sus accesos, se le suma la pérdida del servicio de ferrocarril Belgrano Sur ramal Puente Alsina-Aldo Bonzi. Hasta hace 4 años, era posible acceder al área descendiendo en la estación “La Salada” que formaba parte de dicho ramal.

¹⁴ Ocho son las Líneas de Colectivos que dan accesibilidad a la Feria: línea 31, Línea 36 desde Flores; Línea 117 desde Rivadavia; Línea 141 desde Plaza Italia; Línea 298 desde Morón; Línea 540 A desde Lomas de Zamora; Línea 28 desde Retiro y Línea 306. No todas ellas circulan por Camino de la Ribera Sur sino por distintas calles cercanas al área comercial.



Fuente: Clarín (2017)

El enorme caudal vehicular que asiste a La Salada hace imperiosamente necesario brindar espacio suficiente que actúe como sitio de estacionamiento. Con relación a ello, existen múltiples servicios de este tipo ofrecidos tanto por las ferias internadas –capaces de albergar en total unos 200 ómnibus de larga distancia y más de 1500 automóviles o combis¹⁵ –, como por estacionamientos privados– existen unos 5 aptos para emplazar alrededor de 150 automóviles–. Asimismo, distintas atribuciones del espacio público situado a la vera del Riachuelo también cumplen la función de lugar de aparcamiento, en los cuales los popularmente conocidos como “trapitos” ofrecen servicios de cuida-coches¹⁶.

¹⁵ Mientras que el estacionamiento de Punta Mogote puede llegar a albergar 50 micros y 200 automóviles de tamaño medio, el de la feria Ocean puede hacer lo mismo con 600 autos y 50 micros. Un caso aparte es el de Urkupiña donde, pese a tener espacio suficiente para que estacionen 800 autos y 100 micros en su playón principal, se debió reasignar un 50% del mismo para cumplimentar los protocolos municipales en la lucha con la pandemia de COVID 19.

¹⁶ Los “trapitos” se ubican principalmente a lo largo de las 10 cuadras que se extienden sobre el Camino de la Ribera Sur, entre las calles Andrés Bello y Albert Einstein. Los automóviles no solo se estacionan sobre ambas manos de la acera sino también, en gran parte, sobre la vereda de dicho Camino. Por otro lado, los “cuida-coches” también ofrecen sus servicios cruzando el puente del ferrocarril Belgrano Sur, sobre el camino de la Ribera del lado de la Capital Federal, donde pueden llegar a estacionarse más de 80 automóviles; y sobre algunas calles inmediatas a las ferias como, por ejemplo, Pergamino en su cruce con Intendente Tavano.



El complejo ferial en su conjunto opera como centro de abastecimiento mayorista de unas seiscientas ferias subsidiarias distribuidas en todo el territorio nacional y países limítrofes (CAME, 2017). La feria de Constitución; las saladitas de las estaciones de transbordo Retiro, Liniers y Once; las ferias de San Francisco Solano en Quilmes, la de San Juan Bautista en Florencio Varela, y las de Villa Dominico, San Miguel, José C. Paz, Moreno, San Martín y Morón, entre muchas otras que se ubican a no sólo en el conurbano bonaerense sino también en mega-centros de abastecimiento nacional, constituyen su *hinterland* o área de influencia, conectado por su red logística de distribución. Por lo general, estas ferias subsidiarias se sitúan en puntos de trasbordo intermodal, en cruces de caminos y en estaciones terminales de tren, entre otras localizaciones. Todo ello constituye un complejo esquema, desde la plataforma central o *hub* constituido por el complejo La Salada como eslabón principal, en una cadena que se extiende “aguas arriba” hacia los proveedores¹⁷ y “aguas abajo” hacia los consumidores.

Detengámonos un momento en las “aguas abajo”. Muchos de los visitantes de La Salada son consumidores que acceden a la feria para vestir a los integrantes de su familia como así también a sus seres más preciados. Pese a ello, son los consumidores al por mayor de distintos puntos del país quienes se llevan el mayor caudal de bienes del polo comercial, encargándose de revenderlos por distintos medios. Dichas tareas de reventa no son realizadas solamente dentro de las mencionadas “saladitas” sino también a través de otras modalidades como la comercialización por Internet—practicando lo que suele ser conocido como comercio electrónico por redes sociales como Facebook, Instagram o Mercado Libre— o, en su defecto, bajo la modalidad de venta “en puerta” o “a domicilio” —donde el revendedor le acerca la oferta de vestimenta disponible a su potencial comprador generalmente en un bolso—.

Este tipo de prácticas añade nuevos grados de la informalidad al entramado de compra-venta de la cadena textil-indumentaria. Extendiéndose a lo largo de gran parte de la red de asociaciones que la componen, la sistemática evasión de reglamentaciones fiscales,

¹⁷ Pese a que en La Salada se comercializan en su gran mayoría bienes provenientes de la industria textil-indumentaria, eso no es óbice para la venta también allí de productos importados tratándose, en algunos casos, de mercaderías falsificadas. El ingreso de este tipo de productos durante los últimos años al país reconoce diversos caminos procedentes de China, Europa del Este, e incluso de África, aunque existe una suerte de “autopista” más amplia que describe un recorrido que las autoridades de la Dirección Nacional de Aduana han dado en definir como la “media luna del riesgo”. Esta encuentra su punto de partida en el puerto chileno de Iquique, las ciudades de Encarnación y Ciudad del Este, en Paraguay; y la zona franca del Puerto de Montevideo. Según Ossona (2010) resulta muy difícil esclarecer los circuitos que contactan a los empresarios contrabandistas que forman parte de esa red de incorporación de ese tipo de bienes con los “administradores” y puesteros, a pesar de que resulta indudable que ello responde a una sucesión de eslabones interconectados en el que pueden participar múltiples agentes, muchos de ellos, estatales.



laborales, de seguridad y comerciales alcanza gran parte de sus eslabonamientos tanto “aguas arriba” como “aguas abajo”, desde el momento de la producción en miles de talleres clandestinos esparcidos por todo el conurbano (Ossoona, 2017) o el sur de la Capital Federal, hasta su comercialización y reventa minorista en distintos puntos de nuestra geografía. Sin embargo, algunos aspectos de la feria se encuentran ya hace varios años en vías de regularización. A partir de la cumplimentación de fallos judiciales, ordenanzas y decretos municipales que se dictaron al efecto, las únicas ferias pasibles de ser habilitadas en esta zona de Cuartel IX son las denominadas por la legislación como “internadas” que se encuentran dentro de los predios techados del complejo¹⁸ (Pogliaghi, 2008; Benencia y Canevaro, 2017). Es dentro de esas ferias donde se cumplen el conjunto de normativas que especifican las medidas que pueden tener los puestos, se abonan tasas de seguridad e higiene municipal y en algunos casos, impuestos provinciales y nacionales como Ingresos Brutos o Monotributo.

¹⁸Según la normativa vigente, las ferias deben funcionar en predios privados que: “a) dispongan en su interior de una cantidad determinada de pequeños puestos destinados a ser rentados, por breves períodos de tiempo, a pequeños comerciantes que ofrecen sus productos al público minorista concurrente al predio; b) los pequeños comerciantes locatarios que comercian por su propia cuenta y son personas distintas al propietario o administrador del predio; c) los propietarios o administradores del predio que proveen a los locatarios, consumidores y concurrentes de los servicios de higiene y seguridad; d) estén dedicados exclusivamente a la venta de productos y artículos no comestibles” (Ordenanza 10.449, 2002); con excepción de aquellos alimentos elaborados y comercializados en buffet, bar, parrilla, restaurante o confitería habilitados al efecto, y que son del propietario o del administrador del predio (Pogliaghi, 2008).



