

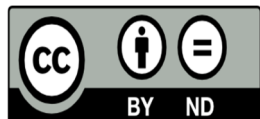
García, Patricia

El desarrollo económico local en el partido de Berazategui como consecuencia de la restricción a la radicación de hipermercados, como estrategia en favor del pequeño y mediano comercio

2019

*Instituto: Ciencias Sociales y
Administración*

Carrera: Licenciatura en Administración



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución – sin obra derivada 4.0
<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Documento descargado de RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Arturo Jauretche

Cita recomendada:

García, P. (2019) *El desarrollo económico local en el partido de Berazategui como consecuencia de la restricción a la radicación de hipermercados, como estrategia en favor del pequeño y mediano comercio* [tesis de grado Universidad Nacional Arturo Jauretche]

Disponible en RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital UNAJ <https://biblioteca.unaj.edu.ar/rid-unaj-repositorio-institucional-digital-unaj>



Trabajo Integrador Final

Título: El desarrollo económico local en el partido de Berazategui como consecuencia de la restricción a la radicación de hipermercados, como estrategia en favor del pequeño y mediano comercio.

Alumna: García Patricia

Tutor Sergio De Piero

ÍNDICE

1 TEMA.....	PÁG. 4
2 INTRODUCCIÓN.....	PÁG. 4
2.1 Objetivos.....	PÁG.5
2.1.1 Objetivo general.....	PÁG.5
2.1.2 Objetivos específicos.....	PÁG.5
2.2 Breve conceptualización.....	PÁG. 5
2.3 Antecedentes.....	PÁG.6
2.4 Justificación.....	PÁG.9
2.5 Planteo del problema.....	PÁG.10
3 MARCO TEÓRICO.....	PÁG.13
4 DISEÑO METODOLÓGICO.....	PÁG.16
4.1 Tipo de estudio.....	PÁG.16
4.2 Método.....	PÁG.16
4.3 Técnicas de recolección de datos.....	PÁG.17
4.3.1 Unidad de recolección de datos.....	PÁG.17
4.3.2 Criterios de inclusión y exclusión.....	PÁG.17
4.3.3 Listado de materiales.....	PÁG.17
4.4 Unidad de análisis y población.....	PÁG.18
4.5 Técnicas de análisis.	PÁG.18
4.6 Factibilidad.....	PÁG.18
5. DESARROLLO.....	PÁG.19
6. CONCLUSIÓN.....	PÁG.35

7. BIBLIOGRAFÍA.....PÁG.38

8. ANEXO.....PÁG.42

1 TEMA.

En este trabajo se analizará el incentivo al desarrollo económico local en el partido de Berazategui, mediante la restricción a la radicación de hipermercados, implementada mediante la sanción de la ordenanza n°3254, como estrategia en favor del pequeño y mediano comercio.

2. INTRODUCCIÓN.

Se define al Desarrollo Económico Local (DEL) como un proceso de transformación del sistema socioeconómico y socioproductivo de un municipio, destinado a elevar y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, proporcionando crecimiento económico y productivo, mejorando así las condiciones sociales del municipio y de sus habitantes.

Es así que las gestiones municipales tienen dentro de sus líneas de acción la promoción del desarrollo económico del distrito, atrayendo a la inversión privada y estableciendo las reglas para una competencia económica que redunde en mejores ingresos para las y los vecinos de sus respectivas localidades, especialmente los de menores recursos económicos.

Para ello, una de las competencias de las municipalidades distritales es la de promover un desarrollo integral del territorio a fin de viabilizar el crecimiento económico, la justicia social y la sostenibilidad ambiental, asegurando la participación de las y los vecinos del distrito.

Por este motivo, hoy en día los municipios impulsan a las economías locales a una lucha incesante por proporcionar desarrollo económico, empleo y de incorporar a la mayor parte de la población al trabajo socio productivo del municipio, mediante la utilización y el empleo efectivo de los recursos con los que cuenta el municipio (naturales, medioambientales, tecnológicos, técnicos, financieros, físicos y humanos), y así estimular la economía y proveer de desarrollo a todos los ciudadanos y ciudadanas en proporción con sus necesidades y capacidades. Definiendo al rol de la municipalidad como un rol promotor de la economía local en tanto facilite la creación de un entorno favorable para el desarrollo de actividades económicas, la atracción de inversiones y la generación de empleo, factores que posibiliten así mismo una mejor calidad de vida para las personas.

Es así que podemos definir a las políticas públicas municipales como la intervención del estado en respuesta a una situación problemática presente en la sociedad, siendo los procesos de descentralización una solución inminente para mejorar el desarrollo en sus

comunidades, y que están aparejados a enfoques de planificación, exigiendo a los decisores públicos ser más permeables al cambio y llevar a cabo un reordenamiento de sus formas de gestión.

En relación con lo expuesto anteriormente, se puede decir que Berazategui se destaca por tomar medidas proteccionistas a favor de los comerciantes minoristas locales. Es por eso que desde 1996, durante la gestión del Dr. Juan José Mussi, se prohibió la instalación de hipermercados en la ciudad, debido a que el comercio local juega un papel muy importante en la vida de la comunidad porque tiene una fuerte relación e influencia con su localidad, teniendo la misión de comercializar los productos o servicios de la zona. El comercio local da vida a sus habitantes y se diferencia de las grandes superficies principalmente por sus materias primas, por su cercanía y por un trato más amable y personalizado, proporcionando además, empleo para sus habitantes.

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

- Analizar políticas municipales de incentivo al desarrollo económico de las pymes en el rubro comercial dentro del distrito de Berazategui.

2.1.2 Objetivos específicos

- Identificar las políticas públicas municipales destinadas a incentivar el desarrollo de las pymes dentro del distrito de Berazategui.
- Comparar las diferentes políticas públicas municipales que se desarrollan en la localidad de Berazategui para fomentar el desarrollo económico local.
- Describir las características de la política municipal de restricción a la instalación de hipermercados dentro del partido de Berazategui.

2.2 Breve conceptualización

El presente trabajo busca analizar las políticas municipales de incentivo aplicadas al desarrollo económico de las pymes en el rubro comercial, del partido de Berazategui. Pudiendo de esta manera identificar dichas políticas, compararlas y describir sus características, abordando conceptos relacionados con el planteamiento del desarrollo

económico local, realizando una aproximación a las herramientas metodológicas utilizadas para la gestión y promoción del desarrollo local y la economía social.

Entendiendo según Villanueva (2009) a las Políticas Públicas como la intervención del estado en respuesta a una situación problemática presente en la sociedad, para corregir o modificar una situación social o económica que ha sido reconocida como un problema, es decir, que una política pública es un conjunto de instrumentos a través de los cuales el Estado, luego de identificar una necesidad (económica, política, ambiental, social, cultural, entre otras), implementa un conjunto de medidas reparadoras, construidas con la participación de los grupos afectados por los diversos problemas.

