

# ENTRE “LO GLOBAL” Y “LO LOCAL”: LAS FASES DEL COMERCIO ALIMENTICIO EN LA CIUDAD DE TANDIL (1950-2007)

*DI NUCCI, Josefina (\*)*

## RESUMEN

Para poder acercarse a la comprensión del lugar, visto como una escala o dimensión del espacio geográfico, es necesario pensar que en éste se produce el encuentro y la articulación entre lo global que comanda e intenta homogeneizar y lo local, que hace referencia a lo específico, lo singular y lo concreto. El comercio alimenticio argentino es resultado de la articulación diferencial de este proceso, que junto a los cambios en la formación socioespacial permiten delimitar las fases por las cuales fue atravesando el comercio alimenticio.

Así, las relaciones particulares en cada fase entre el establecimiento y convivencia de formas de comercio asociadas al capitalismo global con las formas comerciales tradicionales propias del lugar, permiten estudiar la construcción del espacio de la ciudad de Tandil, en el periodo de modernización del comercio alimenticio en Argentina (1950-2007).

**Palabras claves:** comercio alimenticio, lugar, Tandil.

---

(\*) Magister en Ciencias Sociales con Mención en Desarrollo Regional. Doctoranda en Geografía. Becaria CONICET. Centro de Investigaciones Geográficas (CIG). Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires. Tandil, Buenos Aires, Argentina.  
E-mail: josedinucci@cig.org.ar

## **ABSTRACT**

To be able to approach the comprehension of the place, seen as a scale or dimension of the geographical space, it is necessary to think that in this the encounter is produced and the articulation among the global thing that commands and tries to homogenize and the local thing, that refers to the specific thing, The singular thing and the concrete thing. The Argentine alimentary commerce is turned out of the differential articulation of this process, that next to the changes in the formation associate-spatial permit to delimit the phases by which was crossing the alimentary commerce.

Thus, the private relations in each phase between the establishment and associated commerce forms contact to the capitalism global one with the own traditional commercial forms of the place, They permit to study the construction of the space of the city of Tandil, in the period of modernization of the alimentary commerce in Argentina (1950-2007).

**Key words:** Nourishing trade, place, Tandil.

## Introducción

Para poder acercarse a la comprensión del lugar, visto como una escala o dimensión del espacio geográfico, es necesario pensar que en éste se produce el encuentro y la articulación entre lo global que comanda e intenta homogeneizar y lo local, que hace referencia a lo específico, lo singular y lo concreto. Este proceso que responde a lógicas diferentes y hasta a veces opuestas, que crea diferentes órdenes y desórdenes, conflictos y desequilibrios, es en parte el responsable de la situación del comercio alimenticio en las ciudades, la cual es posible entenderla y pensarla con una mirada diferente, a partir de esta categoría.

Según señala A. Carlos (1997: 303) "...el lugar se produce en la articulación contradictoria entre lo mundial que se anuncia y la especificidad histórica de lo particular. De este modo, el lugar se presentaría como el punto de articulación entre la mundialidad en constitución y lo local en cuánto especificidad concreta, en cuanto momento. Solo es posible el entendimiento del mundo moderno a partir del lugar en la medida en que éste fuera analizado en un proceso más amplio –aquel que piensa en la sociedad urbana. Pero es en el lugar que se manifiestan los desequilibrios, las situaciones de conflicto y las tendencias de la sociedad urbana”.

De esta manera, el comercio alimenticio argentino es resultado de la articulación diferencial de este proceso, que junto a los cambios en la formación socioespacial permiten delimitar las fases por las cuales fue atravesando el comercio alimenticio.

Así, las relaciones particulares en cada fase entre el establecimiento y convivencia de formas de comercio asociadas al capitalismo global con las formas comerciales tradicionales propias del lugar, permiten estudiar la construcción del espacio urbano, en este caso el de la ciudad de Tandil, en el periodo de modernización del comercio alimenticio en Argentina (1950-2007).

Las diferentes formas de comercios, como son por ejemplo los supermercados e hipermercados y los comercios tradicionales de la alimentación, muestran de cierta manera el movimiento de reproducción de la sociedad, y son resultado de los diferentes modos de apropiación y reproducción del espacio urbano.

A través de la presencia de nuevas formas y modalidades comerciales, surgieron diferentes formas de apropiación del espacio, particularmente del espacio de la ciudad; las empresas de la Gran Distribución, especialmente las cadenas de hipermercados, buscan grandes superficies y se instalan en los ejes de entrada y salida de las

ciudades, en las periferias urbanas y/o sobre las principales avenidas urbanas. En este sentido, la instalación de supermercados e hipermercados, muchas veces incentivan y generan crecimiento urbano (como en Tandil), con la consecuente reconfiguración de la ciudad, en el sentido de repensar el sistema de transporte, la infraestructura, la creación de nuevos barrios, el "reacomodamiento" de los comercios tradicionales ya existentes, y por ende la inversión pública y privada.

Mientras tanto, esta relación entre expansión urbana y crecimiento comercial, no se da con las mismas características para el caso de la instalación de pequeños comercios tradicionales de la alimentación, ya que en general éstos acompañan al crecimiento urbano, la mayoría de las veces espontáneo y hasta desordenado.

S. M. Pintaudi, (1999: 145), señala que "las formas comerciales son, antes que nada formas sociales; son las relaciones sociales que producen las formas que, al mismo tiempo, encierran relaciones sociales. Analizar las formas comerciales, que son formas espaciales históricas, nos permite la verificación de las diferencias presentes en el conjunto urbano, el entendimiento de las distinciones que se delinean entre espacios sociales. En suma, colectivamente, las formas sociales dan oportunidad al análisis de las diferencias" (citado por Costa da Silva, C. 2003: 92).

En este trabajo se presenta (siendo parte de un trabajo mayor) un análisis empírico para la ciudad de Tandil, de las fases por los cuales atravesó el comercio alimenticio, que permiten ver la articulación global-local en las formas comerciales y el papel del comercio moderno y del comercio tradicional, en la expansión de esta ciudad.

## Consideraciones metodológicas

Tandil es una ciudad intermedia (de alrededor de 130.000 habitantes en las proyecciones para 2008) del sudeste de la provincia de Buenos Aires, en la cual se han dado las principales modernizaciones del comercio alimenticio observadas a escala mundial y nacional en la actualidad, pero también otras que muestran la convivencia con formas de comercio tradicional.

