

Redes y estrategias comerciales y espaciales del circuito inferior de la economía urbana en el centro de Comodoro Rivadavia en el año 2022

Commercial and spatial networks and strategies of the lower circuit of the urban economy in the center of Comodoro Rivadavia in the year 2022

Gutiérrez, Carolina Inés; Maidana, Silvana Verónica

 **Carolina Inés Gutiérrez** caroineslll@gmail.com
Instituto de Investigaciones Geográficas de la Patagonia. Grupo de Investigación Geografía Acción y Territorio. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina

 **Silvana Verónica Maidana**
silvanamaidana22@gmail.com
Instituto de Investigaciones Geográficas de la Patagonia. Grupo de Investigación Geografía Acción y Territorio. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina

Párrafos Geográficos

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina

ISSN: 1853-9424

ISSN-e: 1666-5783

Periodicidad: Semestral

vol. 1, núm. 22, 2023

parrafosgeograficos@fhcs.unpsjb.edu.ar

Recepción: 15 Marzo 2023

Aprobación: 22 Junio 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/739/7393991006/>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Cita sugerida: .Gutiérrez, C. I. y Maidana, S. V. (2023). Redes y estrategias comerciales y espaciales del circuito inferior de la economía urbana en el centro de Comodoro Rivadavia en el año 2022. *Párrafos Geográficos* 22 (1). ISSN: 1853-9424. ISSN-e: 1666-5783.

Resumen: A partir de los cambios económicos políticos y sociales de las últimas décadas, las ciudades latinoamericanas se configuran de un modo más fragmentado y la expansión del consumo genera múltiples divisiones del trabajo.

La venta ambulante es un fenómeno que se ha implantado en el espacio público, mediante prácticas de venta y compra de diversos productos, en la mayor parte de los casos, de manera informal.

En junio del año 2022 en el marco de la cátedra Geografía Económica Argentina (FHCS-UNPSJB) se realizó una investigación acerca del circuito inferior de la economía urbana, tomando como unidades de análisis a los puestos callejeros de venta ambulante ubicados en el barrio centro de Comodoro Rivadavia, provincia del Chubut. El principal objetivo de la investigación fue analizar las características de la venta ambulante y callejera que se desarrolla en dicho barrio de la ciudad.

Para concretar los objetivos de la investigación, se confeccionó un dispositivo híbrido que combina elementos propios de entrevistas semiestructuradas, encuestas y observación.

Los resultados y discusiones recuperadas del análisis de las estrategias espaciales, muestran la importancia de ubicarse en lugares de alta movilidad de transeúntes; en cuanto a las estrategias comerciales de los vendedores, se evidencia una diferencia entre ellos relacionado con el uso y difusión en redes sociales y adopción de nuevos medios de pagos; en relación a las redes que se configuran entre los mismos y otros actores vinculados, se observan los flujos de solidaridad entre ellos y la necesidad de proveerse a través de la constitución de redes con la provincia a de Buenos Aires.

Palabras clave: Circuito inferior, Estrategias, Redes, Venta ambulante, Circuito inferior marginal.

Abstract: From the economic, political and social changes of the last decades, Latin American cities are configured in a more fragmented way and the expansion of consumption generates multiple divisions of labor.

Street vending is a phenomenon that has been implemented in the public space, through practices of buying and selling various products in most cases informally.

Within the framework of the subject of Argentine Economic Geography, the present investigation of the lower circuit of the urban economy is proposed, taking as a unit of analysis the street vendors located in the downtown neighborhood of the city of Comodoro Rivadavia, province of Chubut. The main goal of the research is to analyze the characteristics of street vending that takes place in it.

To specify the objectives of the research, a hybrid device consisting of semi-structured interviews, surveys and participant observation was made.

The results and discussions recovered from the analysis of spatial strategies show the importance of locating in places with high mobility of passers-by; Regarding the commercial strategies of the sellers, there is evidence of a difference between them in terms of the use and dissemination in social networks and the adoption of new means of payment; and in relation to the networks that are configured between them and other related actors, the flows of solidarity between them and the need to provide themselves through the constitution of networks with the province of Buenos Aires are observed.

Keywords: Lower circuit, Strategies, Networks, Street vending, Marginal lower circuit.

Introducción

Este trabajo resulta del informe final de un proyecto de investigación del Circuito inferior de la economía urbana realizado en el marco de la cátedra de Geografía Económica Argentina, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

El objetivo general es analizar el sector de venta ambulante callejera en espacios abiertos que componen el circuito inferior de la economía urbana en el centro de la ciudad de Comodoro Rivadavia. El objetivo específico es conocer cómo se constituyen redes y estrategias comerciales y espaciales que se despliegan en el circuito inferior de la economía urbana en el centro de la ciudad.

Allí se puede evidenciar cómo se vinculan los circuitos superior e inferior de la economía urbana a través de las relaciones que se generan entre ellos, como uno alimenta al otro para la existencia de ambos y activan la economía local, formal e informal.