Otro concepto importante es al que llamamos Desarrollo Local, entendiéndose a éste como un proceso de transformación del escenario socioeconómico y socioproductivo de un municipio, destinado a elevar y mejorar la calidad de vida de sus habitantes y que además de proporcionar crecimiento económico y productivo implica el mejoramiento de las condiciones sociales del municipio y de sus habitantes.

Y según Clérico (2007) Pymes son las pequeñas y medianas empresas esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de 45 trabajadores y que no disponen de los grandes recursos que las empresas de mayor tamaño. Pero a su vez son la columna vertebral de las economías nacionales ya que aportan producción y empleo garantizando una demanda sostenida y motorizando el progreso

2.3 Antecedentes

Albuquerque (2002), en su artículo pretende situar el enfoque sobre el desarrollo económico local, hacia las prácticas eficientes que realizan las municipalidades para promocionar el desarrollo económico local, y cuáles son las prácticas eficientes de funcionamiento que deben incorporar las municipalidades para modernizar su gestión, supone un planteamiento integral y menos simplificador sobre el funcionamiento de las economías. Dicha visión conduce a una estrategia que debe acompañar los esfuerzos del ajuste macroeconómico y el ajuste externo con actuaciones orientadas a lograr la introducción de innovaciones tecnológicas, de gestión y socio institucionales en el conjunto de los diferentes sistemas productivos locales y tejido de empresas existente. De ese modo se trata, en suma, de completar las exigencias del ajuste ante el cambio estructural de

forma que incluya el conjunto de la economía y los actores reales, y no sólo los actores financieros y los grupos de la "nueva economía" globalizada, llegando a la conclusión de que el desarrollo depende siempre de la capacidad para introducir innovaciones al interior del tejido productivo local.

Por otro lado Cuervo González (2017). Describe su visión sobre el desarrollo económico local, haciendo énfasis en las políticas del desarrollo endógeno donde se aprovecha el potencial local a nivel de los recursos humanos institucionales y físicos, basados en variables controladas desde dentro del área, más que en la asignación de recursos provenientes del nivel nacional. En otros términos, el desarrollo local es la búsqueda de crecimiento como forma de mejorar la calidad de vida de la población local, siendo factores definitivos para convertir las posibilidades en realidades, la cultura, la tradición, la historia, el sentido de pertenencia y la capacidad de movilizarse colectivamente.

Por su parte, Demuca (2009), presentó un proyecto que contempla la necesidad de analizar y realizar propuestas para la mejora de las prácticas municipales de desarrollo económico local, que propone una serie de instrumentos orientados a actuar sobre la empleabilidad, empresariedad y competitividad local. Es un proceso integral de generación de conocimiento, capacitación y sensibilización política y técnica para potenciar la formulación e implementación de políticas y herramientas municipales de desarrollo económico local en la región. Considerando que las iniciativas de desarrollo económico local surgen como reacción a las situaciones de crisis económica y la falta de políticas apropiadas desde el nivel central del Estado para enfrentar dichas circunstancias. De esta forma, el fortalecimiento de la gestión municipal para el desarrollo económico local y la competitividad territorial es una etapa importante en el proceso de desarrollo institucional de los gobiernos locales, hacia sistemas y funciones de gobierno más avanzadas.

Otro tipo de investigación es la que presenta Villacorta (2001), donde define el desarrollo económico local como uno de los componentes fundamentales del desarrollo local y sitúa su objetivo principal en la generación de mayor bienestar a la población del municipio por medio de la dinamización de la economía local. En esa línea, cualquier acción que se realice debe procurar y fortalecer la estructura productiva o económica existente en un territorio, así como también otros ámbitos importantes en este momento donde reina la globalización, tales como la educación, las comunicaciones y la capacidad de innovar, por mencionar algunas.

En cambio, Vargas (2004) ofrece una base conceptual sobre las políticas públicas y su extensión hacia las políticas de Estado, con el énfasis en las políticas de promoción del

desarrollo social y económico en el contexto de la descentralización. Además reseña la evolución de las políticas públicas, desde el enfoque del Estado benefactor hasta el enfoque moderno del Estado promotor, y luego explica el proceso de diseño de las políticas públicas, que tiene dos factores claves a tener en cuenta: el primero es la participación de la sociedad que se da cuando se generan condiciones y canales de contacto entre los ciudadanos y el gobierno. Un factor clave es la gestión gubernamental, que debe ser transparente, de calidad, eficaz (lograr metas de atención) y eficiente. Este artículo llama la atención por su referencia a las políticas públicas como medio para transformar una situación de insatisfacción social en una situación de satisfacción social, explicando el proceso de diseño y gestión de políticas públicas, definiéndolas como los proyectos gubernamentales y las actividades administrativas propuestas y gestionadas desde el Estado (a través de un gobierno y de una administración pública) con la finalidad de satisfacer las necesidades de una sociedad en el presente y también en el futuro. Señalando que las políticas públicas son "Todo aquello que los gobiernos deciden hacer o no hacer".

Asimismo la investigación de Cepal (2011), se realizó desde la perspectiva de la planificación para el desarrollo y la gestión por resultados, entregar conceptos, metodologías y herramientas que permitan mejorar la calidad de la formulación e implementación de las políticas públicas en América Latina y el Caribe. Definiendo a las políticas públicas como un plan para alcanzar un objetivo de interés público, es decir, un conjunto de actividades (programas, estrategias procedimientos, leyes, reglamentos) dirigido hacia un objetivo general. En lo que se refiere a la formulación, habla de momentos analíticos, de calidad y duración heterogéneas, que tiene fases y que son interdependientes, y son: Agenda Política, Formulación de política, Proceso de decisión, Implementación y Evaluación. Para implementarlas se pone en marcha la opción seleccionada, que comprende las actividades que se desarrollaron hasta alcanzar los efectos buscados por la intervención pública. Se utilizaron estructuras institucionales (recursos humanos y económicos) para desarrollar la política o supervisar la gestión privada. Como es un proceso de gran complejidad (muchos actores y decisiones) requiere monitoreo y coordinación.

Otra es la visión que da la investigación realizada Hevia(2003), en donde considera que el desarrollo local se logra mediante un fomento productivo responsable y el fortalecimiento de la sociedad, diseñando políticas destinadas para asistir a las PYMES, en donde el Estado debe favorecer la difusión tecnológica, el acceso a los mercados extranjeros y la disponibilidad de infraestructura, debiendo adoptar una visión más estratégica del problema del desarrollo, cuya actividad debe reorientarse para incidir en la colaboración con los agentes económicos y financieros en la búsqueda de diferencias competitivas vinculadas al

territorio y a la utilización de recursos endógenos, auspiciando además la concertación estratégica entre el sector privado y el público, necesaria en un mundo globalizado y competitivo como el actual. Por este motivo, el autor considera que deben formularse políticas públicas destinadas a generar empleo y renta, a fin de combatir el aumento del desempleo en localidades pobres. Siendo este es un proceso donde se organiza el futuro de un territorio.

