

Centros Comerciales a Cielo Abierto y su implementación en la calle 12 de Octubre

Lo componen tres tipos de comerciantes. Un grupo que posee una visión totalmente positiva, otro con una visión positiva aunque crítica, y, en tercer lugar, un sector con una visión muy negativa.

Mariangel Cacciutto (*)

El programa Centros Comerciales a Cielo Abierto se viene implementando en la ciudad desde el año 2013 con el objetivo de generar asociatividad entre comerciantes y estrategias comerciales conjuntas. En el presente artículo se da a conocer un breve resumen de un trabajo de investigación acerca de la implementación del programa en el centro comercial 12 de Octubre.

En primer lugar ¿De qué hablamos cuando hablamos de Centros Comerciales a Cielo Abierto? El concepto refiere a una agrupación de comerciantes que se vinculan tanto con el municipio como con las cámaras empresarias locales para potenciar la actividad comercial, y también para realizar mejoras urbanas y generar un espacio más atractivo para la movilidad peatonal de residentes y turistas.

En Argentina, existe un programa denominado “Centros Comerciales a Cielo Abierto” (CCCA) que comenzó a implementarse en el año 2001 a partir de un acuerdo entre la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), quién proveyó recursos económicos y apoyo técnico para poder desarrollarlo. CAME se encarga de acercar el programa a las ciudades del país por intermedio de las cámaras empresarias locales, aunque es también fundamental el apoyo político y económico de los municipios.

En el caso de Mar del Plata, su implementación se concretó en el año 2013 a partir de la firma de un convenio entre el Municipio de General Pueyrredon y la Unión del Comercio, la Industria y la Producción (UCIP) para la implementación de doce centros comerciales, algunos de ellos de carácter central y otros de tipo barrial. El municipio en ese entonces decidió priorizar la estrategia de generar asociatividad entre comerciantes a partir de la actuación de los gerentes de cada centro y la conformación de talleres participativos.

En este artículo me abocaré particularmente al caso del CCCA 12 de Octubre, para exponer las percepciones de los comerciantes acerca de este programa y las características de la asociatividad generada a raíz de su implementación. Cabe destacar que, debido a la dinámica de apertura y cierre de comercios, 12 de Octubre es un centro barrial, sin embargo, la presencia de comercios de diversos rubros, sucursales bancarias, centros de pago y del correo, lo constituyen en el centro comercial más importante de la zona sur de la ciudad.

Se han realizado entrevistas a los comerciantes que han permitido conocer sus percepciones acerca de la implementación del programa, en este sentido, se pueden encontrar a grandes rasgos tres posturas: un grupo que posee una visión totalmente positiva, otro con una visión positiva aunque crítica, y, en tercer lugar, un grupo con una visión muy negativa. Cabe destacar que aquellos que poseen una visión totalmente positiva, consideran que el programa CCCA ha logrado integrar a los comerciantes, ha permitido en cierta forma hacer frente a la inseguridad, considerada como la principal problemática de la zona, y a su vez, ha favorecido la implementación de algunas estrategias de comercialización, tales como el programa Locos de Re Martes.

Los comerciantes con una visión positiva aunque crítica reconocen que el programa CCCA es de utilidad para el centro comercial, pero que no ha podido resolver las problemáticas de la zona, aunque reconocen que existen aspectos contextuales tales como la idiosincrasia de los comerciantes, la situación económica de crisis del sector pesquero y la problemática de la inseguridad, que impactan en la implementación. Finalmente, las visiones negativas surgen de la desconfianza hacia el municipio en su capacidad de generar acciones que permitan concretar aquello que se afirma en el plano discursivo.

Finalmente, con respecto a la generación de asociatividad, la mayor parte de los comerciantes entrevistados afirma que ésta se ha incrementado a partir de la participación en las reuniones organizadas en el marco del programa; sin embargo, algunas posturas más críticas consideran que todavía resta mucho por trabajar para poder generar una asociatividad genuina entre comerciantes.

Al respecto, es importante aclarar que el fomento de la asociatividad no es algo que se logra de manera fácil y rápida, sino que requiere de un trabajo de coordinación y sensibilización, tarea que fue asumida por los gerentes de cada CCCA; cabe destacar que la totalidad de los comerciantes entrevistados coincidieron en reconocer la labor de la gerente del centro 12 de Octubre, sin embargo, la eliminación del presupuesto público asignado para poder sostener el gerenciamiento a partir del año 2016, obstaculizó el desarrollo de este proceso.

De todos modos, y tal como se planteó al inicio de este artículo, la idea de generar un CCCA implica el protagonismo de los comerciantes y es por esto importante que aquellos que por diversos aspectos son reconocidos como líderes puedan tener la iniciativa de convocar al resto de a seguir trabajando en forma conjunta para resolver problemas y también facilitar la canalización de demandas al municipio.

Finalmente, es de destacar la importancia de generar una imagen unificada de centro comercial, apelando a la historia y a la identidad; al respecto son muchísimas las ideas que transmitieron los comerciantes durante las entrevistas... el denominador común es la necesidad de que el municipio planifique acciones para intervenir. No es el ánimo de este artículo dar recetas ni consejos –los comerciantes saben muy bien las implicancias de su trabajo y las dinámicas propias del centro comercial- me atrevo solamente a sugerir que den fuerza a sus ideas y que apelen al espíritu de los inmigrantes pioneros: trabajo conjunto y estrategias de autonomía.

(*) Integrante del Grupo de Investigación “Turismo y Sociedad” (CIEyS / FCEyS). Docente en las cátedras

Sociología Aplicada y Metodología de la Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Fuente: <https://www.lacapitalmdp.com/centros-comerciales-a-cielo-abierto-y-su-implementacion-en-la-calle-12-de-octubre/>