Dentro del circuito inferior se ubica el sector de vendedores ambulantes distribuidos en diferentes lugares y organizados en puestos, algunos poseen grandes estructuras y otros tienen estructuras más precarias, de la categorización de dichos vendedores ambulantes surge una nueva categoría teórica: Circuito Inferior Marginal.

Surgen algunos interrogantes al momento de pensar cómo funciona este circuito inferior de la economía urbana de dicho barrio, los tipos de redes que se constituyen entre los vendedores y los actores involucrados en este circuito y qué estrategias comerciales y espaciales configuran para llevar a cabo la actividad.

El artículo se organiza en cinco apartados, en la primera parte se hace una introducción a los conceptos principales que se tratan en este trabajo, luego se desarrolla la metodología, en tercer lugar los resultados, un cuarto lugar que

explicita el hallazgo del concepto de Circuito Inferior Marginal y por último, se recuperan las discusiones y conclusiones a las que se pudo llegar.

Circuito inferior y venta ambulante.

Antes de comenzar a analizar lo que acontece en el centro de la ciudad de Comodoro Rivadavia, es necesario recuperar algunos elementos de la teoría de los circuitos de la economía urbana. Santos (1979, 2008, como se citó en Parserisas y Schiaffino, 2018) afirma que:

La teoría de los circuitos de la economía urbana fue elaborada para abordar el espacio de los países periféricos, el cual es marcado por enormes diferencias de ingresos en la sociedad, que se manifiestan, en el nivel regional, por una tendencia a la jerarquización de las actividades de la misma naturaleza, pero de niveles diferentes. (p.78).

Comprender la diferencia entre circuito superior e inferior de la economía urbana permite explicar las diferencias que existen en las ciudades, donde hay personas que perciben un salario bajo para la obtención de bienes y servicios necesarios, y una cantidad de personas con ingresos altos generando una gran brecha entre ambos. Santos (1979, 2008, como se citó en Parserisas y Schiaffino, 2018) expresa que: “En la organización del espacio existen dos circuitos económicos, el circuito superior con su porción marginal y el circuito inferior, que son resultado del proceso de modernización tecnológica y cada uno de ellos constituye un subsistema económico dentro del sistema urbano” (p.78).

La modernización se desarrolla después de la segunda guerra mundial y se define como un proceso caracterizado por el desarrollo de la información y el aumento del consumo. Ambos elementos forman parte de la organización del espacio en este periodo, definido por Santos (1996) como una realidad relacional de cosas y relaciones juntas.

Se entiende, como lo explica Santos (1979, 2008 cito en Parserisas y Schiaffino, 2018) que:

El circuito inferior es igualmente un resultado de la misma modernización, pero un resultado indirecto, que se dirige a los individuos que sólo se benefician parcialmente o no se benefician de los progresos técnicos recientes y de las actividades a ellos vinculadas (p.78).

De las entrevistas realizadas, se pudo conocer que las personas que forman parte de la venta ambulante se definen como comerciantes que venden sus productos sin estar en un lugar físico establecido, haciéndolo con frecuencia por las calles o en eventos. Los vendedores ambulantes del barrio de la ciudad de Comodoro Rivadavia, son resultado indirecto de la modernización de los cuales algunos de ellos se beneficiaron parcialmente, y otros no. De las entrevistas en el trabajo de campo, se pudo saber que las ventas de los vendedores dependen de la actividad de los comercios del circuito superior. El dinamismo del funcionamiento de los bancos, supermercados, y empresas situadas en el barrio centro estudiado, permite la movilidad de personas que son los que compran los productos que los vendedores ambulantes comercializan. Como también, muchas veces necesitan de la autorización de esos comercios del circuito superior para instalar sus puestos o mantas. Así lo enuncia Silveira (2009, cito

en Parserisas y Schiaffino, 2018): “Ninguno de ellos puede tener autonomía de significado, porque no tienen autonomía de existencia. Ambos son opuestos y complementarios pero, para el circuito inferior, la complementariedad adquiere la forma de dominación” (p.78). Estos se acoplan de manera espontánea al circuito inferior haciendo de su actividad, en la mayor parte de los casos, su medio de vida.

Metodología.

Para alcanzar los objetivos de este trabajo y después de la revisión bibliográfica, se elaboró un dispositivo metodológico compuesto por dos partes: una sección con una encuesta con opciones, y una segunda parte una entrevista con preguntas abiertas; también se utilizó una planilla de observaciones. Posteriormente se realizó el trabajo de campo aplicando el dispositivo en terreno. Para ello se dividió el espacio bajo análisis en dos áreas (Figura N° 1), y se abordó el trabajo de campo con dos grupos para una mejor organización.