Imagen 4. Ferias internadas, lugares de estacionamientos y paradas de colectivos inmediatas a la feria “La Salada”



-  PARADA DE COLECTIVOS
-  Estacionamiento FERIA OCEAN
-  Estacionamiento FERIA URKUPIÑA
-  Estacionamiento FERIA PUNTA MOGOTE
-  Estacionamiento en espacio público/ “cuida - coches”

Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Maps

4.1. Montaje de la feria y coordinación logística

“La Salada tiene esa ventaja: 3 días vendes y 4 días laborás. Ese es el secreto de La Salada”, nos contaba quien fue el administrador de la feria más popular desde su fundación hasta hace pocos años. Y es que, como dijimos más arriba, el complejo ferial de Ingeniero Budge abre sus puertas sólo 3 veces por semana, lo cual permite que la gran mayoría de los



emprendedores que allí comercializan bienes por ellos fabricados lleven a cabo las tareas de confección de los mismos aquellos días de la semana en los que no realizan sus labores dentro de la feria. En ese eslabón de la producción, dichos emprendedores suelen encargarse generalmente del diseño, la compra de telas y las posteriores tareas de moldería y corte, tercerizando el trabajo de la costura final de las prendas en el heterogéneo universo de talleres que abundan por el conurbano bonaerense y el sur de la Ciudad de Buenos Aires (Kestelboim, 2012; Dewey, 2017)¹⁹. La totalidad del proceso que incumbe simplícidamente el cuatrimonio diseño-moldería-corte-confección suele demorar unos 3 meses para cubrir lo que será la demanda de cada una de las estaciones, es decir, otoño-invierno y primavera-verano. En consecuencia, remeras, pantalones, camperas, abrigos, ropa deportiva y demás indumentaria de uso cotidiano se encuentran entre esos bienes provenientes del rubro textil-indumentaria confeccionados por los mismos feriantes²⁰ que en un 95% se comercializan en La Salada²¹, siendo el porcentaje restante electrodomésticos, artículos de mueblería, marroquinería y juguetería entre otras existencias provenientes del sudeste asiático.

Ahora bien, la asignación de los espacios en La Salada es organizada eminentemente a través del alquiler de los puestos, los cuales son pautados en varios casos a través de distintos operadores de áreas encargados de ofrecerlos. Funcionando como vendedores de distintos sectores específicos de las ferias, dichos operadores inmobiliarios poseen una cartera de puestos en alquiler asociada, los cuales en gran parte resultan ser propiedad de quienes administran cada una de los galpones. Los alquileres de los puestos de 2x2 demuestran un carácter sumamente informal, dado que no requieren de un depósito inicial ni de la presentación de garantías propietarias para la toma de posesión²². En el caso de Punta Mogote, el ingreso al puesto requiere el desembolso por única vez de una suma que ronda los \$6000 pesos para la instalación de servicio eléctrico²³ y del pago de tres meses de expensas por

¹⁹ No existe un tipo de taller sino muchos. Así, este universo abarca desde aquellos talleres que ofrecen sus servicios a grandes y reconocidas empresas -muchas de ellas denunciadas sistemáticamente por la agrupación La Alameda por practicar la esclavitud “moderna”-, empresas familiares o mixtas gestionadas por bolivianos, argentinos o coreanos y talleres dependientes de cooperativas que suelen cumplimentar toda la normativa vigente.

²⁰ En su mayoría, la ropa interior, las medias como así también otros productos como toallas, toallones, acolchados y sabanas son productos de reventa.

²¹ La mitad de este tipo de prendas no infringe la ley de marcas ya que no usa logotipos de marcas ajenas (Dewey, 2015: 119)

²² En una de nuestras visitas a la feria realizada en abril de 2019 pudimos constatar que se encontraban disponibles ocho puestos de áreas no tan demandadas de “Punta Mogote” como la 8, 4 y 3 para los que se debía pagar un alquiler de 26.000 pesos (unos 600 dólares a tipo de cambio oficial de entonces), 4500 pesos para la instalación de servicio eléctrico (aproximadamente 100 dólares) y expensas por 6 meses.

²³ Actualmente, unos 65 dólares a tipo de cambio oficial.



adelantado a la administración de la feria internada, lo cual puede rondar en unos 10 mil pesos mensuales²⁴.

Dentro de las 18 hectáreas en las que se extiende un territorio como La Salada se ubican más de 8 mil puestos. Mientras que en las ferias internadas hay alrededor de 4900 de ellos,²⁵ las galerías, paseos de compras y “frentistas” que se ubican en sus áreas contiguas suman unos 4 mil puestos más²⁶.

Según Dewey (2017), un cálculo conservador indicaría que existen, en total, unos 31.288 talleres que proveen a los 7822 puntos de venta que existen en el predio de La Salada²⁷, lo cual hace de las tareas de abastecimiento hacia la feria un desafío dadas los limitados accesos que posee. En ese aspecto, la articulación de distintos segmentos que hacen al funcionamiento logístico de un complejo ferial de semejante envergadura implicará un elevado y constante nivel de coordinación de procesos, recursos y diversos actores -tanto internos como externos- que lejos está de ser improvisado y sencillo (Gago, 2015). Pasemos a analizar algunos de ellos.

En cuanto a la gestión de inventarios, a pesar de que en pocos casos los feriantes utilizan programas informáticos como Excel, se nota la inexistencia del uso de softwares específicos para controlar el nivel de los stocks. Lo que sí adquiere cierta predominancia es la utilización de cuadernos y carpetas manuscritas los cuales coadyuvan a realizar un seguimiento tanto de los bienes disponibles como de los necesarios para evitar caer en un quiebre de stock.

De modo regular el transporte de los productos²⁸ provenientes de distintos talleres textiles se realiza de manera atomizada mediante la utilización de vehículos utilitarios con

²⁴Unos 105 dólares a tipo de cambio oficial. Por otro lado, existe una suma que debe abonar el feriante por el servicio de seguridad interna que también se paga directamente a la administración.

²⁵Según nuestros cálculos, la feria Punta Mogotes tiene 2200 puestos, mientras que Urkupíña suma unos 1700 y Ocean 1000 más.

²⁶ Estamos hablando de las galerías comerciales Alexis Poma, Chipana Cusi, San Jorge, El Imperio, Quivincha, Colores, Unión Tunari, Cooperativa 27 de mayo, Atlántida y Saulus SRI, entre otros puestos que se ubican en el área comercial contigua.

²⁷Vale aclarar que Dewey realiza el conteo durante la época donde existía la feria La Ribera. Pese a la ausencia de este segmento en la actualidad, consideramos que la cantidad de puestos que suman las galerías, paseos de compra y los frentistas de las casas cercanas a la feria hacen que su cálculo mantenga cierta vigencia.

²⁸ En nuestro país, el transporte de cargas representa uno de los sectores con mayores dificultades en la producción de información confiable. Si bien existen algunas estimaciones sobre los volúmenes de cargas no se conoce cabalmente la dinámica de los flujos de transporte, esto es, qué productos se transportan, de dónde vienen, a dónde van y por qué caminos. Han sido numerosos los trabajos que señalan la importancia de la actualización y calidad de los datos, iniciativas tales como observatorios de logística de cargas dan cuenta de esta situación, pero son pocos los resultados que se han obtenido hasta el momento. La dimensión de los trabajos necesarios, la falta de continuidad en las estrategias de planificación y la informalidad de una parte relevante de la economía en general y de ciertos eslabones de las cadenas logísticas en



capacidad de carga de entre 500 y 800 kilogramos²⁹ pero fundamentalmente a través de automóviles de gama media sin ningún tipo de atributos para la carga de bienes. Generalmente, los movimientos que conlleva el abastecimiento no tienen ningún tipo de cobertura de seguro y las entregas se realizan entre uno o dos días antes de los días de apertura³⁰.