Se han clasificado los distintos formatos del comercio minorista alimenticio, sobre la base de los trabajos de T. B. Salgueiro, (1996); y las "Encuesta de supermercados" del INDEC y "Encuesta de Ventas Minoristas", de la Dirección Prov. de Estadísticas de la Prov. de Buenos Aires, de la siguiente manera:

- "Hipermercados": poseen la mayor superficie de venta (más de 5000 m<sup>2</sup>); el mayor surtido de productos y rubros (33 ramas comerciales) y

poseen más de 40 *check out* (cajas registradoras). Emplean el autoservicio, aunque también pueden tener el sistema de atención personalizada en algunos sectores en particular. Poseen secciones destinadas a los rubros de repostería, pescadería, electrodomésticos, textiles y ferretería, entre otros.

- “*Supermercados*”: Poseen menor superficie del área de venta (más de 300 m<sup>2</sup>); la cantidad y tipo de rubros ofrecidos es menor (21 a 22 ramas comerciales) y poseen entre 3 y 40 *check out*. Los bienes comestibles perecederos y no perecederos, son los que ocupan mayor espacio, generalmente combinan la atención personalizada con el autoservicio.

- “*Autoservicios*”: se asemejan a los supermercados principalmente por el sistema o técnica de venta que le da su nombre; sin embargo es menor la superficie de venta (menos de 300 m<sup>2</sup>), los rubros vendidos (entre 8 y 10 ramas comerciales) y el número de cajas es menor (menos de 3 *check out*). Pueden incluir la atención personalizada en algunos rubros como verdulería, fiambrería, etc. En este formato se pueden incluir *los autoservicios (o supermercados chicos) independientes; las tiendas de descuento (HD) y los autoservicios asiáticos u orientales*. Los tres tipos poseen las características mencionadas de los autoservicios pero la diferencia entre ellos se asocia al tipo de gestión empresarial en relación al origen de los capitales

- “*Autoservicios independientes*” (supermercados chicos): Suelen pertenecer a capitales locales familiares y su tipo de gestión es familiar aunque poseen empleados.

- “*Tiendas de descuentos (Hard Discount)*”: Se caracterizan por trabajar con muchas marcas propias (que se toman directamente de la caja de cartón); en general no tienen repositores, ni servicios (como envío a domicilio y las bolsas de plástico se cobran aparte). En general pertenecen a las cadenas de supermercados.

- “*Autoservicios orientales*”: Son propiedad de familias asiáticas (mayormente chinas) que se establecen en las ciudades y actúan como empresa familiar. La mano de obra es familiar, pueden llegar a tener repositores y no hay puestos gerenciales.

- “*Comercios tradicionales o almacenes*”: Se caracterizan por no poseer las innovaciones relacionadas con las ventas de tipo “autoservicio”; no poseen caja registradora con código de barra y son de propiedad y de atención familiar.

- “*Comercios especializados*”: son comercios pequeños, con características similares a los “tradicionales” pero ofrecen productos específicos con amplia variedad y calidad, como son las carnicerías,

fruterías y verdulerías, panaderías, avícolas, pastas frescas y secas y pescaderías, especialmente.

En base a esta clasificación de formatos comerciales, se estudian las fases del comercio alimenticio en Tandil siguiendo las etapas propuestas para Argentina, por P. Cicolella desde la implantación de los supermercados (1950), hasta fines del siglo pasado (Cicolella, P 2000). A estas fases se agrega una última etapa que nos permite llevar el análisis hasta la actualidad. (Di Nucci, J. y Lan, D. 2007). Así en el comercio alimenticio en Tandil ha sido posible identificar las siguientes cuatro fases:

- 1) Surgimiento e instalación de los primeros supermercados: abarca el periodo comprendido entre 1950 y 1981 y se caracteriza por la difusión de algunas cadenas de supermercados y la aparición y luego desaparición de los primeros hipermercados argentinos.
- 2) Generalización del "supermercadismo": inicia a principios de los años '80 y se extiende hasta el año 1994. Debido a los cambios políticos y económicos esta fase se divide en tres subperíodos que se caracterizan brevemente a continuación: a-1980-1988: altas tasas de inflación; crecimiento "desordenado" y hasta ineficiente, de las cadenas de supermercados que buscan ganancias financieras y provocando un verdadero perjuicio a los comercios tradicionales. b-1989/1991-92: período hiperinflacionario; desaceleración de la expansión de la GD; crecimiento de los mayores hipermercados y supermercados a expensas de los establecimientos más chicos; y, permanente apertura de pequeños comercios. c- 1991/1994: cambios en el contexto macroeconómico del país; crecimiento de los hipermercados (de capitales globales y nacionales), pérdida de importancia absoluta y relativa de los pequeños comercios.
- 3) Hipermercadización y concentración de supermercados: se inicia en 1995 y se extiende hasta el 2000. Se caracteriza por la hipermercadización, la concentración y difusión hacia el interior del país de las principales cadenas supermercadistas. Ello implica una serie de cambios en cuanto a actores intervinientes, estructura y origen del capital, características tecnológicas y organizacionales, entre otras.
- 4) Hiperconcentración y transnacionalización de la Gran Distribución: desde principios de este siglo y hasta el año 2007, se puede delimitar otra etapa, en la cual se han dado estos procesos de concentración junto a otro denominado "la vuelta al barrio" en la adquisición de productos alimenticios, en el marco de la crisis económica (Di Nucci, J y Lan, D. 2006).

Para identificar los comercios alimenticios existentes en la ciudad de Tandil, se han usado los datos del “Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil”, que incluye a todos los locales comerciales registrados desde el año 1986. En este listado se incluye la siguiente información: año de inicio de actividad, dirección, y situación actual en cuanto a su funcionamiento.

Es en este sentido, que los comercios existentes entre los años 1950 y 1986, no corresponden a la totalidad de los locales habilitados en esos años, sino que son solo los comercios registrados desde 1986 que iniciaron su actividad en ese período de años. Asimismo se cuenta con los datos correspondientes a todos los comercios que iniciaron su actividad entre los años 1986 y julio de 2007, y su situación de funcionamiento actual, es decir, si aún están abiertos o si ya cesaron en su actividad. Los datos correspondientes a los años 1950-1969, no comprenden la totalidad de los almacenes pero son al menos indicativos de la distribución espacial, y de la conformación de los barrios.