Podemos analizar también el instructivo desarrollado por el Banco Mundial (2006) que ha sido desarrollado para comprender mejor el Desarrollo Económico Local. Y que según dicho instructivo el propósito del desarrollo económico local (DEL) es fortalecer la capacidad económica de una área local para mejorar su futuro económico y la calidad de vida para todos. Es un proceso mediante el cual los sectores público, privado y no-gubernamental trabajan colectivamente para crear mejores condiciones para el crecimiento económico y para la generación de empleo. Para concluir afirma que tanto las comunidades como los negocios están reconociendo de manera creciente que una economía local exitosa requiere de una renovación social, económica y ambiental, y que debe promover beneficios sociales más amplios para todos los sectores económicos y sociales de las comunidades que se encuentran excluidos y en desventaja.

Como se ha podido ver, existen numerosas investigaciones que abordan el tema de la implementación de políticas públicas de desarrollo económico local, sin embargo se halla una vacancia en el área de la implementación del decreto que impide la instalación de supermercados, mediante el método del ciclo de las políticas públicas en Berazategui, más aún, dando cuenta de la importancia de dichas políticas.

2.4 Justificación

El definir las políticas públicas municipales y su buena ejecución según Bonetti (2017) fortalece la democracia y mejora la gobernabilidad, entendiendo que con ellas se propicia el bienestar de las mayorías, determinando además nuestra calidad de vida, ya que son acuerdos y códigos que le dan forma a cada uno de los aspectos de nuestras vidas. Por este motivo el autor afirma que las políticas públicas a nivel local juegan un papel particularmente importante debido a que es ahí donde pueden ayudar a promover nuevas leyes innovadoras, y además funcionan como herramientas que ayudan a incorporar los intereses del estado y la sociedad. Esto se da mediante objetivos y acciones concretas que sirven para dar respuesta a ciertos problemas que puedan ocurrir en la comunidad.

De aquí la importancia que tiene investigar sobre el caso de Berazategui, donde mediante la sanción de la Ordenanza N°3254 se prohíbe la radicación de hipermercados en Berazategui, como una medida de protección al comercio local, esto sucede debido a que la Facultad de Economía de la Universidad de La Plata, realizó un estudio **“Medición de impacto socio-económico y ambiental generado por la instalación de grandes superficies comerciales”**, donde se comprueba la incidencia negativa que tiene este tipo de emprendimientos con relación a los puestos de trabajo, agravándose esta circunstancia por la eliminación del pequeño comercio familiar, afirmando que los hipermercados hacían perder al distrito 1100 puestos de trabajo, y cuando los locales cerraban sus puertas, ellos aumentaban sus precios. Con lo cual los efectos negativos se potencian, adquiriendo no solo magnitud económica, sino social y ecológica. Por este motivo se afirma que la instalación de grandes cadenas no favorecía el desarrollo del pequeño comercio desde ningún punto de vista. Es así que mediante la sanción de dicha ordenanza se ve claramente el rol protagónico que asume el Estado Municipal para evitar que el vecino comerciante quede desprotegido ante los intereses económicos de las grandes Empresas.

2.5 Planteo del problema

El desarrollo económico local, Albuquerque (2004) lo define como un proceso de transformación del sistema socioeconómico y socioproductivo de un Municipio, destinado a elevar y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, proporcionando crecimiento económico y productivo, mejorando así las condiciones sociales del municipio y de sus habitantes. Es así que frente al deterioro de la calidad de vida de la población, desde hace más de una década, la gestión del desarrollo económico local comenzó a integrar la agenda pública de la mayoría de los municipios, incrementándose las políticas públicas que intervienen a nivel social, económico, laboral y ambiental, dando origen a las políticas de desarrollo local.

Por este motivo Villar (2007) explica que es necesario que el Municipio tenga un rol activo y explícito en el desarrollo de la economía Local, dando un nuevo enfoque a las PYMES, el cual se basa en las políticas públicas de los municipios, que tienden a formar redes de coordinación con el pequeño y mediano comercio, permitiendo identificar convergencias y empatías fructíferas de desarrollo local, optimizando el intercambio de informaciones, mecanismos de coordinación y de colaboración. Para así tomar medidas proteccionistas a favor de los comerciantes minoristas locales, utilizando estrategias de desarrollo económico local orientadas a asegurar mejores condiciones de vida de la población local, tratando de centrarse en la mejor utilización de los recursos locales, a fin de

promover nuevas empresas, puestos de trabajo locales y la construcción de una oferta territorial apropiada de servicios, que sirva de apoyo a la producción.

Por otro lado, según Hevia (2003) las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ocupan un lugar estratégico para el desarrollo local por el papel que tienen en el desarrollo endógeno, los sistemas productivos locales y la especialización flexible. Efectivamente, respecto de las grandes empresas globalizadas, las Pymes tienen una mayor dependencia del entorno territorial para garantizar su supervivencia y desarrollo. Los sistemas productivos locales dependen, en gran medida, de las características de su entorno territorial; las que incluyen a los recursos naturales disponibles y la calidad del entramado productivo local. Otra razón que resalta el papel de las Pymes es su participación en la dinámica del mercado interno y su capacidad de generar empleo, cumpliendo un papel central para el desarrollo del mercado interno.

Podemos afirmar entonces que el desarrollo económico local según Albuquerque (1996) es una política pública municipal que tiene por objetivo el aprovechamiento y desarrollo de las potencialidades endógenas de una comunidad, municipio o región, con el objetivo de crear, de forma sostenible y continuada, riqueza, calidad de vida y empleo estable para los sus habitantes. Esto significa que para el desarrollo de un municipio y sus habitantes, las políticas locales son fundamentales, porque buscan generar bienestar social colectivo e individual, mejorando las condiciones de vida de la población, mediante la actuación conjunta de los actores y agentes socioeconómicos locales públicos y privados, aprovechando de forma racional y eficiente los recursos naturales endógenos existentes, así como también los recursos financieros, físicos, tecnológicos, técnicos y humanos.