Si tomamos como ejemplo el caso de la feria Punta Mogote, este tipo de prácticas se suelen realizar del siguiente modo: los vehículos que transportan los bienes provenientes del taller de costura se ubican en el estacionamiento del primer piso de ese galpón³¹. Con el propósito de que los asista en las tareas de descarga, se contrata un carrero con permiso para trabajar en la feria quien trasladará las prendas hacia el puesto en el que almacenarán dichos productos. Al llegar al puesto, bajarán su cortina de metal para allí depositar los bienes comúnmente agrupados dentro de una bolsa de consorcio que quedarán allí hasta el día de apertura de la feria. Ya en su punto de venta, al puestero solo le quedará llegar a tiempo a las inmediaciones de La Salada su día de apertura para comercializar dichos productos.

No obstante, muchas veces la gran demanda que implica un canal de comercialización del tamaño de La Salada impide que los tiempos que requiere la producción de bienes se efectúe según lo programado. En efecto, las tareas de abastecimiento sufrirán una sustancial reducción en su grado de optimización. Ejemplifiquemos. A partir de esos retrasos en la producción, las entregas en el punto de venta muchas veces deben realizarse durante las jornadas de apertura del complejo, teniendo que experimentar por ello los arduos embotellamientos vehiculares que se suceden en esos días. De igual manera, los proveedores deberán conseguir un estacionamiento y un carrero o “repartidor” en las alborotadas calles contiguas para lograr su cometido de entregar los bienes en el puesto de venta en cuestión.

Ahora bien, pasemos a profundizar en la disposición de los puestos en donde se llevan a cabo las ventas, hecho que nos permitirá constatar la importancia asumida por las

particular, se han presentado como obstáculos para lograr un mapeo exhaustivo y completo de los flujos y sus volúmenes en las cadenas logísticas formales. Esta tarea resulta aún más difícil en áreas comerciales como las que aquí estamos abordando.

²⁹Usualmente se trata de Fiat Fiorino, Renault Kangoo o Peugeot Partner.

³⁰ Un dato a considerar en cuanto al transporte de bienes de la feria es el poco uso que demuestra el medio de transporte de cargas más utilizado en nuestro país: los camiones. Dicha ausencia nos ofrece un importante indicio sobre la configuración que asume el transporte de mercancías dentro de este mercado informal que, como veremos, adquiere un formato eminentemente atomizado e individual.

³¹ Muchas veces esas tareas de abastecimiento son conducidas por los mismos emprendedores o algún miembro de su familia. Asimismo, hemos encontrado casos en los que esas tareas son encaradas por remiseros de confianza del emprendedor en cuestión.



infraestructuras inmóviles (Amín y Thrift, 2002; Latour, 2009; Tironi, 2011) en la configuración de la dinámica de abastecimiento. En efecto, el conjunto de tareas que incumben el abastecimiento resulta considerablemente condicionadas por la morfología de los puestos que hacen tanto a las ferias internadas, como a las galerías y paseos de compras que se despliegan en ese territorio comercial. Independientemente de su tamaño y ubicación, la totalidad de los casi 8 mil puestos del área comercial pueden diferenciarse en dos tipos: aquellos que por su estructura permiten almacenar productos en su interior y aquellos que no. De ese modo, los negocios situados en las galerías, paseos de compras y viviendas linderas que, en su mayoría, se extienden sobre el cuadrante compuesto por las calles Camino de la Ribera Sur, Intendente Tavano, Tilcara y Arana Goiri³², como así también la totalidad de los puestos de la feria internada Ocean y gran parte de los de Punta Mogote³³ (de 3x3 o 2x2 metros respectivamente) permiten obrar como depósito entre la finalización de una jornada y la apertura de otra gracias a la presencia en todos ellos de un cortinado de metal galvanizado que permite su hermeticidad (imagen 5).

Imagen 5. Puestos de 3x3 de la feria Ocean y locales comerciales del Paseo “25 de Mayo”.



Fuente: Juan Arrarás (2020)

³²La amplia variedad de este tipo de puestos hace que puedan ir de un tamaño de 50 a 30 a 4 o 9 metros cuadrados.

³³Estimamos que se trata de un 95% de ellos.



Pero no todos los negocios que forman parte del entramado comercial de la feria de Ingeniero Budge poseen estructuras de esa naturaleza ya que al menos una milésima de ellos lejos está de exhibir cortinado de metal. Tal es el caso de los puestos de 2x2 metros de malla de alambre de acero galvanizado que se extienden en toda la feria internada “Urkupiña” y en un segmento muy menor de Punta Mogote (imagen 6). De esta manera, la configuración de estos pequeños locales “tipo jaula” impide su actuación como depósito de bienes fuera de los momentos de apertura del complejo, lo que deriva en la necesidad movilizar la totalidad de los bienes comercializados en esas jornadas hacia otros puntos de almacenamiento luego de su finalización.

Lo cierto es que las actividades de montaje de las ferias implican una movilidad de sus distintos factores que diferirán según la dominancia que en estos espacios tengan los puestos “tipo jaula” o con cortinado de metal. A modo de ejemplo, en las aperturas de la feria Urkupiña, en donde los puestos tipo jaula proliferan, se observa un despliegue logístico de considerable magnitud y complejidad que no demuestra los arranques de jornadas en Ocean, ya que allí los comercios presentan íntegramente cortinado de metal. En esa dinámica, los feriantes de Urkupiña deberán llevar a cabo distintos tipos de prácticas logísticas como la asistencia al espacio comercial varias horas antes de su horario de apertura; una imperiosa necesidad de utilizar zorras propias o de contratar carreros para trasladar los bienes necesarios para comerciar durante la jornada; como así también, en caso de no tener un depósito cercano a la feria, la obligación de asistir con un vehículo automotor para movilizar los productos a trocar el día de apertura. Estos movimientos no se observan con la misma intensidad en cada apertura de la feria Ocean, puesto que sus comerciantes podrán llegar momentos antes de la apertura y sólo levantar la persiana para comenzar con las actividades laborales que demandará su jornada.



Imagen 6. Puestos de 2x2 de la feria Urkupiña.



Fuente: Perfil (2020)

Avancemos en la descripción de un actor fundamental del transporte interno de bienes dentro de las 18 hectáreas en las que se despliega este espacio comercial: los carreros. Brindando un servicio esencial para la movilidad interna de La Salada a partir del uso de carros de 1 metro de largo y 50 centímetros de ancho, estos actores no sólo facilitan las tareas de



abastecimiento hacia la feria realizadas por proveedores y emprendedores sino también de aquellos compradores al por mayor que deben trasladar bienes desde los puntos de compra hasta los vehículos con los que asistieron a la feria. Agilizando el traslado de mercadería a través de los cientos de pasillos, filas y calles que configuran el polo comercial, los más de 150 carreros que circulan por La Salada en cada jornada de apertura no son empleados directos de las ferias internadas ya que ninguno de ellos posee algún tipo de contrato laboral con las mismas (Albisu, 2011). Pese a ello, para desarrollar sus actividades en el área deben inscribirse en alguna de sus administraciones previo abono de una suma fija de dinero a partir de lo cual se facilitará una credencial y un chaleco con número y color identificatorio expedidos por cada “internada” que no solo limitará la geografía en la que podrá realizar sus labores³⁴ sino también los diferenciará de potenciales malhechores con carro capaces de practicar el robo de mercadería. Por último, y a pesar de su obligación de tener que realizar una inscripción en alguna de las administraciones para poder trabajar en el área, estas no suelen otorgarles ningún tipo de kit de protección corporal –fajas lumbares, guantes, calzado especializado– para cumplir con sus pesadas labores. Un indicio más de la informalidad que predomina en este espacio comercial.