Para actualizar la situación de los comercios declarados en el Listado como “Supermercados” y “mercados” (autoservicios), y para identificar otros comercios que corresponden a estos formatos y que no son registrados como tales en dicho Listado, se ha realizado un trabajo de campo, en dos momentos, el primero a fines del año 2006 y el segundo en octubre de 2007.

Con el fin de representar las diferentes fases del comercio alimenticio en la ciudad de Tandil, diferenciando por tipo de comercios, se han elaborado mapas temáticos (utilizando toda la trama urbana de la ciudad), y también gráficos de barras, que permiten específicamente observar la evolución de los almacenes.

## **La modernización del comercio alimenticio en Tandil, desde la instalación de los primeros supermercados, a los hipermercados**

### **Primera fase: Los primeros supermercados en Tandil: 1950 a 1981**

En la década de los ‘50 y ‘60, se inauguraron los primeros supermercados argentinos en las principales ciudades del interior del país, buscando un importante número de consumidores que posean un alto nivel adquisitivo. Sin embargo, es de remarcar que aproximadamente el

80% de las ventas aún se realizaban en los comercios tradicionales y en los especializados, como fruterías, carnicerías, etc.

Así, el primer supermercado fue implantado en la ciudad de Mar del Plata en el año 1951, tendencia que continuó a lo largo de toda la década y también la siguiente, en las principales ciudades del interior del país (Bahía Blanca; Mendoza; Córdoba; Rosario; Tucumán; y Neuquén) conformándose cadenas regionales de tamaño mediano.

También comienza a darse la instalación de los primeros supermercados en la ciudades de tamaño medio de importancia regional, como por ejemplo Tandil; así es como durante la década del 60, se inauguran los primeros locales en la ciudad, particularmente en el área correspondiente al centro comercial, entre las denominadas "cuatro avenidas históricas" (Avellaneda-Santamarina-España-Rivadavia), abriendo 3 supermercados de capitales locales (Plus Ultra, El Cometa y el de Brugnoli y La Falce).

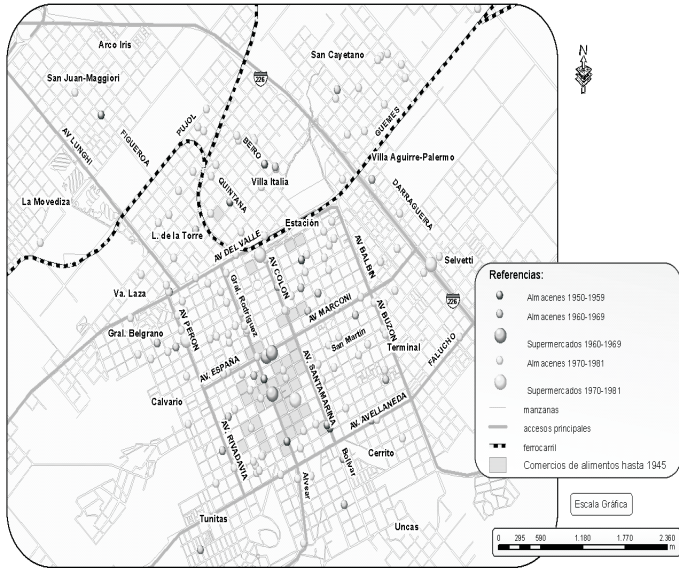
Respecto a la apertura de algunos almacenes durante esas décadas (según los datos con que se cuenta), se observa en el mapa que la localización de éstos, acompaña la conformación y expansión de barrios históricos, como son Villa Italia, y La Estación, además del centro de la ciudad.

Ahora bien, a partir de la década del '70 y hasta el año 1981, continúan abriendo supermercados (4 en total), uno de ellos (que continúa en actividad), que abre en el año 1975 y es propiedad de un comerciante local, fue acompañando la conformación de un barrio histórico de la ciudad (El Calvario). Los otros 3 supermercados corresponden a la experiencia cooperativista en este ramo, siendo locales del Hogar Obrero, cuyas aperturas fueron en los años 1978, 1980 y 1981, respectivamente. Estos tres supermercados, no se localizan solo en el centro de la ciudad sino que también acompañan el crecimiento de barrios históricos (La Estación y Villa Italia) y del área próxima a la Ruta Nacional N° 226, como una manera de "captar" la población rural, respondiendo también al "trasvasamiento" de población detrás de la ruta, que se inicia por estos años.

Se presentan a continuación en el Mapa N° 1, los principales comercios alimenticios, que iniciaron sus actividades entre el los años 1950 y 1981, en la ciudad de Tandil.



**Mapa N° 1 - Principales comercios alimenticios de Tandil, abiertos entre 1950 y 1981**



**Fuente:** Elaboración personal sobre la base del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. 1996

Con respecto a la relación entre configuración territorial y la instalación de los almacenes inaugurados durante la década de los setenta, puede observarse en el mapa que la apertura de estos comercios ya no profundizan los espacios comerciales producidos hasta 1945 (las manzanas son señaladas con color gris en el mapa), sino que acompañan el crecimiento de nuevos barrios de población de ingresos medios a medios-bajos (como L. de la Torre, Calvario y San Cayetano), y barrios aledaños a la Ruta Nacional N° 226. También se densifica el espacio central, incorporando manzanas que se encontraban anteriormente afectadas por los arroyos (ahora entubados) y que comienzan a ser objeto de especulación inmobiliaria; ello lleva a la apertura de almacenes, entre las avenidas Marconi-Santamarina-Avellaneda-Buzón, y se comienza a conformar la zona del barrio Terminal.

De esta manera, puede afirmarse que comienza la modernización del comercio alimenticio en la ciudad de Tandil a partir de los primeros supermercados independientes y de tipo cooperativos.

## **Segunda fase: La generalización y consolidación del supermercadismo en Tandil: 1982-1994**

Se producen en esta etapa, cambios estructurales, tecnológicos, organizacionales, de actores participantes y origen del capital; así, se instalan nuevas cadenas o empresas en el país, como Norte, Disco, TIA y Coto; además algunos comercios incorporan la técnica de autoservicio en sus ventas, comenzando a organizarse un importante número de locales denominados "autoservicios".