La formulación de una política pública municipal para el desarrollo económico local según Demuca (2009) es una tarea exclusiva de los actores públicos, y la responsabilidad sobre la decisión final y el diseño de la política permanece en manos del gobierno. Para ello, primeramente se debe identificar el problema, realizando un análisis del contexto para luego definir objetivos y metas relevantes, detectando y generando los posibles caminos o alternativas para llegar a dichos objetivos, y por último comparar los impactos de esas vías alternativas, pudiendo utilizarse las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información, así como la reorganización de los procesos productivos locales según la orientación hacia los mercados. La implementación de dicha política se da una vez que se pone en marcha la opción seleccionada, que comprende todas las actividades desarrolladas para alcanzar los efectos buscados, utilizando estructuras institucionales como los recursos humanos y económicos, que se utilizan para desarrollar y supervisar la gestión de la política. Por último la evaluación permite analizar las políticas públicas para mantenerlas,

modificarlas o terminarlas, y así medir el impacto que dicha política tuvo comparándola con estándares implícitos o explícitos para poder, de esta manera, contribuir a su mejoramiento.

Planteadas estas cuestiones generales que según Villar (2007) justifican la implementación de políticas de apoyo a las Pymes, se procede a analizarlas: dichas políticas se han agrupado de una forma que permita proponer algunos tipos de intervención. Así, en primer lugar se encuentran las destinadas a ampliar el mercado, tanto interno como externo, entre las cuales se destacan las oficinas de apoyo al comercio exterior. Luego, las que tienen como fin la búsqueda del incremento de la productividad de las empresas a través de la innovación y la articulación con el sector educativo y científico-tecnológico. Uno de los principales desafíos que enfrentan las Pymes y sobre los que pueden actuar las políticas municipales, es la ampliación del mercado para colocar los productos locales. Para esto se han generado dos tipos de programas. Unos, destinados principalmente al mercado interno, y otros, al externo. Los primeros son las ferias regionales o nacionales para exponer la producción local. Los segundos se orientan al estímulo del comercio exterior. Las ferias de productos locales se han expandido desde fines de la década de los noventa y particularmente desde la crisis de 2001. En algunos casos se han apoyado en la estructura de las clásicas ferias francas 50, o se han creado nuevos espacios para la comercialización de los productos locales. Se pueden encontrar las que se orientan a los microemprendimientos, a los productos de tipo artesanal y, finalmente, también las de tipo general. La periodicidad les otorga, también, diferentes características. En un extremo se hallan las que tienen una presencia sistemática, que suelen ser semanales o mensuales, y en el otro las que se realizan una vez al año como grandes eventos locales. En el primer caso se atrae un público local y microrregional, mientras que en el segundo se amplía el espectro de público y consumidores a una esfera regional y nacional.

En relación a lo expuesto anteriormente podemos destacar como ejemplo el caso de Berazategui, que desde 1996, durante la gestión del Dr. Juan José Mussi, se prohibió la instalación de hipermercados en la ciudad, para sostener y proteger a los comercios locales, que trabajan para levantar su negocio y que generan empleo. Es una filosofía que hoy en día continúa en pie gracias al compromiso del intendente Juan Patricio Mussi, quien desde hace 8 años resiste los embates para instalar hipermercados en la ciudad.

Asimismo, el presidente del Centro Comercial e Industrial local, Alberto Bloise, graficó la trascendencia de la medida

“Teniendo en cuenta el difícil momento que ahora atraviesa el país, si esta ordenanza no se hubiese sancionado, en Berazategui habrían cerrado comercios masivamente, al igual que ha venido ocurriendo en este último tiempo en ciudades vecinas, que no tuvieron la misma suerte que nosotros”.

<https://info135.com.ar/2018/05/15/la-ordenanza-que-prohibe-hipermercados-en-berazategui-cumplio-18-anos/>

Esto sería debido a la difícil situación que ahora atraviesa el país, al igual que ha venido ocurriendo en este último tiempo en ciudades vecinas, que no tuvieron la misma suerte que Berazategui. Por este motivo se sanciona la ordenanza N° 3254, la cual no autoriza la radicación en Berazategui de aquellos grandes emprendimientos a los que alude la ordenanza N° 2960 del año 1996, que establecía las condiciones para la instalación de actividades destinadas a centros de compra de gran escala, súper e hipermercados minoristas y/o mayoristas, con una superficie cubierta mayor a los 1.000 m², ya que está comprobada la incidencia negativa que tiene este tipo de emprendimientos con relación a los puestos de trabajo, agravándose esta circunstancia por la eliminación del pequeño comercio familiar con lo cual los efectos no valiosos se potencian, adquiriendo magnitud económica, social y ecológica, siendo el Estado Municipal el que debe defender estos altos intereses comunitarios, evitando que el vecino comerciante quede desprotegido ante intereses económicos de magnitud inusitada ya sean empresas nacionales, extranjeras o las novedosas fusiones con probables consecuencias monopólicas.

Otro ejemplo de cómo Berazategui sostiene el empleo local, es el caso de la promoción de las exportaciones, que se realiza a través de un programa llamado PEX (Promoción de Exportaciones) que es impulsado por la Secretaría de Trabajo local. Esto demuestra como sigue apoyando a las PyMEs locales que afrontan una coyuntura económica actual poco favorable.

El desarrollo de este tema se resume en la siguiente pregunta ¿Cómo son las políticas de incentivo al desarrollo económico de las pymes en el rubro comercial dentro del distrito de Berazategui ?

3. MARCO TEÓRICO

El primer concepto que se define es Desarrollo Local, donde Albuquerque (2003) lo presenta a través de un enfoque territorial, y dice que puede ser considerado como un intento “de abajo hacia arriba” de los actores locales por mejorar los ingresos, las oportunidades de empleo y la calidad de vida en sus localidades, como respuesta a las fallas de los mercados y a las políticas del gobierno nacional en proveer lo que se necesita,

especialmente en zonas subdesarrolladas o que están atravesando por una etapa de ajuste estructural. Este enfoque supone el abandono de las actitudes pasivas, aquellas que son dependientes de la ayuda externa, y se basa en la convicción del esfuerzo y decisión propias para establecer y concertar localmente la estrategia de desarrollo a seguir. Si bien esta definición es muy útil, es muy abarcativa ya que el presente trabajo se centra en el Desarrollo Económico Local y que según Barquero (1998) lo define como un cambio estructural en las economías locales a través de la explotación de las potencialidades del territorio para aumentar la calidad de vida de la población, transformando su aparato productivo y elevando la economía e ingresos financieros, generando así, un mayor empleo y mejorando la vida de los habitantes, apuntando al fortalecimiento y financiamiento de políticas públicas que fomenten estrategias de desarrollo local.

Otro concepto que es necesario definir es el de Políticas públicas a las que Torres-Melo (2013) se refiere como decisiones y acciones que son coherentes entre sí, que poseen una intencionalidad y que se plantean con el fin de resolver un problema políticamente definido como colectivos en base a sus características. Es por esto que es prudente mostrar cuáles son esas decisiones –en este caso tomadas por el Estado a nivel municipal- que marcan y definen la política en cuestión.