No obstante la predominancia que demuestran tener los carreros en la movilidad interna de La Salada, la actividad de traslado de mercadería no es exclusividad de ellos. En esa dinámica también actúan repartidores de bienes quienes son los encargados de realizar tareas de transporte sin la mediación de carros de traslado de ningún tipo (imagen7). A través de la mera carga corporal de bolsas de consorcio, esta modalidad de tracción a sangre suele ser desarrollada por personas rentadas informalmente por proveedores de bienes textiles para acercar su producción a los puntos de venta.

Imagen 7. Repartidores. Feria “La Salada”.

³⁴A modo de ejemplo, un carrero de Punta Mogote no podrá ingresar al predio de Urkupiña y viceversa.



Fuente: Joaquín Janka (2019)

Por último, cabe mencionar que las tareas de transporte interno de bienes también son desarrolladas por los mismos puesteros o por familiares o empleados que los auxilian en ese tipo de tareas. Es por ese motivo que muchos feriantes tienen siempre a su alcance diversos modelos de zorras de carga manuales capaces de asistirlos a la hora de montar y desmontar el punto de venta –como así también en el eventual caso de recibir algún pedido por parte de algún proveedor dentro de su jornada laboral–.

Retomemos por un momento las prácticas que incumben al manejo de los inventarios. Un eslabón fundamental para alimentar esta dinámica es la necesidad de poseer espacios de almacenamiento inmediatos a la feria –sobre todo en aquellos casos en donde el comerciante en cuestión realiza sus ventas en puestos “tipo jaula”–. Nuevamente aquí, notamos el rol primordial que las infraestructuras inmóviles tienen en la configuración que asume la logística de la informalidad. Dicha necesidad fue la que vigorizó y expandió el establecimiento de un mercado inmobiliario informal en los propios márgenes del complejo comercial a partir del alquiler de viviendas linderas que suelen obrar como depósitos de bienes. Así, los limitados depósitos que presentan las ferias internadas son incapaces de cubrir la capacidad de almacenaje de los 8 mil puestos que componen el entramado ferial generando que el negocio rentístico-inmobiliario deje de ser exclusivo de los administradores de las “internadas” para lograr también trascenderlos. Este tipo de servicios inmobiliarios –junto con locales comerciales– suelen ser ofrecidos en pequeños puestos emplazados en las inmediaciones del



complejo por parte de un conjunto de agentes inmobiliarios que brinda información acerca de ello (imagen 8)³⁵.

Imagen 8. Servicios inmobiliarios. Complejo La Salada.



Fuente: Paula Lescano (2019)

³⁵ En una de nuestras visitas a la feria fuimos capaces de acceder a una de esas locaciones: un monoambiente de 18 mts² ubicado a 100 metros de Punta Mogote. Con piso de cerámica, paredes revocadas y 2 ventanas que daban al exterior, dicha propiedad también disponía de una cocina equipada y abierta a otro espacio cuya función podía llegar a ser un cuarto de dormir. Asimismo, la casa tenía un baño con todos los sanitarios. El monoambiente en cuestión formaba parte de una propiedad tipo “conventillo”, puesto que dentro de ella se ubicaban un conjunto de departamentos de los que él formaba parte. En suma, el costo de alquiler mensual de ese monoambiente era de \$7.500 (aproximadamente 180 dólares a tipo de cambio de entonces) y no requería ningún tipo depósito ni garantía propietaria para realizar el ingreso. Los contratos de ese tipo de inmuebles pueden ser por 6, 12 o 24 meses y sólo se debe pagar un mes por adelantado para hacer la toma de su posesión.



La creación y consolidación de este tipo mercado informal inmobiliario se ve impulsado a su vez, por otras dos cuestiones. En primer lugar, los altos niveles de inseguridad callejera que presenta la zona: muchos comerciantes procuran hacerse de estas viviendas-depósito es pos de evitar el robo de su mercadería al momento de transportarla por tramos extensos, tanto antes y después de cada jornada laboral. En segunda instancia, y muy relacionada con el punto anterior, el mercado inmobiliario informal también se ve potenciado a partir de la coacción policial de la que han sido víctimas feriantes de La Salada (Dewey, 2015). En ese sentido, la demanda de dinero o, incluso, la confiscación de mercadería por parte de algunos efectivos de la fuerza de seguridad que se despliegan en la zona genera que muchos comerciantes se inclinen a almacenar sus bienes en inmuebles inmediatos a la feria.

Para finalizar este acápite, detengámonos en los movimientos y artefactos que dan lugar a las prácticas logísticas de los visitantes de La Salada. Como bien dijimos más arriba, muchos de ellos suelen acercarse al complejo comercial en auto particular, “tour de compras” o en las líneas de colectivo que dan accesibilidad al complejo. Esos cientos de miles de personas –que generalmente suelen usar dinero en efectivo para realizar sus compras³⁶– serán aquellas que transitarán no sólo dentro de las decenas de filas y pasillos que hacen a las ferias internadas sino también sobre las principales calles del complejo. La conglomeración de esa innumerable cantidad de clientes suele generar graves problemas de circulación peatonal sobre las calles Tilcara, Intendente Távano y Arana Goiri, más aún en vísperas de fin de año o de comienzo de clases escolares.

Si nos detenemos en los objetos que se utilizan para llevar a cabo sus prácticas, un artefacto muy utilizado por los visitantes de La Salada, máxime los que suelen realizar compras al por mayor, es el carrito plegable de aluminio (imagen 9). Enlazado ya sea con bolsones de lona azul de diferente tamaño –comúnmente de unos 110 u 80 centímetros de largo–, incluso, con bolsas de consorcio, este artefacto adquiere un protagonismo destacado en el desarrollo del transporte de bienes adquiridos en la feria facilitando las tareas de compra de estos actores. Un movimiento muy particular al respecto es aquel en donde los clientes, una vez colmado su bolsón, se acercan al transporte con el que se aproximaron a la feria –sea este colectivo o individual– para descargar allí los bienes adquiridos y, así, poder seguir usando su carro como transportador de bienes. Sin embargo, la utilización de instrumentos como carritos de aluminio no son la única forma de trasladar mercadería por parte de los clientes. Entre ellos,

³⁶La app Mercado Pago también va ganando paulatinamente espacio como medio de pago en la feria.



también pueden observarse casos de carga corporal de bolsas de consorcio henchidas de indumentaria sin la mediación de ningún tipo de instrumento, tal como lo observábamos en el caso de los “repartidores” rentados para ello.

Imagen9. Carritos de aluminio plegables. Feria La Salada



Fuente: Juan Arrarás (2019)

En definitiva, a pesar de la existencia de modalidades de transporte individuales (p. e., auto particular) o colectivas (“tours de compras”) para abordar o abandonar la zona comercial,



las formas de movilizar los bienes intra-feria por parte de sus visitantes adquieren en la gran mayoría de los casos una configuración predominantemente atomizada e individual, en las que determinados objetos como carritos o bolsas de consorcio son fundamentales para su desenvolvimiento.