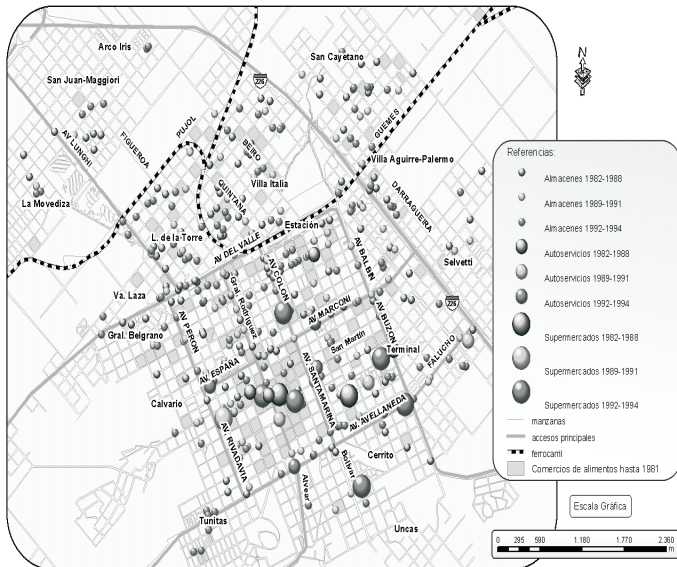
Comienza la generalización de la gran distribución (GD), que no había sido posible hacía veinte años atrás, pero que encuentra una sociedad con nuevos hábitos de consumo. Se inician cambios en el comportamiento de la población en relación a las compras y al estilo de vida de las mujeres argentinas, que debido a la crisis comienzan a realizar trabajo reenumerado "fuera del hogar", en búsqueda de nuevos ingresos que complementen los ingresos familiares, lo cual reduce la disponibilidad de tiempo en la casa, buscando entonces nuevos alimentos semi-preparados y/o preparados. Además, se disminuye la frecuencia de compras y por lo tanto el incremento de los montos de las mismas que se realizan en supermercados. Un hecho destacable es el incremento de la utilización del automóvil y la concentración de las compras durante el fin de semana, además de la rápida difusión de *freezer* y hornos de microondas (en la década de 1990 especialmente) como principales artefactos del hogar, que permitieron el consumo de productos congelados.

Importante fue el impacto en los comercios tradicionales: "en el período comprendido entre los dos últimos censos económicos (datos para 1984 y 1993) se registra en Argentina la desaparición de más de 64.000 establecimientos minoristas de la alimentación englobados en la categoría de pequeños comercios tradicionales, con una pérdida de aproximadamente 125.000 puestos de trabajo (...)" (Gutman, G. 1997: 13).

En esta fase, que abarca 12 años, ocurrieron importantes cambios de tipo económico y políticos, por lo cual se ha dividido en tres subperíodos (ya caracterizados), que permiten analizar la situación del comercio alimenticio a escala nacional y articularlo con el análisis a escala local: 1980-1988; 1989-1991/92 y 1991-1994.

Durante la década de 1980 (hasta el año 1989, en que comienza el período hiperinflacionario), abren algunos supermercados en la ciudad siendo importante mencionar la apertura en el año 1986 de la sucursal de “Casa TIA”, en el centro de la ciudad, siendo éste el único supermercado mediano y con características modernas que inicia su actividad en la ciudad en estos años. El resto de los supermercados son chicos tipo autoservicio, como los registrados en los años 1986 y 1991 en barrios en crecimiento de la ciudad (ver Mapa N° 2).

**Mapa N° 2 - Apertura entre los años 1982 y 1994 de comercios alimenticios en Tandil.**



**Fuente:** Elaboración personal sobre la base del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. 1996

Es importante mencionar que entre los años 1992 y 1994 se registran la apertura de 6 supermercados en Tandil, en el marco del nuevo contexto macroeconómico del país dado entre otras medidas por el Plan de Convertibilidad y la estabilidad de precios, aunque éstos aún corresponden a supermercados chicos.

Como se observa en el Mapa N° 2, en este período se da una concentración de supermercados que inician su actividad en el área central, como por ejemplo, la primera sucursal de la cadena de supermercados local existente hasta la actualidad (Supermercado Monarca). En este mismo año, quiebra la cadena "Supercoop-Cooperativa El Hogar Obrero" en todo el país, cerrando sus puertas las sucursales de la ciudad. Como se observa en este mapa y en los subsiguientes en el local céntrico del ex Supercoop, se han dado sucesivas aperturas y cierres de supermercados.

También se observa en este mapa la primera apertura de un supermercado en la avenida Colón, eje que tomará una mayor relevancia comercial desde fines de 1990 y especialmente a partir del año 2000 (esta avenida históricamente tuvo un rol comercial importante por ser la unión entre la plaza histórica y la estación de trenes) (ver Mapa N° 2).

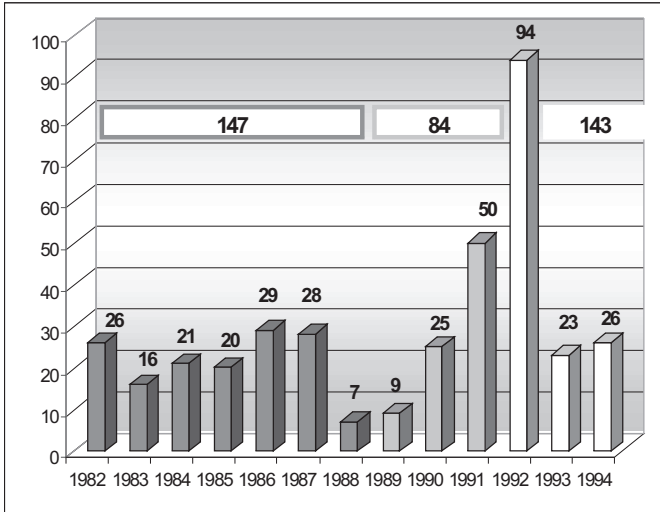
En todo el período, se registra la apertura de 12 autoservicios, cuatro en cada uno de los subperíodos establecidos; entre éstos, 3 se localizan en el centro de la ciudad, y los otros esparcidos en barrios de la ciudad acompañando a la distribución de la población. Cabe señalar que en este período iniciaron su actividad un total de 21 supermercados y autoservicios, de los cuales solo el 29% aún continúan abiertos.

Con respecto a almacenes y despensas, la situación analizada a nivel nacional indica que es a mediados de 1980 cuando éstos comienzan a verse perjudicados, tanto por la caída en la participación de sus ventas, en relación al relativo crecimiento de los supermercados, como también por una fuerte descapitalización, debido a que los comercios tradicionales no remarcan los precios con tanta facilidad (especialmente en los años de hiperinflación).