No obstante, Tamayo Sáez (1997) las define como un conjunto de objetivos, decisiones y acciones que realiza el Estado para resolver los problemas que son considerados importantes por la sociedad. Es por eso que las políticas públicas se pueden entender como un proceso que se inicia cuando un gobierno o un directivo público detecta la existencia de un problema que, por su importancia, merece su atención y termina con la evaluación de los resultados que han tenido las acciones emprendidas para resolver o calmar ese problema.

Siguiendo esta misma línea, Oszlak y O'Donnell (1982) afirman que las políticas públicas son un conjunto de acciones y omisiones, las cuales demuestran una determinada forma de intervención del Estado en relación con un tema que atrae la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil. Como podemos ver esta definición reconoce la existencia de un elemento relacional detrás de toda política pública, al plantear que es una “respuesta” a una cuestión que ha generado la atención o interés de ciertos actores sociales o económicos. Por lo tanto, podemos asumir entonces que la Política Pública supone una “demanda” y que detrás de ésta existen actores e intereses con potenciales conflictos. Establecido este concepto, lo relaciono con el tema que se desarrolla, pudiendo identificar varios de los elementos y actores, que en este caso serían: El Municipio, los vecinos, los productores y los comerciantes de Berazategui. Y la demanda sería: el incentivo al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas fomentando el

consumo interno, siendo la “respuesta”: la sanción de la ordenanza N°3254 que restringe la radicación de supermercados en el distrito. Sin olvidar un punto importante que se nombró anteriormente que es la “omisión”, que en esta definición está incluida como una acción por parte del Estado, lo que significa que como el Gobierno Nacional hace caso omiso a las demandas de la población, el Gobierno Local debe asumir esa responsabilidad, siendo así, significa que es competencia de los municipios hacerse cargo de estas problemáticas.

No obstante, esto no siempre fue así, ya que según Cravacuore (2007) las competencias son las tareas o servicios que corresponden en forma exclusiva al municipio, es decir, el campo de acción natural del gobierno municipal y que históricamente se remitía a tres grandes campos de intervención como la construcción y mantenimiento de la infraestructura urbana, la regulación y control de las actividades que se desarrollan en el territorio y la asistencia a la población en riesgo.

También es importante definir qué se entiende por Pyme, y según el Banco Europeo de Inversiones (BEI), son las pequeñas y medianas empresas aquellas con menos de 500 trabajadores y con una participación máxima de un tercio del capital en manos de una empresa de grandes dimensiones.

En cambio, siguiendo la definición adoptada por la cuarta directiva de sociedades de la Unión Europea (UE), se considera que una empresa es pequeña cuando cuenta con menos de 50 empleados, su activo neto no supera 1,2 millones de euros y sus ventas no alcanzan los 5 millones. Las empresas medianas son aquellas que cuentan con una plantilla comprendida entre 50 y 250 empleados, tienen un activo neto comprendido entre 1,2 y los 2,7 millones de euros y un volumen de ventas que oscila entre los 5 y los 10,7 millones. Las grandes empresas, según esta misma directiva, son aquellas que tienen en plantilla, al menos 250 trabajadores, un activo neto superior a los 2,7 millones de euros y un volumen de ventas que supera los 10,7 millones. No obstante en Argentina se define a las PyMEs según los criterios establecidos en el último cuerpo legislativo de la Ley N° 24.467/1995, en el artículo 83 señala que una pequeña empresa es aquella que reúna las dos condiciones siguientes: que plantel no supere los cuarenta (40) trabajadores y que tengan una facturación anual inferior a la cantidad que para cada actividad o sector fije la Comisión Especial de Seguimiento del artículo 104 de esta ley.

A su vez Lowi (1972) define al tipo de política pública como redistributiva porque tiene la característica de afectar el comportamiento del entorno general de los ciudadanos y que implica una coerción máxima e inmediata, siendo el Estado el que prohíbe u obliga,

limitando así las libertades individuales de los habitantes, como es el caso de la implementación de un decreto.

Por último Belocal.com (2018) define al Comercio Local como aquel que tiene una fuerte relación con una determinada comuna y que presenta una gran influencia en la localidad donde está ubicado, teniendo como misión comercializar los productos o servicios de dicha zona. El comercio local da vida a sus habitantes y se diferencia de las grandes superficies principalmente por sus materias primas, por su cercanía y por un trato más amable y personalizado. Aquí los números no son tan importantes, sino que se tiene en cuenta que gracias al comercio local se pueden generar nuevos empleos, disminuyendo así el paro de una determinada región. Siguiendo la misma línea Comercioventas.com/ blog (2017) afirma que el Comercio Local es aquel comercio el cual está arraigado en una localidad y comercia sus productos en la zona, esto significa, que hace referencia al esfuerzo colaborativo para construir economías basadas en productos de la localidad, jugando un papel importante en la comuna, afirmándose que este tipo de comercio es el que le da vida a una localidad, algo que realmente muchas veces no pueden hacer los grandes corporativos.

4 DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de estudio

La investigación tiene un diseño descriptivo-transversal, ya que permitió identificar cómo fue el Desarrollo Económico Local en el distrito de Berazategui en un momento determinado y las Políticas Públicas municipales que se implementaron a favor del pequeño y mediano comercio, dándolas a conocer, y mostrando en qué consiste el tema específico de esta investigación.

4.2 Método

El método de la investigación que sirvió para abordar y enfocar el problema fue un análisis cualitativo con un enfoque interpretativo, ya que esta investigación se centró en el Desarrollo económico local, más específicamente en las políticas públicas municipales implementadas como medidas proteccionistas a favor del pequeño y mediano comercio, haciendo foco en la política pública como la sanción de la ordenanza N°3254 que impide la radicación de hipermercados en Berazategui.

4.3 Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue:

La entrevista abierta, la cual permitió tener flexibilidad en las preguntas y en la profundización, y fue dirigida a un representante de la secretaría de Desarrollo Comercial de la municipalidad de Berazategui

Un análisis de la política pública, así como también de resoluciones y reglamentaciones y ordenanzas.

4.3.1 Unidad de recolección de datos

La unidad de recolección de datos fueron los funcionarios del Municipio al cual se les realizó una entrevista para obtener la información necesaria para la investigación.

4.3.2 Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión son aquellas características que debe tener la unidad de recolección de datos para formar parte de la investigación.

Es decir, que el criterio de inclusión para esta unidad de análisis es ser funcionario de la Municipalidad en el área de Desarrollo Comercial o que esté relacionado con las políticas públicas de protección al pequeño y mediano comercio. Ya que a través de ellos se recolectará la información necesaria.