Ahora bien, luego de este compendio acerca de los modos de circulación de flujos de bienes, formas de transporte y actores varios del conglomerado comercial La Salada, pasemos a realizar una tarea similar sobre el otro territorio que nos compete: el Centro Comercial Flores.

5. Centro Comercial Flores

Con eje en la Avenida Avellaneda y limitado por las calles Condarco, Gaona, Seguro y las vías del Ferrocarril Sarmiento, el Centro Comercial Flores se ha convertido en las últimas décadas en un *hub* o plataforma de distribución comercial de la cadena de valor textil indumentaria más importantes de nuestro país. Conocido popularmente como “Avenida Avellaneda”, la mayoría de los 7000 negocios que se extienden en este espacio³⁷ abren sus puertas seis días a la semana para recibir a cientos de miles de compradores mayoristas y minoristas en cada una de ellas³⁸. Este centro comercial a cielo abierto se distingue por mercantilar ropa directa de fábrica, ya que el 80 por ciento de sus locales confeccionan ellos mismos los bienes que ponen en venta.

Aunque en la década del '20 comenzó levemente a emerger el tipo de actividades productivas y comerciales que iban a predominar más tarde en este territorio, fue entre los años '70 –a partir de la presencia de cinco negocios mayoristas de blanquería– y los '80 – momento en el que se erigieron varios locales en las cuatro cuadras centrales de Avenida Avellaneda, desde Nazca hasta Cuenca– cuando irrumpió la actual funcionalidad de ese

³⁷Según el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (Cedem), entre el 2003 y el 2005 la tasa de ocupación del eje comercial Avellaneda, que representa la cantidad de locales ocupados sólo sobre la avenida, pasó del 88,6% al 98,3%. Más acá en el tiempo, en el bienio 2019-2020, esa tasa se estabilizó en torno al 75%. Según datos de la Asociación de Comerciantes de avenida Avellaneda (ACOMA), fue dentro de ese mismo bienio que, producto de la pandemia de COVID19, se perdieron 10.500 puestos de trabajo de un total de 35000 empleos directos y directos que se observaban en todo el Centro Comercial Avellaneda previo a esa crisis.

³⁸La mayoría de los comercios de la zona incita a que su clientela mayorista se concentre entre lunes y viernes y la minorista los sábados. Si bien este esquema es la norma general, también encontramos cierta flexibilidad, ya que durante la semana hay comercios que mezclan su cartera y venden también a público minorista.



espacio. El ritmo expansivo de esa lógica continuó entre mediados y fines de la década del '90. Mientras que en los '80 las calles perpendiculares a Avellaneda no extendían su especificidad comercial por más de 100 metros, a fines de los '90 la misma se propagaría no sólo sobre la avenida sino también en varias de sus calles laterales, dando como resultado un espacio comercial que comprendía el cuadrante entre Nazca, Bogotá, Aranguren y Concordia.

La crisis argentina del 2001/2 haría lo suyo al respecto. Así, la especialización que adquiere el área en el presente se profundizó aún más a partir del entrelazamiento durante esa coyuntura de dos cuestiones. Por un lado, la mejoría que demostraban algunas zonas comerciales del país, entre las cuales aparecía “Avenida Avellaneda”. Por el otro, el proceso sustitutorio de importaciones que emprendía la cadena de valor de la industria textil e indumentaria, sostenido en base a un tipo de cambio alto y a una relativa estabilidad macroeconómica (Lukin, 2008). Al compás de ambos factores, los límites de “Avenida Avellaneda” alcanzaron las 50 manzanas³⁹, una expansión que se alcanzó en la última década y media y que en la actualidad continúa orientada hacia el sur (Kleidermacher, 2020)⁴⁰.

Imagen 10. Ubicación geográfica y crecimiento del Centro Comercial Flores (1980- actualidad)

³⁹En las calles que rodean la avenida se ubican los talleristas, las blanquerías y mercerías, así como los locales de venta de telas por mayor, que en gran parte actúan como proveedores de los fabricantes de indumentaria de esta área comercial.

⁴⁰De ese modo, el Centro Comercial Flores cruza las vías del Ferrocarril Sarmiento y establece distintos puntos de contacto con otra avenida importante de la zona como Rivadavia.



CENTRO COMERCIAL FLORES



Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Earth

Es interesante mencionar que “Avellaneda” emerge como una especie de réplica de La Salada en tanto “paseo de compras transnacional y multitudinario” en el que confluyen clientes de las distintas provincias argentinas y de países limítrofes que, a su vez, dan apertura a posteriores rutas de distribución y comercialización (Bialogorski, 2019). Si nos detenemos en circuitos de producción que abastecen a este conglomerado, notamos que estos pueden ser por demás heterogéneos, trascender las barreras locales y, en algunos casos, los umbrales de la



legalidad. Ahora bien, al intentar reconstruir un modo predominante de configuración de la cadena de suministro de una prenda comercializada en un local bien situado de la avenida Avellaneda, esta se segmentaría de la siguiente forma: en primer lugar, se lleva a cabo el diseño de la prenda por parte del fabricante que, como indicamos más arriba, en un gran porcentaje son los mismos actores que la comercialicen al final de la cadena. En una segunda instancia, dicho diseño será empleado por los cortadores para conformar aquellos moldes que posteriormente se intervendrán y entregarán a los confeccionistas. Retomando el proceso de producción, los confeccionistas elaborarán una rugosa prenda final que, posteriormente, se enviará a un taller donde se planchará y/o se efectuarán las últimas terminaciones del producto que, finalmente, se distribuirá en los locales de la zona.

Vale aclarar que los principales actores que llevan a cabo este proceso— diseñadores, moldeadores, cortadores, confeccionistas y planchadores— suelen actuar en red y emplazarse en distintas zonas tales como las inmediaciones del espacio comercial, el barrio de Once o, en su defecto, distintos puntos del sur de la Ciudad de Buenos Aires o del conurbano bonaerense. Por último, si nos concentramos en su dimensión temporal, notamos que, aunque el aspiracional de muchos comerciantes es realizar este ciclo en 45 o 50 días, la realidad es que el desarrollo de estas tareas se efectúa a contra-estación⁴¹ y logran cumplimentarse entre los 60 y los 90 días para cada colección⁴².

Ahora bien, al analizar el modo de distribución de esos bienes, damos cuenta de que suelen efectuarse a través del uso de vehículos utilitarios con carga de entre 800 kilos y 1300 kilos⁴³ y no así en vehículos de gama media, como se observa en mayor medida en La Salada. Independientemente de ello, en términos generales, las prácticas de abastecimiento de la “última milla” en “Avenida Avellaneda” demuestran un rendimiento logístico exiguo dado que las mismas habitualmente se realizan dentro de los horarios comerciales. En efecto, el desarrollo de este tipo de tareas dentro de una zona que presenta excesivas congestiones vehiculares como producto de un creciente caudal vehicular y peatonal en sus horarios pico lejos está de contribuir a su optimización⁴⁴.

⁴¹ Es decir que dentro de las estaciones primavera-verano se lleva a cabo el proceso productivo de las colecciones que se comercializarán en otoño-invierno, mientras que durante estas últimas estaciones se hará lo mismo para primavera-verano.

⁴² En caso de reposición de prendas de colecciones ya realizadas, pudimos comprobar que el proceso productivo demora aproximadamente 15 días.