En el Gráfico N° 1, se observa la apertura de los almacenes en Tandil diferenciando en los tres subperíodos analizados. Así, los datos muestran que entre los años 1982 y 1987, la apertura de almacenes promedia los 23 locales anuales, observándose un leve crecimiento en los años 1986 y 1987. En los años 1988 y 1989, se registra un número muy bajo en la apertura de almacenes, producto de la crisis hiperinflacionaria imperante, siendo destacable la rápida recuperación en los años subsiguientes del mismo subperíodo: así se registran 25 almacenes nuevos en el año 1990 y el doble (50) durante el año 1991. Como consecuencia del proceso de privatizaciones y de los elevados niveles de desempleo, muchas personas se volcaron a instalar comercios de alimentos, especialmente almacenes y kioscos; esta puede ser la explicación de que durante el año 1991 se registren en Tandil la apertura de una cantidad de almacenes (50) muy por encima del promedio que se venía registrando en

la década anterior. Más aún, durante el año 1992 inician su actividad 94 almacenes nuevos.

**Gráfico N° 1 - Número de comercios tradicionales (almacenes) que inician su actividad entre 1982-1994 en Tandil.**



**Fuente:** elaboración personal sobre la base de listado de Contribuyentes. 1996.

En el Mapa N° 2 puede observarse también, que una importante cantidad de estos almacenes se abren en barrios de la ciudad que crecen poblacionalmente durante este período y en los cuales la densidad comercial comienza a ser relativamente importante, como son los ubicados al noroeste de la ciudad (Barrios, San Juan- Maggiore; La Movidiza y Lisandro de La Torre, a lo largo de la Av. del Valle), destacándose el “centro de Villa Italia” (no sólo conformando por comercios alimenticios). Estos barrios nacieron con características obreras lo cual podría explicar en parte, la importante apertura de almacenes en los 80 y especialmente una nueva actividad para ex-obreros metalúrgicos, dándose así la expansión del cuentapropismo.

En los barrios hacia el Noreste y Este de la ciudad, (especialmente detrás de la Ruta Nacional N° 226), si bien se da la apertura de almacenes, su localización es menos concentrada que hacia el noroeste, en barrios ya más consolidados. Hacia el Sur y Sureste de la ciudad (Barrios del Lago, UNCAS, Cerrito), no hay prácticamente

apertura de almacenes, predominando hogares de clase media-media alta. En este período la población que habita allí no necesita "abrir" un comercio como modo de subsistencia y tienen la posibilidad de movilizarse hacia espacios comerciales para realizar sus compras y en muchos de los hogares se cuenta con *freezer*, lo cual permite realizar compras con menor frecuencia (Información censal INDEC 2001 y entrevistas).

Resulta interesante destacar el Barrio Tunitas, uno de los más empobrecidos de la ciudad, situado en la zona sur de la ciudad, en el área de mayor nivel adquisitivo de la ciudad; se observa que todos los almacenes registrados en esta etapa se abren entre los años 1992-1994, especialmente en año 1992 (ver Mapa N° 2). Ello puede deberse a la expansión del cuentapropismo a partir de la inversión en el sector del dinero recibido por indemnizaciones pagadas por la industria o la dimisión en el sector público, o bien, a un crecimiento poblacional de este barrio, lo cual conlleva a la apertura de almacenes debido a la posibilidad de más cantidad de consumidores.

Por último en el centro de la ciudad, si bien siguen registrándose aperturas de almacenes, comienza a constatarse el cierre de algunos almacenes y la concentración de autoservicios y supermercados.

### **Tercera fase: La hipermercadización del comercio alimenticio en Tandil: 1995-2000**

Durante esta tercera fase, el escenario macroeconómico fue propicio para la profunda transformación ocurrida en la Gran Distribución, que ya había comenzado en el año 1991, con medidas de neto corte neoliberal, tales como: la reforma del Estado, la desregulación económica, las privatizaciones y concesiones, el Plan de Convertibilidad, el MERCOSUR, entre otras. Comienzan importantes inversiones en nuestro país (inversiones extranjeras directas IED), especialmente en el sector de servicios y en la adquisición de empresas, confluyendo todo esto para el caso del comercio alimenticio, en la *hipermercadización y la concentración económica*. En general, se afirma que entre los años 1995 y 1998, los supermercados fueron los únicos formatos dentro de la cadena de comercialización que resultaron beneficiados, a pesar del estancamiento general del consumo.

En este período Supermercados e Hipermercados comienzan a instalarse el interior del país, dándose, por un lado, un proceso de cierre de supermercados pequeños y medianos y por el otro, de fusiones y de adquisiciones por parte de las grandes cadenas de supermercados. Los

comercios tradicionales siguieron en caída durante toda esta etapa, tanto en número de negocios, como en ventas. Frente a las situaciones diferenciales que se observan en el sector dividimos esta fase en dos subperíodos: la primera queda comprendida entre los años 1995-1998 y la segunda entre 1999-2000.

En el primer subperíodo “llegan” a Tandil los 2 primeros (y únicos) hipermercados; el primero de ellos en el año 1995, cuando se radica la sucursal N° 25 del “Supermercado Norte” (hasta ese año los Supermercados Norte eran una cadena de capitales argentinos y estadounidenses correspondientes al Exell Group). La instalación del Supermercado Norte produjo un cambio espacial muy importante ya que, replicando las lógicas del capital global en todo el mundo, éste se radica en un espacio relativamente alejado del centro de la ciudad, medianamente urbanizado, con amplios espacios libres, y de fácil accesibilidad dada su ubicación entre las vías de accesos más importantes de la ciudad (Av. Buzón, Av. Falucho), con conexión rápida a la Ruta Nacional N° 226 (Lan, D. y otros, 1998).

A diferencia de las explicaciones dadas para el resto de las localizaciones comerciales, es importante señalar que la instalación del hipermercado Norte, produjo una transformación socio-espacial que involucra a los comercios minoristas de alimentos como así también a la misma sociedad que experimenta cambios en la movilización y a sus hábitos de consumo. De esta manera, se observa un aumento de la densidad comercial (acompañado de expansión residencial) sobre la avenida Buzón y calles aledañas con el surgimiento de pequeños comercios y servicios que resultan beneficiados por la fuerza de atracción producida por la localización de dicho hipermercado (Lan, D. y otros, 1998).