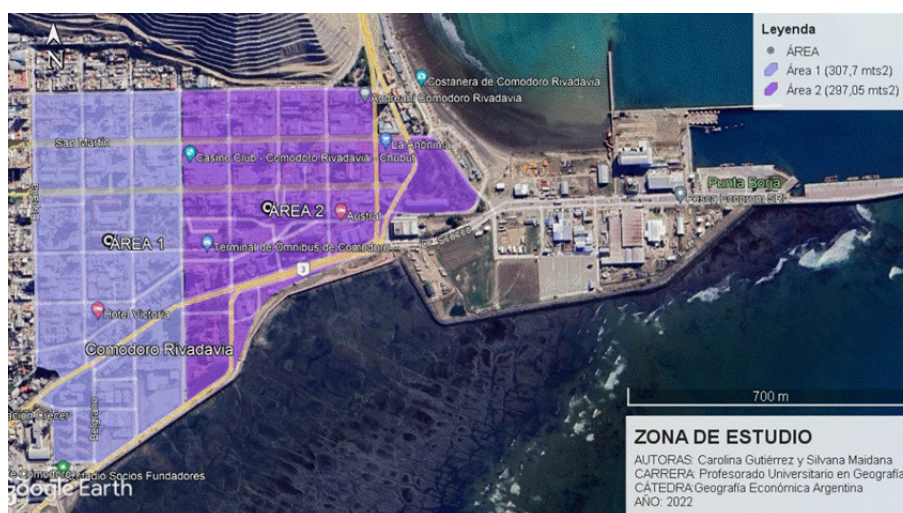


Figura N° 1
Áreas relevadas en el centro de la ciudad

Fuente: elaboración propia. Junio de 2022

El área 1 abarca el sector estudiado entre las calles Belgrano y 25 de mayo, del lado de la vereda par. Y el área 2 fue definida entre las calles 25 de mayo, del lado de la vereda impar, y Avenida Costanera.

Las tareas fueron realizadas durante el mes de junio del año 2022 y la cantidad de vendedores ambulantes encuestados y entrevistados fueron 24. Se utilizó una planilla de observación para tomar nota de las manifestaciones particulares, generales, y cotidianas de los vendedores. De las encuestas se pudo obtener información sobre las estrategias comerciales y espaciales; de la aplicación de las entrevistas semiestructuradas se pudo conocer sus objetivos, experiencias y percepciones sobre la actividad que realizan. Se pudo identificar una conexión entre algunos vendedores, y la relación que los une a los comercios que pertenecen al Circuito de la Economía Superior urbana. Por otro lado, se tomaron fotografías y mediante la aplicación GPS ESSENTIALS se relevó mediante la marcación de puntos cada uno de los puestos a fin de localizarlos con sus coordenadas

correspondientes. Posteriormente se elaboró la cartografía representativa de la distribución espacial de los mismos (Figura N°2).

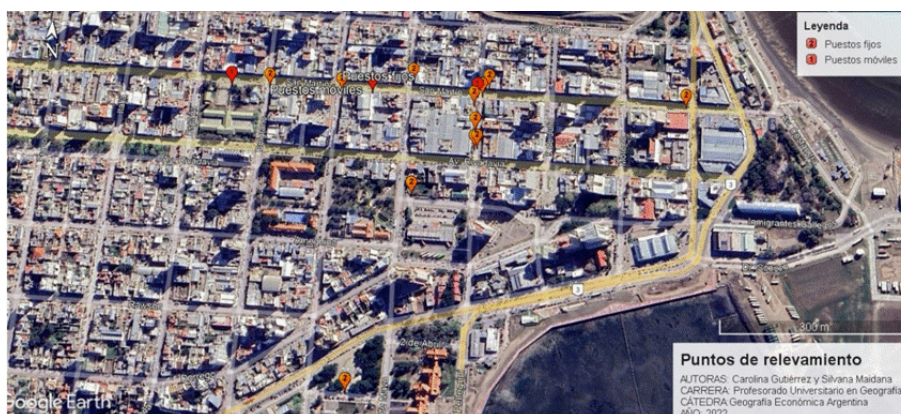


Figura N° 2
Relevamiento y georreferenciación de puestos ambulantes
Fuente: elaboración propia. Fecha junio del 2022

Resultados.

Desde una perspectiva de análisis espacial, se puede ver en ambas áreas analizadas a vendedores ambulantes agrupados y otros muy dispersos y con una variedad de rubros. La figura N° 3, muestra la distribución de puestos y rubros en el centro de la ciudad. Los rubros identificados son los siguientes: alimentos, artesanías, bijouterie e indumentaria. Los rubros se diferenciaron en una tipología y se representaron en distintos colores para diferenciarlos e interpretarlos visualmente.

Se relevaron 24 puestos, de los cuales 1 (uno) es del rubro bijouterie, que ofrece, anillos, pulseras y dijes fabricados con materia prima importada; 2 (dos) puestos del rubro artesanía, que venden mates, adornos y sahumerios; 5 (cinco) puestos del rubro indumentaria que ofrece carteras, cinturones, billeteras y ropa; y 16 (dieciséis) puestos de venta de alimentos, pochoclos, garrapiñadas, algodón de azúcar, sándwich y variedad de guarniciones.