⁴³ Nos referimos a modelos de camionetas como Fiat Fiorino, Renault Kangoo o Peugeot Partner para el primer caso y Renault Traffic Rodeo o Fiat Ducato para el segundo.

⁴⁴ Paradójicamente, los embotellamientos vehiculares se agravan aún más por el modo en que se practican estas tareas de abastecimiento por algunos proveedores. Así, muchas veces, estos incumplen las reglas de tránsito más elementales estacionando en doble fila o deteniéndose



Las congestiones de tránsito se agudizan aún más a partir de los múltiples modos de transporte público que brindan acceso a este espacio comercial, entre los cuales se encuentran 12 líneas de colectivos, el ferrocarril Sarmiento y la línea A de Subterráneos de Buenos Aires⁴⁵. El alto grado de conectividad de la zona con la trama urbana que lo circunda se fortalece a partir de una significativa circulación de taxis y la presencia de cuantiosas agencias de remisería allí ubicadas. Cabe mencionar que estas dos últimas opciones son más bien utilizadas para abandonar el área ya que las mismas resultan ser más útiles y confortables para aquellos visitantes que, luego de acceder en transporte público, se retiran de ella transportando la pesada carga que implica un holgado nivel de compra de bienes. Este mismo tipo de acción también puede realizarse mediante la contratación de un “miniflete”, aunque esta modalidad está más bien apuntada a los locales que necesitan transportar bienes de cualquier carácter, sean rollos, cortes de tela, prendas ya confeccionadas, entre otros.

No obstante los distintos modos de transporte que circulan por la zona, el mayor caudal de estos suele provenir de aquellos vehículos privados propiedad de compradores al por mayor o, en su defecto, de comisionistas encargados del retiro de pedidos⁴⁶. Son estos últimos actores quienes efectúan un tipo de práctica que se ensambla con la gran cantidad de locales que ofrecen venta de ropa por Internet, llevando a cabo lo que suele conocerse como comercio electrónico o *e-commerce*.⁴⁷ En ese contexto, redes sociales como *Instagram*, *Facebook* o *WhatsApp* o las propias páginas de Internet de los locales funcionan como dispositivos de mercado (Callon, 2006) que permiten que compradores ubicados en distintas zonas del conurbano bonaerense realicen sus adquisiciones por Internet y contraten a un comisionista para que se encargue de las tareas de transporte⁴⁸.

momentáneamente en el medio de las calles linderas a la avenida para realizar las descargas de bienes. Por otro lado, la tardanza que suelen demostrar el estacionamiento de micros de “tours de compras” sobre las calles perpendiculares a la avenida también colabora en los problemas de tránsito que se observa sobre estas. En ese itinerario, el accionar policial y de los agentes de tránsito de la Ciudad de Buenos Aires resulta por demás inútil en su intento de ejercer un ordenamiento vehicular en el área en su totalidad.

⁴⁵Las líneas de colectivos que brindan acceso a la zona son las siguientes 25, 53, 63, 84, 92, 99, 106, 124, 133, 134, 172, 181. Asimismo, la estación San Pedrito de la línea “A” de subtes y las estaciones Flores y Floresta de FFCC Sarmiento también dan acceso al área comercial.

⁴⁶Como consecuencia de ello, la presencia de estacionamientos es considerable, habiendo más de 15 en la zona. Pese a ello, una gran mayoría de aquellos visitantes que acceden con auto particular suelen optar por estacionar a unas 6, 7 cuadras del epicentro del centro comercial para acceder a la zona más transitada a pie.

⁴⁷En el caso de La Salada también se pueden ver este tipo de opciones, pero no resultan tan prominentes como en el centro comercial de Flores.

⁴⁸ Este tipo de prácticas adquirieron mayor predominancia en el actual contexto de pandemia de COVID19 ya que muchos revendedores de distintos puntos del conurbano se inclinaron a realizar



5.1. Informalidad, movilidad interna y nuevos actores

Situemos nuestra mirada brevemente en el grado de informalidad laboral que predomina en “Avenida Avellaneda” para luego volver a cartografiar sus principales movimientos logísticos. Según un informe de la Cámara Argentina de la Mediana Empresa (CAME) realizado en base a datos de la Cámara Argentina de Comercio (CAC), el Centro Comercial Flores concentra el 32% del comercio informal de la Ciudad de Buenos Aires (CAME, 2019), seguido por los barrios de Liniers (16%) y de Once (15%). En este caso, los índices de informalidad laboral se vinculan fundamentalmente a la presencia en ese territorio de dos de los actores sociales que lejos están de ver cumplimentados la totalidad de sus derechos laborales: los vendedores ambulantes y los carreros. Mientras que los primeros, mayormente conocidos como “manteros”, ofrecen distintos tipos de mercancías ubicándose en veredas y hasta aceras de calles aledañas a la avenida; los carreros se encargan de tareas similares a las desarrolladas por sus pares de La Salada, lo cual hace que aquí también resulten esenciales en el dinamismo asumido por el transporte interno de bienes.

Ahora bien, en este último caso, la similitud que demuestra la tarea de acarreo entre los dos espacios comerciales no deja de lado la posibilidad que difieran en varios de los aspectos que las rodean. Así, en la dinámica de la zona de “Avenida Avellaneda”, los carreros dependen generalmente de las 15 pequeñas empresas de logística que se encargan de mediar entre los locales del área comercial y las grandes firmas prestadoras de servicios postales ubicadas en sus inmediaciones –*Vía Cargo, Correo Argentino, El Quebrachito*, entre otros–. Provistos usualmente de zorras manuales de uso intensivo con capacidad de carga de entre 100 y 200 kilogramos, los carreros (imagen 10) no sólo se encargan de realizar traslados desde cualquiera de los comercios de la zona hacia la sede de la pequeña empresa de logística en cuestión -para que luego ésta última establezca el nexo con la firma de servicio postal que la enviará a cualquier punto del país- sino también el proceso inverso, es decir, distribuir por los locales de Avenida Avellaneda los “bultos” provenientes de distintos lugares de la Argentina. Otra diferencia con lo que ocurre en La Salada es que los pagos de este tipo de servicios no se abonan desde los clientes a los carreros sino que de ello se encarga cada semana la pequeña empresa de logística. Pese a ello, no se observa un vínculo laboral formal entre este tipo de

sus compras por medio de e-commerce para dejar en manos de los comisionistas el retiro del local en cuestión.



firmas y los carreros, con los cual los derechos laborales de estos últimos actores no se encuentran cubiertos en su completitud.

Imagen 11. Carreros del Centro Comercial Flores.



Fuente: Juan Arrarás (2019)

Al igual que en La Salada, la actividad comercial del complejo de Flores ha impulsado un sinnúmero de actividades económicas en su derredor, entre las que no sólo se encuentran los carreros, “manteros” y empresas prestadoras de servicios postales sino también un prominente negocio inmobiliario como así también los “tours de compras”. Pasemos a realizar un breve repaso de cada uno de estos actores.