4.3.3 Listado de materiales

Las fuentes secundarias son:

- Investigaciones previas relacionadas al tema
- Participación de una clase abierta de Políticas Públicas en la UNAJ el día 8 de octubre
- Artículos de revistas virtuales
- Boletines oficiales de la Municipalidad
- Información general de la página web del Municipio.

4.4 Unidad de análisis y población

La unidad de análisis de esta investigación fue la política pública municipal que prohíbe la radicación de hipermercados en el distrito de Berazategui.

La población fue aquella a la que estaba dirigida la política, es decir, en quien impactó la política, que en este caso son todas las pequeñas y medianas empresas.

4.5 Técnicas de análisis.

Una vez que se identificó la unidad de análisis, se procedió a recolectar los datos necesarios a través de las técnicas de recolección antes mencionadas, para luego realizar una revisión de los mismos a través de la lectura y la observación, logrando de esta manera, organizar la información obtenida, para poder realizar el análisis pertinente.

4.6 Factibilidad

Esta investigación fue factible de realizarse porque se cuenta con todos los recursos materiales, económicos y humanos necesarios para realizarla, es decir, se contó con la información teórica importante, con el dinero necesario para trasladarse hasta la Municipalidad de Berazategui y a comercios de la zona, y además se cuenta con el contacto de funcionarios del Municipio y dueños de dichos comercios a los cuales se les realizará las entrevistas que brindarán, de esta manera, información imprescindible y pertinente para la investigación

Los funcionarios que trabajan en el Municipio a los que se entrevistaron, conocen bien el tema de esta investigación y fueron recomendados por personas allegadas. Los dueños de las pymes eran gente vecina que tienen sus comercios en el distrito y no tienen ningún inconveniente de brindar información que sea útil para la investigación. Y los recursos económicos para el traslado son propios.

Por último la información teórica necesaria para la investigación se encontró en libros y en las redes, ya sea en las bibliotecas virtuales, o en los boletines oficiales de la Municipalidad, o también en su página web, esto hizo más fácil la recolección de la información necesaria, importante y pertinente para la investigación.

5. DESARROLLO

La Municipalidad de Berazategui, puntualizó que comprar productos berazateguenses aporta al crecimiento económico de la ciudad, generando puestos de trabajo, siendo un motivo de orgullo ciudadano ya que ayuda a los vecinos para que puedan acceder a mejores precios (www.berazategui.gov.ar/gondolalocal/hechoenbera).

Por este motivo es que desde el Municipio se sigue propiciando y protegiendo el comercio local y familiar, porque son éstos los que dan trabajo a la mayoría de los ciudadanos, muy a pesar del reiterado interés de las grandes cadenas de supermercados en establecer sus sucursales comerciales de gran escala conocidas como Súper e Hipermercados, que pudieron verificarse a través del estudio realizado por la Facultad de Economía de la Universidad de La Plata -"Estudio de la Facultad de Economía de la Universidad de La Plata (1999) "Medición de impacto socio-económico generado por la instalación de grandes superficies comerciales" - que confirma que la instalación de grandes sucursales podría amenazar la organización comercial del Partido berazateguense perjudicando a los pequeños comerciantes locales que se encontrarían en desventajas competitivas debido a la cantidad de recursos con los que estas grandes firmas multinacionales cuentan y que, por supuesto, supera ampliamente al capital del comerciante minorista, pero que de todas maneras no produce la misma cantidad ni calidad de puestos de trabajo.

Los estudios a los cuales se hace referencia marcaron que por un hipermercado que generaba 450 puestos de trabajo, 2 mil comercios iban a tener que cerrar, es decir 2 mil familias berazateguenses se quedarían sin trabajo. La principal causa de este problema, mencionada en el párrafo anterior, tiene que ver con las desventajas comparativas en cuanto a la gran cantidad de recursos –ya sean económicos, humanos o legales, entre otros- con los que cuentan estas grandes cadenas comerciales, que superan ampliamente al capital del comerciante minoritario, que les otorga un poder tal como para influir en las decisiones de Estado y que, en la mayoría de los casos, les permiten hacer prevalecer sus intereses aún si un amplio sector de la sociedad los rechaza.

Como se menciona en el marco teórico de este informe, las políticas públicas municipales responden a los intereses de los grupos sociales que padecen los efectos negativos de la conducta que ocasionó el problema y que la política pública busca resolver. En este caso esos grupos sociales son los comerciantes minoritarios locales que, como ya se dijo, no pueden sostener sus precios y competir al margen de las grandes cadenas de supermercados por todas aquellas razones que ya han sido mencionadas y que, al establecerse estas grandes instalaciones comerciales en sus jurisdicciones, pierden

ganancias, su negocio se hace insostenible, van a la quiebra y se destruyen así puestos de trabajo de mejor calidad, cantidad y estabilidad. Otro grupo más que se ve damnificado por la instalación de estas multinacionales es el de los consumidores, en otras palabras, toda la ciudadanía berazateguense. Esto es así ya que si bien se cree que los súper e hipermercados venden más barato, esto sucede sólo mientras hay competencia por parte de los comerciantes locales, ya que una vez eliminado el minorista y ante la falta de competencia, estas grandes cadenas se establecen como monopolios y regulan entonces los precios según su propio juicio, ya que a menos que exista un ente regulador como el Estado que se encuentre del lado del consumidor y regule los precios, estos últimos suelen subir a niveles que distan de ser rendidores y de marcar verdaderamente la diferencia. También podríamos identificar al Estado Municipal como uno más de estos grupos damnificados, ya que ante la falta de trabajo ocasionada por la destrucción del comercio minoritario local y ante la suba indiscriminada de los precios por falta de competencia, este se acarrearía problemas de índole social que generarían una imagen negativa para la intendencia y un aumento del gasto público importante para mantener a aquellos desocupados a causa de la instalación de las mencionadas multinacionales.

Por lo dicho anteriormente, es que el Gobierno Local ejerce competencias que, aunque no le son propias, asume la responsabilidad de hacerse cargo de ciertas problemáticas que no le corresponden, pero que no puede hacer caso omiso ya que el fin del Municipio es el bien común de la población. El principal actor que impulsó la política pública a la cual se vuelca esta investigación y quien además previó las consecuencias que podría traer la instalación de grandes cadenas comerciales en Berazategui, fue el doctor y por aquel entonces –año 1996- intendente del mencionado Partido, Juan José Mussi. El visualizó los inconvenientes que este hecho –de darse- generaría e impulsó las medidas que desde entonces se fueron desarrollando con el fin de proteger al comerciante minoritario local, asegurando el bienestar de la sociedad berazateguense y evitando la destrucción de miles de puestos de trabajo de calidad y además, como ya se dijo, al ser eliminados los comerciantes locales estas cadenas se establecerían como monopolios controlando los precios a su gusto a causa de no poseer una competencia que los obligue a modificar su oferta, ya que la demanda sería siempre la misma y esto repercutiría negativamente en los consumidores quienes, al tratarse de bienes básicos y altamente necesarios, no tendrían otra alternativa que la de pagar sin importar los montos ([“Berazategui sin híper”](#)).