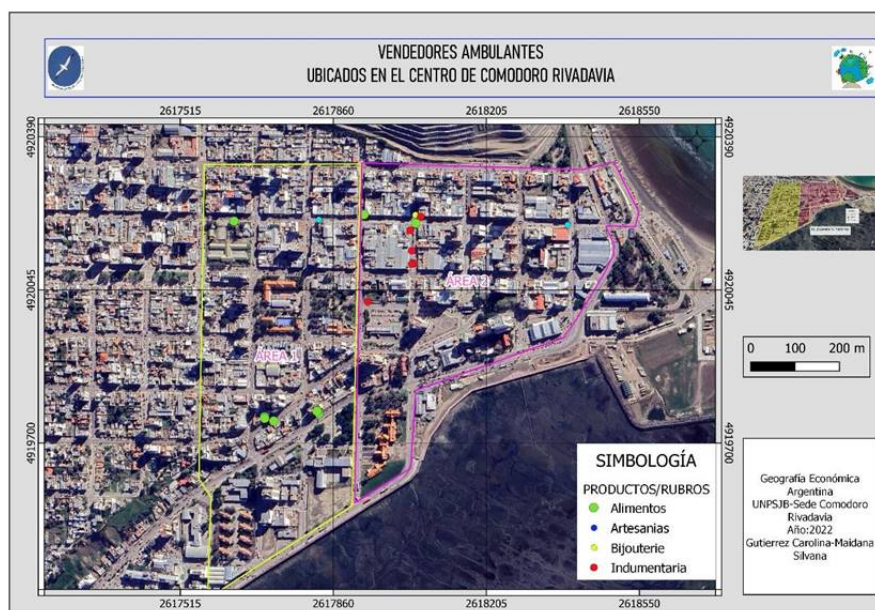


Figura N° 3
Puestos ambulantes relevados
Fuente: Elaboración propia. Fecha Junio de 2022.

Los puestos del rubro alimentos ubicados en un sector del Área 1 sobre la Plaza San Martín, cuentan con vehículos llamados food trucks (Figura N° 4) y son considerados vendedores ambulantes, estos se trasladan a eventos que se presenten como oferta de entretenimiento en la ciudad y sobre todo en época de invierno hacia lugares más resguardados de las condiciones climáticas. Poseen todos los elementos de cocina, necesarios para brindar un servicio de calidad, con seguridad y eficiencia. Diferente es la situación de los otros puestos, muchos de ellos ubicados en el Área 2, en los que predomina el rubro indumentaria y con estructuras más precarias, incluso mantas en el suelo para ofrecer sus productos (figuras N° 5).



Figura N° 4
Food trucks en la plaza San Martín, centro de Comodoro Rivadavia
Fuente: Fotografía tomada por las autoras, Junio de 2022.

Estrategias comerciales y espaciales



Figura N° 5
Puestos con estructuras metálicas, calle San Martín
Fuente: Fotografía tomada por las autoras, Junio de 2022.

Con respecto a las estrategias comerciales, el gráfico de la figura N°6 muestra los resultados arrojados por el dispositivo. Hay diferentes medios de pagos admitidos y un mismo vendedor puede contar con los 3 medios de pago analizados. Los porcentajes que arroja la encuesta son: un 37,5% de los vendedores ambulantes posee posnet que permite abonar con tarjeta de débito y crédito y un 79,2% de los

vendedores recibe mercado pago. Datos también constatados en las entrevistas realizadas. El gráfico muestra que la gran mayoría tiene como medio de pago el dinero en efectivo y algunos vendedores del área 2 están comenzando a trabajar con mercado pago, solo 9 vendedores ambulantes cuentan con posnet y son quienes pertenecen al sector del área 1 donde se ubican los food trucks.

Se puede constatar que existe una dualidad en lo que refiere estrictamente a los medios de pagos trabajados, entre los puestos con mayores modernización ubicados en sector 1 y los puestos con escasa modernización en los medios de pago ubicados principalmente en el área 2.

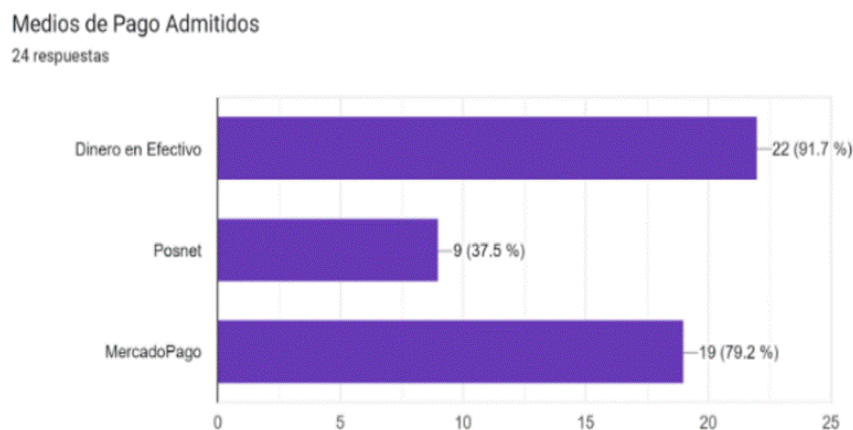


Figura N° 6

Medios de pago admitidos por los puestos ambulantes del centro de Comodoro Rivadavia

Fuente: Elaboración propia.