En cuanto al primero, es notable el crecimiento que tuvo el negocio inmobiliario a partir de la especialización funcional que tuvo la zona durante las últimas décadas. Debido a esa dinámica, se llevaron a cabo demoliciones de innumerable cantidad de casas sobre lo que se construyeron nuevos locales para alquilar, hecho que logró un incremento de la especificidad del área tal cual repasábamos más arriba⁴⁹. En contraposición con lo que ocurre con los puestos de La Salada, la dinámica asumida por el mercado inmobiliario de la zona de Flores adquiere un carácter sustancialmente más formal, puesto que se requiere de un depósito inicial y de la presentación de garantías propietarias para tomar posesión de un

⁴⁹ La tentación de construir para alquilar llevó hace algunos años al Colegio Schönthal, ubicado en la estratégica intersección entre Nazca y Avellaneda, a convertir la esquina del colegio en locales (Lukin, 2008).



negocio ⁵⁰. En cuanto a sus precios, a medida que uno se aleja del epicentro ubicado a lo largo de la avenida y sus principales calles aledañas –desde Campana hasta Nazca– estos tienden a caer.

La emergencia de un segmento inmobiliario especializado en el depósito de bienes como el que se percibe en La Salada lejos está de concretarse en el “Avellaneda”. Ello es debido a que el tamaño de los negocios de esta zona es significativamente más espacioso que el predominante en la mayoría de los puestos de la feria de Lomas de Zamora. Así, mientras que los locales ubicados sobre la avenida suelen tener en muchos casos dos o más plantas – superando así los 90 metros cuadrados-, los locales de las 138 galerías que se despliegan por este centro comercial presentan cortinado de metal, lo cual les permite, pese a su estrecho tamaño, almacenar los bienes a comercializar en su interior (Imagen 12).

En este itinerario, la dinámica de manejo de los stocks resulta más sencilla en este caso que en La Salada puesto que los depósitos suelen encontrarse generalmente en el mismo punto donde se efectúa la venta. Esta cuestión evita que sea necesaria la utilización de otro tipo de infraestructura fija para almacenar o de servicios de transporte para movilizar bienes. No obstante esa simplificación de movimientos, el instrumental tecnológico para efectuar el seguimiento de los stocks demuestra una notable diferencia con el utilizado en la mayoría de los puestos de La Salada. Y es que en el Centro Comercial Flores la utilización de software informático específico para medir el nivel de mercancías disponibles es notablemente superior que allí. De ese modo, sin dejar de lado la utilización de cuadernos y carpetas manuscritas que colaboran en el seguimiento del inventario disponible o necesario como se da en muchos puestos de La Salada, el uso de tecnología para realizar el seguimiento del tamaño del lote disponible en cada negocio del Centro Comercial de Flores tiene una presencia por demás significativa.

Imagen 12. Local a la calle (derecha) y local de galería (izquierda) del Centro Comercial Flores.

⁵⁰En una de nuestras salidas a campo pudimos comprobar que una inmobiliaria de la zona ofrecía un local ubicado en Bogotá y Argerich de 320 x 20 metros en planta baja, un entepiso y un primer piso de 320 x 16 metros, apto para taller de confección, por un costo de alquiler mensual \$ 70.000. Asimismo, en concepto de llave para ingreso, se debía abonar unos \$80.000



Fuente: Juan Arrarás (2019)

Para cerrar este apartado, realicemos una sucinta caracterización del modo en que los tours de compras se vinculan con un espacio comercial como “Avellaneda”. Alentados principalmente por revendedores comerciales de todas partes del país que quieren acceder a esa área, los “tours” suelen incluir una parada por la zona de Once y, de estar abierta, también en la feria La Salada. Son muchos los casos en que los micros se acercan a la zona minutos antes del inicio de la jornada comercial, lo que hace los viajeros deban esperar en bares la apertura de los locales (imagen 13). Estacionados en calles perpendiculares a Avenida Avellaneda como Argerich, Helguera o Campana, generalmente en sus intersecciones con Bogotá o Bacacay, los choferes de los micros habitualmente esperan varias horas mientras los contingentes por ellos movilizados se trasladan a pie portando sus bolsones anexados a un carrito de metal que utilizaran para la carga y transporte de bienes adquiridos por la zona (Imagen 13). La proliferación de estos artefactos o, en su defecto, de valijas de dos o cuatro ruedas es por demás notable y resulta central para la dinámica que adquiere el traslado de mercadería por parte de la clientela proveniente de distintas provincias del país. Pese a que también se pudo observar por la zona el tránsito de mercadería a través de la carga de bolsas de consorcio atestadas de productos, la utilización de un instrumental más apropiado como carritos o valijas suele ser predominante.



La predominancia en el uso de este tipo de instrumental no se da solo en el caso de los visitantes que abordan “Avellaneda” en “tours de compras” sino de la gran mayoría de sus compradores al por mayor⁵¹. Así, al igual que en La Salada, más allá de la presencia de modalidades de transporte individuales o colectivas para acceder o abandonar el área, los modos de compra y traslado de productos por parte de este tipo de clientela adquieren una forma eminentemente personal y fragmentada. Con posibilidad de utilizar efectivo, cheque, tarjeta de débito, crédito o mediante dinero electrónico a través de la plataforma Mercado Pago, cada cliente buscará, de manera atomizada e individual, los bienes necesarios para su reventa en algún otro lugar del país.

Imagen 13: Contingentes del “tour de compras” en un bar esperando que abran los negocios (izquierda). Chofer de micro despachando bolsones (derecha). Centro Comercial Flores.



Fuente: Juan Arrarás (2019)

⁵¹ Dado que muchos visitantes hacen compras de un volumen considerable, este carrito puede ser llenado varias veces para, luego de llegar a ese tope, descargarlo en su respectivo medio de transporte y continuar con las compras dentro del área comercial.



6. Conclusiones

Las páginas que nos precedieron intentaron establecer un acercamiento sobre el modo en que la logística es desplegada en dos de los espacios especializados en la comercialización de bienes textiles y de indumentaria más importantes de nuestro país: La Salada y el Centro Comercial Flores. Haciendo hincapié en los amplios márgenes de informalidad laboral que predominan en estos territorios, pudimos cartografiar los principales modos de relacionamiento entre personas, tecnologías, informaciones y recursos que implican la emergencia de ambas áreas comerciales en cada una de sus jornadas de apertura. Ahora bien, los rasgos de informalidad que demuestran estos espacios lejos están de cristalizar un manejo de la logística espontáneo, desorganizado e ineficiente. Por el contrario, su dinámica demuestra altos grados de estabilidad y complejidad que permiten que la concatenación de los actores, objetos e infraestructuras fijas que asumen sus respectivas cadenas de abastecimiento asuman altos niveles de eficiencia.

La pandemia de COVID-19 ha generado vastas transformaciones en ambos espacios, no sólo durante los casi 7 meses en que allí no se pudieron llevar a cabo actividades comerciales tal cual se venían realizando, sino también con posterioridad a ello. De ese modo, el cierre de innumerables puntos de venta, la pérdida de miles de fuentes de trabajo y la profundización de los niveles de precarización que padecen muchos de los actores que pudieron de alguna forma capear la crisis y mantenerse en pie, entre otros factores, ha generado una metamorfosis en varios trazos de la cadena de asociaciones que permiten la dinamización tanto uno como otro territorio. Será nuestra tarea a futuro plantear nuevos interrogantes que nos guíen en el análisis de dichas cuestiones sin por ello intentar colaborar en posibles soluciones que den reparo a muchas de las problemáticas que no solo se mantienen en la actualidad, sino que, en varios casos, lograron agravarse.



Bibliografía

Abba, A. P. (2009). La Salada. Una mega centralidad informal en la periferia metropolitana de Buenos Aires. Revista digital "Café de las Ciudades", 8(86). Recuperado de http://www.cafedelasciudades.com.ar/economia_86.htm

Amin, Ash & Thrift, Nigel (2002). Cities. Reimagining the Urban. Cambridge: Blackwell.