Por lo tanto se llegó a la conclusión de que si el Estado a nivel municipal no actuaba sobre este problema, las consecuencias negativas podrían ser mucho mayores a los beneficios. Es por eso que desde hace unos años y a la actualidad las competencias de los municipios

se fueron ampliando, debiendo implementar políticas públicas municipales para el desarrollo económico local, en respuesta a las necesidades y demandas de la población.

Lo cierto es que mientras varios distritos decidieron abrirles las puertas a las grandes cadenas multinacionales de productos minoristas, la Municipalidad de Berazategui impulsó un proyecto que fue aprobado por el Concejo Deliberante para impedir que llegaran al partido. Ese proyecto fue la sanción de la **Ordenanza N°2960**, que ocurrió en el año 1996 en donde el intendente de Berazategui, Juan José Mussi, previendo las consecuencias que traería en su Partido el hecho de dejar a las grandes cadenas de súper e hipermercados radicarse en territorio berazateguense, sancionó junto con quienes conformaban la intendencia en aquel momento y con apoyo del Honorable Concejo Deliberante dicha Ordenanza, que prohíbe la instalación de grandes superficies comerciales en el mencionado Municipio, buscándose implementar medidas que protejan al comerciante minoritario y que restrinjan la entrada al municipio de grandes cadenas de supermercados.

La decisión de esta sanción, se basó en un estudio que dio como resultado que un hipermercado que generaría tan solo 450 puestos de trabajo desestabilizaría a 2 mil comercios que iban a tener que cerrar, es decir 2 mil familias berazateguenses perderían su fuente de trabajo. La ordenanza mencionada declara que siendo que existe una tendencia a la instalación de grandes centros de compra en la trama urbana existente, que la actividad comercial a gran escala acarrea complicaciones en cuanto al tránsito vehicular, carga y descarga de mercaderías, movimiento de transporte público y malestar en los vecinos a causa de sus diversas actividades, y siendo además que estos súper e hipermercados distorsionan las condiciones de mercado alternado de oferta y de demanda, es que todo proyecto de esa envergadura deberá ajustarse a las condiciones establecidas en la misma. Esas condiciones van desde regulaciones en la superficie ocupada por las instalaciones y locación zonal de las mismas, hasta reglamentaciones en materia de radicación, habilitación, seguridad, construcción, salubridad, higiene, bromatología y medio ambiente. Este camino permitió transformar la realidad local y generar un presente pujante que es el resultado directo de los casi 10 mil comercios abiertos durante la última década.

Años más tarde y ante la aparición de cadenas exprés que pertenecen a hipermercados, se incorporó mediante la **Ordenanza N° 3254**, la prohibición de las sucursales a gran escala. Dicha ordenanza sanciona la no autorización de los grandes emprendimientos a los que alude la ordenanza mencionada en el párrafo anterior que, aunque con un nombre diferente, pertenezcan a la misma cadena comercial o que puedan abrir bocas de expendio de menor escala, autorizando solo 3 bocas para cada emprendimiento que se adecue a la Ordenanza vigente. Todo esto considerando la creciente posibilidad de radicaciones en Berazategui de

Súper e hipermercados y teniendo en cuenta la comprobada incidencia negativa que tienen esos emprendimientos con relación a los puestos de trabajo. Esta posición adoptada por la Comuna se vio convalidada por la Justicia que respaldó las acciones del intendente Patricio Mussi. A pesar de las demandas por parte de las grandes cadenas, la gestión siempre promovió las medidas proteccionistas.

En el 2013, ya con Patricio Mussi como intendente de Berazategui, quien sostiene la misma postura que antecesor en el cargo público que ocupa tuvo para con la problemática mencionada, el Honorable Concejo Deliberante Sancionó la **Ordenanza N°4939** que da origen a la Oficina de Gestión Inmobiliaria municipal, la cual actúa como intermediario en la resolución de conflictos relacionados con el alquiler de locales comerciales de forma gratuita, es decir, que actúa como intermediaria sin cobrar ningún tipo de comisión. Se trata de un organismo permanente de mediación y arbitraje para la superación de conflictos relacionados con el alquiler de locales comerciales que no tiene antecedentes en el país. La ordenanza mencionada responde al reclamo efectuado por el Centro Comercial e Industrial de Berazategui en cuanto a la situación planteada en torno al desarrollo de actividades comerciales y/o de servicios en el municipio y como se dijo anteriormente busca establecer, mediante una norma jurídica con fuerza de Ordenanza, un conjunto de medidas que tiendan a impedir en el Partido de Berazategui la propagación de conflictos jurídicos derivados de una deficiente aplicación de las normas que rigen la celebración, interpretación, ejecución y cumplimiento de los contratos de locación de inmuebles destinados al funcionamiento de locales comerciales. De esta manera se declara de Interés Público Municipal la mediación de la Municipalidad de Berazategui en todo conflicto que se genere a partir de la celebración, interpretación, cumplimiento y ejecución de contratos de locación de inmuebles con fines comerciales. Es entonces importante para el Municipio velar por la vigencia de prácticas de lealtad y buena fe entre las partes involucradas que fomenten la actividad comercial como fuente de producción de bienes, servicios y empleo. Este organismo se denomina como ORGANISMO PERMANENTE DE MEDIACIÓN Y ARBITRAJE PARA LA SUPERACIÓN DE CONFLICTOS RELACIONADOS CON EL ALQUILER DE LOCALES COMERCIALES y está integrado por un representante del Departamento Ejecutivo, uno del Departamento Deliberativo y otro del Centro Comercial e Industrial de Berazategui. En esta ordenanza también aparece el procedimiento de medición y arbitraje junto con las normas que lo rigen y demás tramitaciones que deben llevarse a cabo durante el mismo.

Para el año 2018, bajo el mismo mandato, el Honorable Concejo Deliberante Sancionó la **Ordenanza N°5588**, que consistía de la recepción, tratamiento y/o habilitación de Supermercados, Minoristas, Mayoristas y/o Autoservicios, con una superficie mayor a 50 m²

hasta que se realice el Censo 2020 y se evalúen los resultados demográficos que el mismo arroja, ya que es alarmante el descenso del consumo interno que viene afectando al pequeño comerciante que se encuentra en una situación sumamente complicada toda vez que, además de tener que enfrentar este descenso del consumo, debe también soportar una competencia en aumento que satura la demanda. Por este motivo, esta situación viene poniendo en peligro la conservación del empleo en el sector, donde los grandes supermercados implementan políticas de contracción impulsando medidas como los retiros voluntarios, despidos, suspensiones, etc. Mientras que el pequeño comerciante directamente no puede subsistir debiendo cerrar en la mayoría de los casos la única fuente de ingreso familiar.