Otra de las estrategias comerciales identificadas y que se tornan diferentes entre ambos sectores mencionados, son las estrategias de publicidad y difusión de los productos que comercializan. Dentro del Área 1, 2 (dos) de los puestos de venta food trucks utilizan como medio de difusión la radio como principal canal de marketing a la hora de hacer publicidad (Figura N° 7). Esta estrategia de difusión es paga, y esto no se encuentra al alcance de todos los vendedores ambulantes, dado que la mayoría de los puestos de ventas utilizan sus ingresos y ganancias producidos para subsistir día a día o para reponer diariamente mercadería.

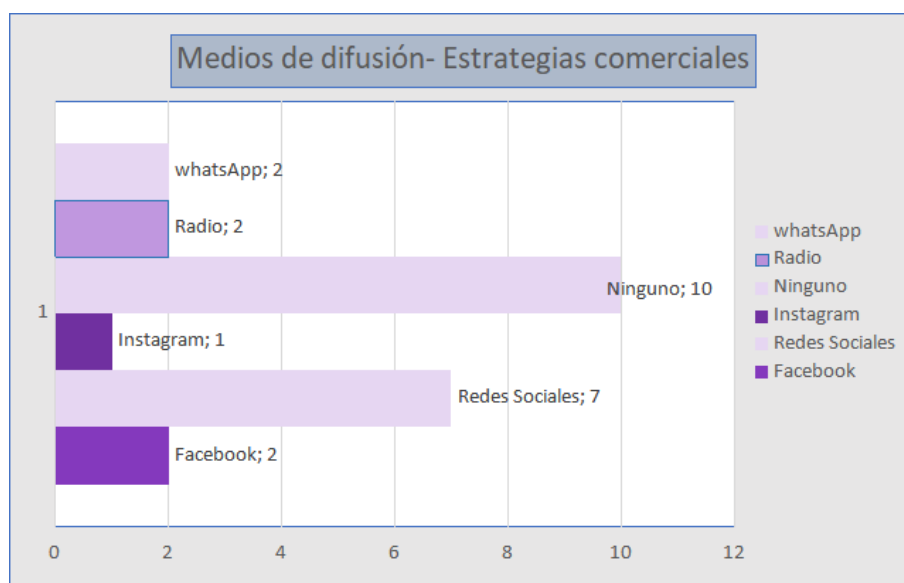


Figura N° 7
Estrategias comerciales y medios de difusión utilizados por los vendedores ambulantes del centro de Comodoro Rivadavia

Fuente: Elaboración propia.

Como muestra el gráfico de la figura N°7, la mayoría de los vendedores no tienen medios de difusión de su puesto de venta, ya sea por desconocimiento o por decisión. 7 (siete) vendedores eligen difundir sus productos a través de redes sociales sin hacer referencia a cuál es la red social elegida. Y el resto prefieren hacer publicidad a través de instagram, facebook y en historias de whatsapp.

Las estrategias espaciales que utilizan los vendedores ambulantes, y sobre las cuales hablamos en este trabajo, hacen referencia al emplazamiento de sus puntos o puestos de venta. Como se puede observar en el gráfico (Figura N° 8), la mayoría de los vendedores se ubican en la Plaza San Martín, como es el caso de los Food trucks, y es su punto fijo de ubicación de viernes a domingos. Es un punto estratégico de venta debido a que se realizan diversos eventos, presentación de artistas y es un lugar de encuentro que invitan a mayor concurrencia y por supuesto consumo de los distintos servicios y productos.