Appadurai, A. (1996). Modernity at large: cultural dimensions of globalization (Vol. 1). University of Minnesota Press.

Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. México: Ediciones Trilce.

Barbero, J (2010). La logística de cargas en América Latina y El Caribe: una agenda para mejorar su desempeño. Banco Interamericano de Desarrollo. Nota Técnica IDB-TN-103 www.iadb.org, Banco Mundial. Disponible en: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6269/La%20log%C3%ADstica%20de%20cargas%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe%3A%20una%20agenda%20para%20mejorar%20su%20desempe%C3%B1o.pdf?sequence=1>

Bello, J. (2017). Nuevas formas de organización económica y social: conceptualizaciones de la Feria de La Salada a partir de investigaciones académicas. Ponencia presentada en IX Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Ciudad de Buenos Aires.

Benencia, R. y Canevaro, S. (2017): "Migración boliviana y negocios. De la discriminación a la aceptación. La salada como fenómeno social". Centro Escalabriniano de Estudios Migratorios. REMHU: Revista Interdisciplinaria de Movilidad Humana; 25; 49; 4-2017; 175-196

Bialogorski, Mirta y Kim, Jihye (2016). "Coreanos y judíos en el barrio de 'Av. Avellaneda': ¿un espacio interétnico e intercultural?". En Actas de las VIII Jornadas de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Busso, M. (2006); "El trabajo informal en Argentina: la novedad de un fenómeno histórico", en Neffa, Julio C. y Pérez, Pablo, (coords.), Macroeconomía, mercado de trabajo y grupos vulnerables. Desafíos para el diseño de políticas públicas. Asociación Trabajo y Sociedad / CEIL-PIETTE del CONICET, Buenos Aires.

Busso, M. (2011). Las crisis y el trabajo atípico: Un estudio en ferias artesanales argentinas. Cuestiones de Sociología (7), 153-165. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5524/pr.5524.pdf



D'Angiolillo, J.; Dimentstein, M.; Di Peco, M.; Guerin, A.; Massidda, A.; Molíns, C.; Muños, N.; Scarfi, J.; Torroja, P (2010). Feria La Salada: una centralidad periférica intermitente en el Gran Buenos Aires. In GUTMAN, Margarita (comp.). Argentina: persistencia y diversificación, contrastes e imaginarios en las centralidades urbanas. Quito.

De Certeau, M. (2000). La invención de lo cotidiano I. México: ITESO.FCE.

Dewey, M. (2014). Taxing the shadow: The political economy of sweatshops in La Salada, Argentina. MPIfG Discussion Paper, 14/18, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln.

Dewey, M. (2015) El orden clandestino. Política, fuerzas de seguridad y mercados ilegales en Argentina, Buenos Aires: Katz

Dewey, M. (2017). La importancia de La Salada. Protección gubernamental y expansión del mercado informal de la indumentaria. En Zarazaga, R. y Ronconi, L. (Comp.) Conurbano infinito: Actores políticos y sociales, entre la presencia estatal y la ilegalidad (pp. 177-205). Buenos Aires: Siglo XXI.

Forment, C. (2015) "Ordinary Ethics and the Emergence of Plebeian Democracy in the Global South: Buenos Aires' La Salada Market". En Current Anthropology Vol. 56, No. S11, Politics of the Urban Poor: Aesthetics, Ethics, Volatility, Precarity (October 2015), pp. S116-S125.

Forment, C. (2018) "Buenos Aires's La Salada Market and Plebeian Citizenship" en The Postcolonial Contemporary: Political Imaginaries for the Global Present (pp.224-240)

Gago, Verónica (2012). "La Salada: ¿un caso de globalización 'desde abajo'? Territorio de una nueva economía política transnacional". En Revista Nueva Sociedad, 241, pp. 63-78.

Gago, Verónica (2014). La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular. Buenos Aires: Tinta Limón.

Kestelboim, M. (2012). La formación del precio de la ropa. http://www.fundacionprotejer.com/img/informes/formacionprecioropa_diciembre-2012.pdf

Kleidermacher, G (2019): Compartiendo y disputando veredas en "Avellaneda" *El caso del colectivo senegalés y la (de)construcción de relaciones interculturales en el espacio público en* Fischman, F. (Compilador) (2019) *Migraciones, movilidades e interculturalidad. Nuevos espacios de (des)encuentro en la Ciudad de Buenos Aires, Editorial Teseo. 85-101*

Massey, D. (2005) *For space*. London. SAGE Publications.

Massey, D. (2012) «Espacio, lugar y política en la coyuntura actual», Urban NS04, pp: 7-12.

Latour, Bruno (2009). Les moteurs immobiles de la mobilité. En Mathieu Flonneau y Vincent Guigueno (Eds.), Préface à De l'histoire des transports à l'histoire de la mobilité (pp. 7-10). Rennes: Presse Universitaire de Rennes.



Lukin, T. (2008) "Little Once". Suplemento Cash - Diario Pagina/12 . Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/17-3364-2008-02-03.html>

Ossona, J L. (2010) El shopping de los pobres. Anatomía y fisiología socioeconómica y política de La Salada. Buenos Aires: CEHP-UNSAM-UBA-CEINLADI.

Ossona, J. L. (2017). Detrás de La Salada. Ocupaciones territoriales y economías clandestinas en la localidad de Santa Catalina, Lomas de Zamora. En Zarazaga, R. y Ronconi, L. (Comp.) Conurbano infinito: Actores políticos y sociales, entre la presencia estatal y la ilegalidad (pp. 207-240). Buenos Aires: Siglo XXI.

Pogliaghi, L. (2008) *Informalidad urbana. Una aproximación a partir de un estudio de caso: las ferias de La Salada. Lomas de Zamora (2006-2007)*. Tesis de Maestría en Desarrollo Local, Universidad Nacional de San Martín-Universidad Autónoma de Madrid. Buenos Aires.

Sassen, S. (2011). La Salada: The Largest Informal Market In South America. Forbes. Recuperado de <https://bit.ly/2kiqUaG>

Schiavo, E.; Rodríguez, S.; Vera, P. y C. Dos Santos Nogueira (2011), "Vínculos entre informalidad e inclusión social en metrópolis latinoamericanas. Caso Feria La Salada", XXVIII Congreso Internacional de Asociación Latino- Americana de Sociología ALAS, Recife, Brasil

Schiavo, E.; Rodríguez, S.; Vera, P. (2013): Appropriation of ICTs by informal communities in metropolitan cities. The case of the "La Salada" market in the Latin American context; Community Informatics; The Journal of Community Informatics; 9; 3; 5-2013; 1-13

Schiavo, E.; Vera, P.; Dos Santos Nogueira, C. (2016) "La Salada: Imaginarios y representaciones de la informalidad y las desigualdades territoriales en la prensa escrita; Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Instituto de Investigaciones en Comunicación; Question; 1; 50; 6-2016; 387-404

Tironi, M (2011). "Construyendo infraestructuras para la movilidad: el caso del sistema de bicicletas en libre servicio de París" en Athenea Digital - 11(1): 41-62 (marzo 2011).

Velázquez, V., Baeza, N. Coloma, M. y Gobbi, E. (2011) Diseño e informalidad. Un estudio exploratorio sobre las Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (CyMAT) en las Ferias de Diseño de la ciudad de La Plata en la actualidad. Recuperado en https://www.trabajo.gba.gov.ar/informacion/masse/2011/categoriaB/B_VELAZQUEZ-BAEZA-COLOMA-GOBBI.pdf