En el Mapa N° 3 se indica, la apertura de 4 supermercados entre los años 1995-1998, que en realidad corresponden a la categoría de “supermercados chicos tipo autoservicio”, 3 de los cuales cesaron su actividad antes de finalizar este período. El otro supermercado abierto, se localiza en el ex local de Supercoop, que vuelve a cambiar dos veces de firma, para finalmente en 1998, abrir un local de la cadena de supermercados regional, Supermercado CLC: S.A., que aún continúa en actividad.

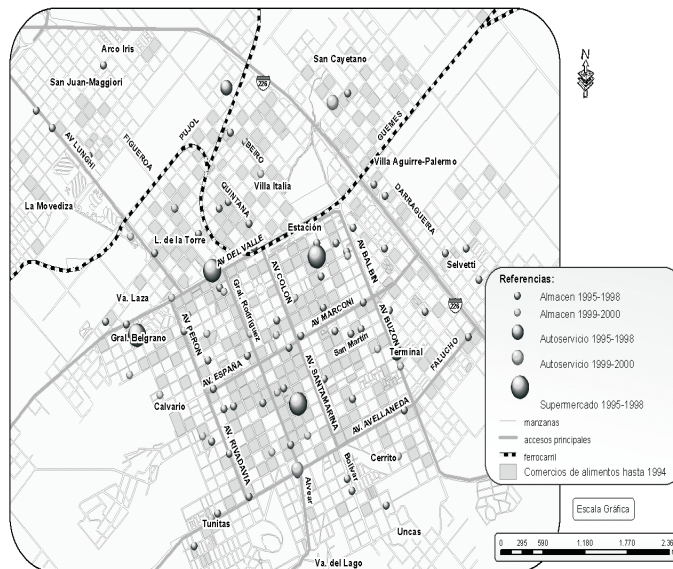
A fines del año 1998, se instala en Tandil, el segundo hipermercado, Aragone, de capitales regionales (marplatenses). Este se localiza sobre la Av. del Valle, límite entre el centro tradicional y los barrios consolidados hacia el Norte de la ciudad. En los alrededores de este hipermercado, habitan grupos de población de ingresos medios



vinculados, en gran parte, a la actividad industrial de la ciudad. Si bien se encuentra ubicado en una avenida, ésta no constituye un acceso principal a la ciudad, sino que se emplea como conexión con las rutas provinciales N° 30 y N° 74, a través de las avenidas Lunghi y Juan B. Justo, lo cual es acorde a las estrategias comerciales que persigue dicha empresa, conformándose en un espacio de consumo que pretende atraer a consumidores de clase media y media-baja tanto urbanos como rurales.

En los años 1999 y 2000, en el período en que los supermercados comienzan a ver caer su participación en las ventas a nivel nacional, no se realizan nuevas aperturas de supermercados ni hipermercados, pero cabe destacar que la adquisición del 100% del supermercado Norte por parte del Exell Group lleva a la reapertura del Hipermercado Norte en el año 2000.

### Mapa N° 3 - Apertura entre los años 1995 y 2000 de comercios alimenticios en Tandil



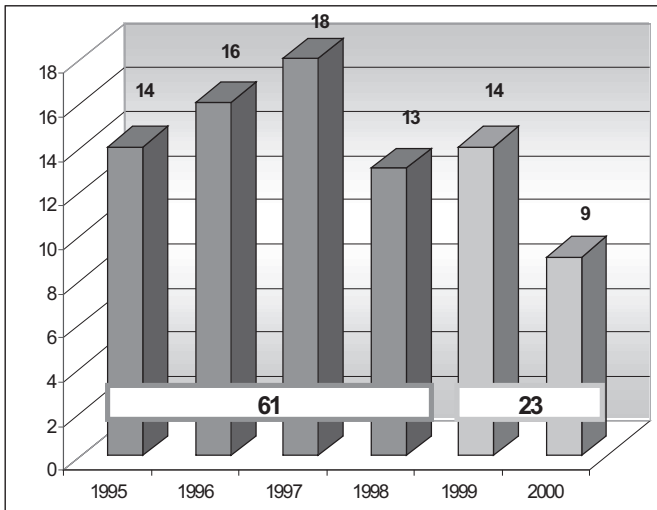
**Fuente:** Elaboración personal sobre la base del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. Año 2006.



Con respecto a los comercios tradicionales (almacenes), éstos se ven enormemente perjudicados llegando a presentar las peores situaciones entre los años 1999 y 2000, tanto en lo que respecta al número de negocios, como a sus ventas. En todo este período (ver Gráfico N° 2), inician su actividad 84 almacenes, siendo éste un número muy bajo si se tiene como referencia que durante los ochenta abrían un promedio de 23 locales por año y que en la etapa anterior abrieron 50 y 94 almacenes en los años 1991 y 1992 respectivamente; siendo la peor situación relativa durante el año 2000. Estas tendencias son acordes a las expresadas a escala nacional y están directamente relacionadas a la instalación de grandes supermercados e hipermercados que absorben gran parte de las ventas.

Este bajo número de altas de almacenes del período, se presenta en el Mapa N° 3, observándose que la localización de los mismos, acompaña la tendencia espacial registrada en los períodos anteriores, respecto a la apertura de almacenes en barrios tradicionales de la ciudad y en las áreas de mayor de expansión urbana.

**Gráfico N° 2 - Número de comercios tradicionales que inician su actividad entre los años 1995-2000 en Tandil.**



**Fuente:** elaboración personal sobre la base del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. 2006.

## **Cuarta fase: La concentración y transnacionalización del comercio moderno y el crecimiento y diversificación de comercios de barrio: 2001-2007**

Desde fines del año 2001, con la salida de la Convertibilidad y la violentísima devaluación de la moneda nacional que llevó a que se desplomara el peso fuerte (sobreevaluado), Argentina atravesó una crisis de extraordinaria intensidad, con gravísimas perturbaciones financieras y cesación de pagos sobre parte de la deuda pública. Durante la década de los noventa, el régimen de Convertibilidad había operado como institución económica básica del neoliberalismo y factor de legitimidad política de la democracia de mercado, pero en los últimos años enfrentaba desequilibrios macroeconómicos crecientes en un marco de recesión.