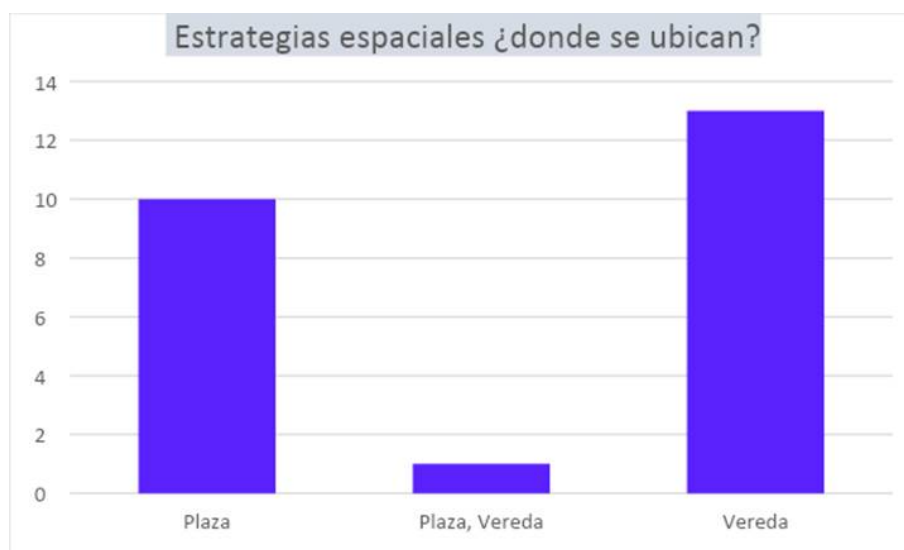


Figura N° 8

Estrategias espaciales de los vendedores ambulantes en el centro de Comodoro Rivadavia

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, las ubicaciones de los comercios que pertenecen al circuito superior de la economía urbana, como bancos, grandes supermercados y otros grandes negocios, resulta muy adecuadas para que se sitúen los vendedores ambulantes que despliegan sus mantas o montan una estructura para poder trabajar. Aprovechan estos lugares, ya que las personas entran y salen todo el tiempo, y son potenciales clientes para la venta.

La figura N° 8 muestra a 13 (trece) de los vendedores ambulantes encuestados situados en las veredas y éstos, según la observación realizada en la salida de campo, son los vendedores que tienen los puestos con estructuras más precarias.

Redes que se construyen.

Acerca de las redes que se construyen, se pudo evidenciar la solidaridad diaria existente entre los vendedores. Muchos de ellos expresaron en las entrevistas que el clima es una gran dificultad para aquellos que trabajan al aire libre, ya que al permanecer con sus puestos en el mismo lugar todo el año se encuentran con diferentes vicisitudes. La lluvia y el viento que es constante en esta localidad, y con ráfagas muy fuertes, los obliga a levantar la mercadería rápidamente para no tener pérdidas, y la mayoría de las veces lo hacen con ayuda de otros vendedores. Así mismo se ayudan a cargar los bolsones de mercaderías a sus propios autos o a trasladar hasta la parada de colectivos.

También se cuidan los puestos en los momentos que necesiten ir a comprar algo, comer o para realizar algún trámite. La ayuda mutua permite seguir manteniéndose en la actividad.

El gráfico de la figura N° 9 muestra que la mayoría de los vendedores compran en negocios locales de venta mayorista, estos son los que pertenecen al rubro alimentos. Otra gran parte de los vendedores compran en negocios de Buenos Aires, y solo 2 (dos) vendedores compran en el mercado local y en Buenos Aires a la vez.

Los vendedores expresaron que tienen una relación directa y rápida con sus proveedores y que las entregas de mercadería suceden sin ningún inconveniente. Sólo una vendedora ambulante expresó que parte de su materia prima era importada, porque realiza artesanías con piedras preciosas, esta está dentro de la categoría local y extra provincial dentro del gráfico que arrojó el dispositivo.

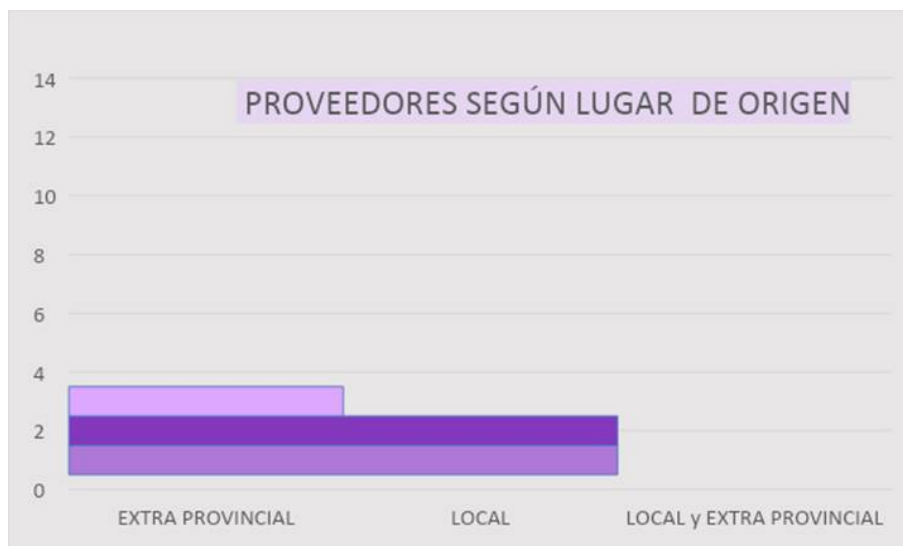


Figura N° 9

Proveedores de los puestos de venta ambulante en el centro de Comodoro Rivadavia

Fuente: Elaboración propia.

Circuito Inferior Marginal

Durante la experiencia se produce el hallazgo de una nueva categoría teórica, es la que se compone de un grupo de vendedores ambulantes que ofrece sus productos en mantas sobre el suelo, definida en este trabajo como Circuito Inferior Marginal. Este se compone de aquellos vendedores ambulantes denominados manteros, que se organizan bajo ninguna estructura material para ofrecer sus productos, y sus ingresos son para la subsistencia diaria y para la compra mínima de reposición de productos.

A partir de esta nueva categorización se propone el siguiente cuadro con los elementos y características del circuito marginal

Figura N° 10
Elementos y características del Circuito Inferior Marginal

Circuito Inferior Marginal
Elementos: -Sin tecnología y organización. -Mantas en el suelo para la exposición de productos Características -Capital reducido. -Trabajo intensivo. -Ingresos diarios para subsistir y para reposición de mercadería -Escasa variedad de ofertas (o productos) -Puede encontrar elementos de articulación en otra región

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los elementos de este nuevo concepto de Circuito Inferior Marginal como explica el cuadro de la figura N° 10, se considera una producción sin tecnología y sin organización porque la forma de brindar el servicio es poniendo una manta en el suelo que depende muchas veces de las condiciones climáticas diarias y de la autorización de los locales comerciales. Dentro de sus características los vendedores del Circuito Inferior Marginal tienen un capital reducido, trabajo intensivo y sus ingresos diarios generalmente no son ganancias, sino que sus ingresos son para subsistir el día a día y en caso de existir un excedente se invierte el mismo en mercadería.

Discusiones y conclusiones

Después de haber realizado el trabajo de campo y las entrevistas a quienes componen la venta ambulante en las áreas 1 y 2 del centro de la ciudad, se puede concluir lo siguiente:

En las características de los puestos y el uso o no de tecnologías

Se observa una cierta dualidad dentro del circuito inferior de la economía urbana del barrio centro entre las áreas analizadas. Mientras existe un sector de vendedores ambulantes que presentan un alto nivel de modernización, food trucks, existe otro sector con modernización inexistente y que utilizan estructuras precarias sin techo ni protección para las inclemencias del tiempo. Así mismo, el sector con mayor modernización cuenta con estrategias comerciales con variedad de medios de pago que incluye el posnet, permitiendo tener una mayor cantidad de clientes. Lo contrario sucede con los vendedores ambulantes sin modernización tecnológica, estos no cuentan con posnet y el uso de la aplicación de mercado pago es incipiente, pues muchos de estos vendedores han comenzado a trabajar con dicha aplicación desde hace poco. Silveira (2011) afirma que:

Si los nexos financieros inherentes al circuito inferior son el dinero líquido y el fiado, la creciente incorporación de máquinas de tarjetas de crédito y débito en los pequeños establecimientos y en ciertas ferias, así como la expansión actual del crédito y su desburocratización son datos perturbadores para tal circuito. (p.13)

La creciente inclusión de posnet en vendedores ambulantes con mayor modernización, permite el uso de tarjetas de crédito y débito asegurando más ventas, y deja de alguna manera rezagados a los vendedores sin posibilidad de acceder a los servicios del sistema bancario. Así se crea una gran brecha entre estos vendedores, siendo perjudicados los menos modernizados y llevados a buscar otras estrategias comerciales que estén a su alcance para continuar en la actividad, en este caso, con la inserción de la aplicación de mercado pago.

El aumento del volumen de los créditos por parte de los bancos para las diversas clases sociales, y para una parte de los vendedores del Circuito Inferior de la Economía Urbana, hace que los consumidores no frecuenten el mercado de los pobres ya que están fundados en la liquidez y por ende estos resultan afectados. (Silveira, 2011).

Se pudo observar que el nivel de modernización tecnológica es bajo entre los vendedores ambulantes de las diferentes áreas analizadas, existe una diferencia en la utilización de la tecnología, pues como expresa Santos (1979, 2008, cito en Parserisas y Schiaffino, 2018): “Explica que el circuito superior utiliza una tecnología de alto nivel que puede denominarse como “capital intensivo”, mientras que en el circuito inferior la tecnología es “trabajo intensivo” y frecuentemente es de carácter local” (p.79).

De la ubicación de los puestos de vendedores ambulantes

Estos vendedores ambulantes que componen el circuito inferior de la economía urbana del barrio centro sitúan sus puestos de venta en plazas y veredas donde hay gran flujo de transeúntes, ya que existen intersecciones de calles donde se ubican negocios pertenecientes al circuito superior de la economía urbana. Los mismos son grandes supermercados, negocios, bancos y cajeros automáticos que brindan actividades de servicio a los ciudadanos y que poseen otro grado de modernización para el desarrollo de actividades.

La venta ambulante en el área denominada 2, donde se puede ver la precariedad y el trabajo de subsistencia, denota el trabajo intensivo para poder desarrollar la actividad con largas horas en la jornada laboral para la obtención de ingresos.