A pesar de la multiplicación de la pobreza, el proceso devaluatorio fue vehículo para una extraordinaria transferencia de recursos en favor de algunos de los capitales más grandes que operan en la Argentina. La devaluación inevitable, produjo enormes consecuencias, pero principalmente, redujo los salarios tanto en dólares como en términos de su poder de compra interno; trasladó al Estado una masa de recursos en forma de aranceles a las exportaciones primarias y a la diferencia entre ingresos crecientes y gastos fijos; y sentó las condiciones para una limitada sustitución de importaciones destinada al mercado doméstico. Aunque la devaluación pareció haber cambiado de raíz la economía argentina es evidente que su estructura no se modificó sustancialmente.

En lo que respecta al comercio alimenticio, durante los años de mayor profundización de esta crisis económica, social y también política por la que atravesó el país (2001-2003), los supermercados e hipermercados se vieron profundamente afectados presentando los valores más bajos de ventas desde su implantación en Argentina. Este factor junto a la desaparición de todas las formas del crédito llevó al quiebre, cierre y liquidaciones tanto de pequeños supermercados como algunas importantes cadenas. Este proceso desembocó en una más marcada concentración y centralización del capital.

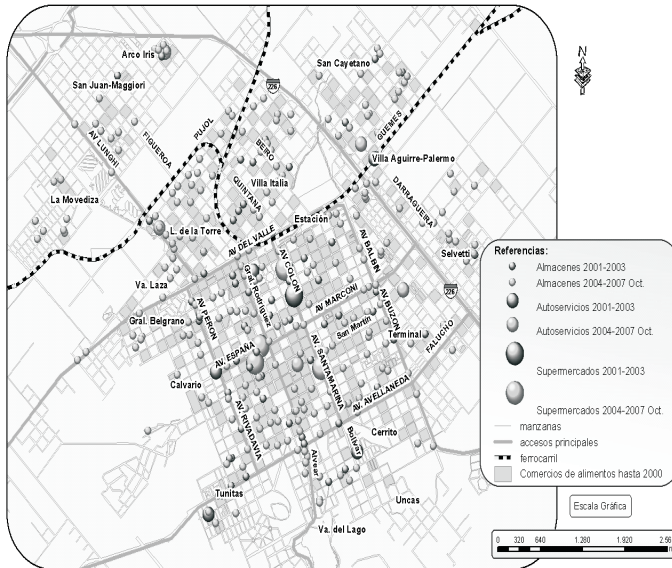
Así, se dan los procesos de hiperconcentración y de transnacionalización del comercio alimenticio, a partir de importantes fusiones y adquisiciones de cadenas de supermercados, especialmente en torno a dos grandes empresas: Carrefour y Jumbo (Di Nucci, J y Lan, D. 2008).

Así, por ejemplo, en el año 2000, se realiza la fusión a escala mundial de las empresas supermercadistas Promodes (NORTE-TIA, y las

Tiendas de Descuento DIA, en Argentina) y Carrefour, lo que implicó el cambio de “cartel” de alguna de estas sucursales.

Ello implicó que en Tandil en el año 2004, la sucursal del Supermercados Norte pasa a ser hipermercado Carrefour y la sucursal de Casa TIA se tornó Supermercado Norte. Además, como se observa en el Mapa N° 4, entre los años 2001 y 2003, se registra la apertura de un solo supermercado que corresponde a la única Tienda de Descuentos existentes en la ciudad, “Dia %”, la cual se instala en el año 2003 y también pertenece a Carrefour.

**Mapa N° 4 - Aperturas entre los años 2001 y 2007 de comercios alimenticios en Tandil.**



**Fuente:** elaboración personal sobre la base de datos recopilados del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. 2007.

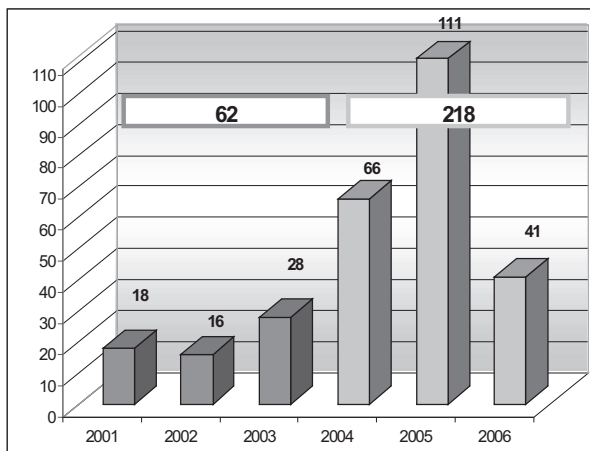
Así, todos los formatos comerciales de capitales transnacionales existentes en Tandil, son de la misma empresa, demostrando cómo la fuerza de las verticalidades y la imposición del orden global se materializan en el comercio minorista de la alimentación de esta ciudad. Cabe mencionar que entre los años 2002 y 2003, la cadena local de supermercados (Monarca) abre 2 sucursales, la primera, sobre la avenida

Colón (eje comercial histórico), y la segunda, localizada al sur de la avenida Avellaneda, (barrio de ingresos medio-alto).

Entre los años 2004 y 2007 (datos hasta octubre), los supermercados asiáticos se tornan una "novedad" generalizada en todo el país. Como se observa en el Mapa N° 4 en Tandil abren 4 locales de esta índole en espacios comerciales de la ciudad. En estos últimos años se constata también, la apertura de pequeños autoservicios, observándose en el mapa la instalación de 5 nuevos locales, que corresponden a autoservicios de barrio. Ello indica "la vuelta al barrio" en lo que respecta a la adquisición de productos alimenticios. Cabe señalar, que el único autoservicio registrado en el Mapa N° 4 y situado en el "centro comercial", corresponde en realidad al autoservicio de una Estación de servicio.

En general, en todo el período, se registra una mayor apertura anual de comercios tradicionales respecto a la anterior (1995-2000). Así, en el Gráfico N° 3, correspondiente al último año de recesión post crisis del 2001 se presenta una importante recuperación en el número de almacenes, observándose valores más elevados de apertura que en los últimos años de la década de 1990, y el doble de instalaciones respecto al año 2000 (ver Gráfico N° 2).