La relación con sus proveedores

En las entrevistas a los vendedores ambulantes del rubro alimentos se expresó que las compras de sus productos las realizan a proveedores locales, por la necesidad de inmediatez para elaborar los alimentos ofrecidos. En cambio, la mayoría de los vendedores ambulantes de los rubros indumentaria, bijouterie y artesanías, afirmaron que realizan sus compras de mercadería a proveedores de la provincia de Buenos Aires. Parserisas y Schiaffino (2018) aseguran, generalizando, que los vendedores de la economía del Circuito Inferior de la economía urbana encuentran los elementos de su articulación en la ciudad o su región, no obstante, no sucede esta situación con los vendedores ambulantes de nuestra ciudad.

Entonces, en el Circuito Inferior del barrio Centro se genera una división de vendedores con relación a la procedencia de sus proveedores. Existen vendedores que compran en su localidad o región, y otros vendedores ambulantes compran en la mayoría de las ocasiones a proveedores de otra región. Los vendedores del Circuito Inferior Marginal del barrio Centro, como se expresa en el cuadro de la figura N° 10, se incluyen dentro de ésta categoría ya que configuran sus redes comerciales con proveedores de la provincia de Buenos Aires.

Cuestionamientos sobre las estrategias comerciales y espaciales

Las estrategias espaciales que configuran los vendedores denominados ambulantes del Circuito Inferior de la economía urbana del barrio centro de la ciudad de Comodoro Rivadavia, dependen de la movilidad de transeúntes que genera los negocios del circuito superior como lo son los supermercados, bancos, cajeros automáticos que se encuentran situados en calles céntricas y plazas concurridas.

En cuanto a las estrategias comerciales el uso de mercado pago y de posnet que permite realizar compras con débito y crédito, marca una diferencia entre los vendedores ambulantes que solo reciben dinero en efectivo, y se evidencia así una dualidad en la modernización entre distintos vendedores. Con relación a la publicidad de los puestos, sucede lo mismo, aquellos que poseen mayor tecnología y cuentan con un mayor ingreso acceden a publicidades pagas, mientras que quienes perciben menores ingresos solo pueden publicitar sus productos en aplicaciones gratuitas como whatsapp y en redes sociales.

Reflexiones finales

La venta ambulante en el barrio Centro de Comodoro Rivadavia despliega estrategias espaciales y comerciales para desarrollar ésta actividad, pero también constituye redes entre vendedores y actores. En el primer caso, y como se mencionó en un apartado de este trabajo, el comercio ambulante no solo representa el intercambio de productos y servicios, se trata de una actividad libre

que genera lazos de solidaridad y ayuda mutua. Con relación a sus proveedores, se conforman vínculos distantes en los cuales no existe una interacción directa y personal, pero sí una relación comercial efectiva.

El espacio de los vendedores ambulantes estudiados se constituye como un lugar compartido, de trabajo intensivo para poder subsistir diariamente. Ante la necesidad de trabajar surgen nuevas formas de venta ambulante de acuerdo a las posibilidades materiales de cada uno de ellos, es así que de esta investigación subyace la categoría teórica de Circuito Inferior Marginal, que engloba a todos los vendedores ambulantes que realizan la actividad en condiciones precarias con relación a los demás vendedores ambulantes del Circuito Inferior de la Economía Urbana del barrio centro de la ciudad. No obstante, los vendedores entrevistados aseguran que eligen el trabajo informal porque les gusta tener la libertad del intercambio tanto de productos como de experiencias en el espacio público y por cuenta propia, por lo que adoptan a esta actividad como un estilo de vida.

Para concluir, las actividades de ambos circuitos se diferencian fundamentalmente por el uso de tecnología, capital y organización. Sin embargo, es importante mencionar que la existencia de cada circuito es relacional, ambos se vinculan dialécticamente tal como explica Santos (1979, 2008, cito en Parserisas y Schiaffino, 2018): “No hay dualismo: los dos circuitos tienen el mismo origen y el mismo conjunto de causas” (p.56). Son resultado del mismo proceso de modernización tecnológica que genera una marcada división entre ambos Circuitos de la Economía Urbana, si bien entre ellos son opuestos y complementarios, para el Circuito Inferior y el Circuito Inferior Marginal predomina una subordinación en su relación.

Referencias bibliográficas.

- Parserisas, D. y Schiaffino, G. (2018). *Una contribución teórica para el estudio de la urbanización: la teoría de los circuitos de la economía urbana*. En anales de las V Jornadas Nacionales de Investigación en Geografía Argentina y XI Jornadas de Investigación y Extensión del Centro de Investigaciones Geográficas, Tandil, 78-79 <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/10093>
- Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado. La renovación de una disciplina amenazada*. Oikos-Tau.
- Silveira, M. L. (2011). *Urbanización latinoamericana y circuitos de la economía urbana*. Revista Geográfica de América Central. Número Especial EGAL, Costa Rica.