**Gráfico N° 3 - Número de comercios tradicionales que iniciaron su actividad entre los años 2001-2006 en Tandil.**



**Fuente:** elaboración personal sobre la base del Listado de Contribuyentes del Municipio de Tandil. 2007.

Desde el año 2003, se observa el crecimiento progresivo en las aperturas de almacenes, debido a la recuperación económica, siendo este número especialmente elevado para los años 2004 y 2005 (este fenómeno es denominado “la vuelta al barrio”, y puede verse un estudio detallado en Di Nucci y Lan 2006). La información respecto al crecimiento de este tipo de comercio se complementa con la información sobre sus localizaciones ofrecidas por el Mapa Nº 4. El mismo muestra la aparición de almacenes en prácticamente toda la ciudad, aunque ellos continúan concentrándose en los barrios del Norte, Noroeste y Noreste de la ciudad, de mayor crecimiento urbano.

También, se observa una importante concentración de almacenes en un barrio periférico de la ciudad, Arco Iris, que se va formando con características propias. Dentro de este marco, dos ejes van adquiriendo importancia comercial: en primer lugar, la Av. Lunghi (a la altura del barrio L. de la Torre) y, en segundo lugar, la calle Rodríguez (al sur) y su continuación Av. Alvear. Este último eje conduce a zonas turísticas como son el Lago, el Parque, las Sierras, Cabañas, etc.

El Mapa Nº 4, nos presenta una muy baja apertura de almacenes en el “centro financiero y comercial” de la ciudad (característica que Tandil comparte con otras ciudades del país); y en barrios residenciales de ingresos medios como por ejemplo “La Terminal”. Ellos son prácticamente inexistentes en los barrios de tipo residencial de clase media-media alta del Sur de la ciudad como Cerrito y Uncas.

## **Consideraciones Finales**

Se han constatado en la ciudad de Tandil, las características centrales de cada fase del comercio alimenticio argentino, que han generado formas comerciales que son antes que nada, formas sociales y espaciales.

Tal como ocurriera a escala nacional, en Tandil se observa que ha sido clave la década de los noventa, tornándose una coyuntura central para el sector comercial, produciéndose las principales modernizaciones en lo que respecta a formatos comerciales, haciéndose especialmente presentes las lógicas globales con la llegada de supermercados de capitales globales.

Así, desde los noventa, las modernizaciones comerciales se asocian en Tandil a la llegada de los hipermercados, supermercados y tiendas de descuento, pudiéndose observar la denominada hiperconcentración y transnacionalización, ya que todos los

supermercados de capitales extranjeros, pertenecen a la empresa Carrefour.

Se ha observado en Tandil el papel de las formas de comercio alimenticio en la expansión de la ciudad; así por ejemplo, la instalación de Carrefour en un área que era considerada en ese momento periférica para la ciudad, produjo su reconfiguración espacial a través del crecimiento de población, la creación de barrios planificados y espontáneos, nuevos servicios públicos, etc.

Además, se han podido rastrear los diferentes momentos atravesados por los comercios tradicionales: el crecimiento de su número a principios de los noventa, al convertirse en una nueva fuente de trabajo para desocupados, la crisis vivenciada por estos comercios en la segunda mitad de los noventa por el impacto de la expansión de los supermercados; y el crecimiento luego de la crisis del 2001-2002 especialmente en los barrios más periféricos de la ciudad.

De esta manera, el lugar se reproduce y recrea no sólo por los rápidos y vertiginosos cambios globales, como por ejemplo, la "llegada" de grandes superficies comerciales, o el cambio de formato comercial como consecuencia de fusiones de cadenas en el exterior, sino que también y, especialmente, por las dinámicas del orden local que permiten la subsistencia y continuidad de formas comerciales tradicionales como son los pequeños almacenes, despensas y autoservicios de barrio.

## Bibliografía

CARLOS, Ana Fanni Alessandri: "*O lugar. Mundialização e Fragmentação*", en: **O Novo Mapa do Mundo- Fin de século e Globalização** (SANTOS, M; SOUZA, M.A. de y otros, org). São Paulo, Ed. Hucitec, ANPUR, 3º ed., 1997, pág. 303-309.

CICOLELLA, Pablo: "*Distribución Global y Territorio. Modernización y concentración comercial en Argentina en los años noventa*", en: **Economía Sociedad y Territorio**, vol. II, Nº 7, El Colegio Mexiquense, Toluca, 2000, 38 pág.

COSTA DA SILVA, Carlos Henrique: "*As grandes superficies comerciales: os Hipercarrefour no Brasil*", en: **GEOUSP-Espaço e Tempo**, São Paulo, Nº 14, 2003, pág. 89-106.

DI NUCCI, Josefina y LAN, Diana. "*Nuevas horizontalidades territoriales en la distribución minorista de alimentos y bebidas en Argentina: el fenómeno de "vuelta al barrio"*", en: **Investigaciones y Ensayos Geográficos. Revista de Geografía**. Carrera de Geografía,

Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Formosa. Argentina. Año V – Nº 5. 2006. pág. 75 – 88.

DI NUCCI, Josefina y LAN, Diana: “*El “comercio tradicional” de la alimentación en Argentina. Redescubriendo espacios de la horizontalidad en un contexto de crisis*”, en: **Revista Universitaria de Geografía**. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. vol. 16. 2007, pág. 49-78.

DI NUCCI, Josefina y LAN, Diana: “*Las empresas de la gran distribución en argentina: expansión, dinámica actual y uso del territorio*”, en: **X Jornadas Cuyanas de Geografía**, Mendoza, 2008, 19 pág.

GUTMAN, Graciela: **Transformaciones recientes en la distribución de alimentos en Argentina**. Buenos Aires, Argentina. SAGPyA, 1997, 103 pág.

LAN, Diana; CERIANI, Pedro y SAINZ, Guillermo: “*Cambios en el comercio minorista y flexibilidad laboral: el caso del supermercadismo en Tandil*”, en: **IV Seminario Latinoamericano de Calidad de Vida Urbana**, UNCPBA. FCH. CIG, Tandil, 1998, 15 pág.

SALGUEIRO, Teresa Barata: **Do comércio á distribuição. Roteiro de uma mudança**. Celta Editora. OEIRAS, 1997, 268 pág.

SILVEIRA, María Laura: “*Totalidad y fragmentación: el espacio global, el lugar y la cuestión metodológica, un ejemplo argentino*”, en: **Anales de Geografía de la Universidad Complutense**, Nº 14. 1995, pág. 53-61.

*Fecha de recepción: septiembre de 2008*

*Fecha de aprobación: marzo de 2009*