Como puede observarse, la política berazateguense de no permitir la instalación de hipermercados dio sus frutos ya que hubo apertura de más de 10 mil comercios en la última década.

En definitiva fue mediante legislaciones y un acentuado accionar e interés del municipio en dicha problemática que pudieron prevalecer los intereses del vecino y de los comerciantes minoritarios de Berazategui que, en este caso, estaban y están unidos a los del Estado en cuanto a nivel Municipal se refiere.

A continuación se describen otras políticas públicas municipales o programas, que implementa el Municipio desde la Secretaría de Desarrollo Comercial, que promueven el desarrollo económico local protegiendo al pequeño y mediano comercio, y que tiene como objetivo alentar el consumo en medio de la actual coyuntura inflacionaria que atraviesa el país y que suele agravarse llegado fin de año, es por eso que la Municipalidad de Berazategui ofrece diferentes alternativas para ayudar a los vecinos, productores, industriales y comerciantes locales, fundamentalmente a través de programas que permiten comercializar y acceder a productos de calidad y a mejores precios.

Entre estas iniciativas impulsadas por la gestión del intendente Juan Patricio Mussi, se encuentran Bera Ofertas, Mercado Vecino, Yo Compro en Bera, Góndola Local, PEX (Promoción de las exportaciones), cédula ID, y hasta un acuerdo con el Centro Industrial de Panaderos local, para que el precio del pan sea mucho más económico al que se encuentra habitualmente.

Góndola local

Este Programa surge con el propósito de estimular en todos los vecinos de Berazategui la preferencia por la compra de productos manufacturados, fabricados y elaborados en la

Ciudad, desde la Secretaría de Desarrollo Comercial del Municipio en el 2018 se lanzó dicho Programa, es una nueva propuesta pensada para fomentar la compra de productos elaborados por industrias de Berazategui, fortaleciendo el comercio y el consumo local. Este programa o política ayuda al crecimiento del pequeño y mediano comercio debido a que genera nuevos puestos de trabajo, aumentando de esta manera el crecimiento económico del distrito, siendo además, un motivo de orgullo ciudadano.

Al ingresar a los comercios adheridos, los productos incluidos en el Programa Góndola Local están identificados con la leyenda “**Hecho en BERA**” y exhibidos en góndolas y stands de comercios mayoristas y minoristas de la Ciudad.

Algunos de ellos son: el papel higiénico y servilletas de la marca “Family”; los cepillos, escobas, secadores de piso y cabos de “Salzano”; las tapas de empanadas y pascualinas “Delicias Doradas”; el tomate triturado “Preto”; los caldos y sopas instantáneas “Safrá”; los escobillones y escobas “Sina”; los snacks y golosinas “Chil”; el agua envasada “Ivess”; los fideos “Qué Rico”; los artículos de limpieza “Zap”; las esponjas, paños y repasadores “Romy”; las barras energéticas y snacks de “El Makzal”; el agua envasada “Salvagno” y “Bilagos”; las bolsas de residuos de “Apanaal”; el azúcar “Fugaz”; los alfajores, galletitas, bocaditos y cañoncitos “Nurko”; las tapas de empanadas “Cuneo”; las esponjas de “Todo Esponja”; los fideos sin T.A.C.C “Teramo”; los escobillones de “Duramax”; el papel higiénico de “Calipso”; y las esponjas de “Boob”, entre muchas otras.

También, se pueden conocer las ofertas de los comercios locales a través de la web **www.beraofertas.com.ar**, donde aparecen amplios y variados productos de limpieza, perfumería, frutas, verduras, hortalizas, carnes, almacenes, comestibles, bebidas, alimentación saludable, entre otros; y ahora, también, productos “Hechos en BERA”.

Bera Ofertas

Debido al contexto inflacionario, la Municipalidad de Berazategui trabaja en alternativas para ayudar tanto a vecinos como a comerciantes locales. Por este motivo puso en funcionamiento, desde inicio del 2019, el portal web “**Bera Ofertas**” (www.beraofertas.com.ar), donde periódicamente se publican las distintas ofertas de la semana en los más variados rubros y comercios de los barrios de este distrito, favoreciendo así tanto a los consumidores como a los comerciantes de Berazategui, dicha plataforma reúne las ofertas de todos los comercios del partido, cada uno de ellos puede dar a conocer los productos con los que cuenta, exhibiendo y promocionando de esta forma su local. Además, Bera Ofertas también brinda la posibilidad de informarse sobre las promociones

desde su página de Facebook (www.facebook.com/BeraOfertas), donde los usuarios pueden analizar y comparar los precios ofrecidos por los diferentes comercios en los más amplios y variados productos de limpieza, perfumería, frutas, verduras, hortalizas, carnes, almacenes, bebidas y comestibles, entre otros. Para sumarse a la propuesta y poder promocionar allí sus productos, los comerciantes deben acceder a la misma página y dejar allí sus datos. Luego, personal del Municipio se contactará de manera privada y completará los pasos necesarios.

Yo Compro en Bera

Es una campaña comercial donde se ofrecen descuentos a partir de una efeméride o temática en cuestión, para incentivar el consumo mientras el vecino puede acceder a promociones. De ella participan gran cantidad de comercios de todas las localidades de la ciudad que en fechas de celebraciones (Navidad, Día de la Madre, Día del padre, Día de los enamorados, entre otros) ofrecen ofertas y beneficios especiales para que los vecinos puedan aprovechar a la hora de su compra. Esta iniciativa se encuentra diseñada para lanzarse exclusivamente en el marco de fechas especiales, con el fin de facilitarles a los vecinos las compras y fortalecer el consumo interno, a través de importantes descuentos y promociones en más de 50 comercios de diferentes rubros.

Para acceder a estos beneficios, los interesados ingresan al Facebook de la Municipalidad (www.MuniBerazategui), en el evento Yo Compro en Bera -y la fecha especial-, donde encuentran los descuentos en artículos para el hogar, blanquerías, gastronomía, decoración, indumentaria, Pet Shops, jugueterías, mercería y vinotecas, entre otros.

Cuyo objetivo principal de este programa es fortalecer el consumo interno, a través de campañas que buscan fomentar el consumo local y generar un importante flujo comercial durante las fechas más destacadas de cada mes. De este modo, los comercios acceden a un plan de difusión gratuito, teniendo un mayor alcance, llegando a un nuevo público y generando acciones alternativas que se convierten en ventas.

En tanto, los vecinos tienen la posibilidad de aprovechar descuentos y promociones de hasta un 50%, lo que representa una gran ayuda para las compras en fechas importantes, además de poder hacerlo en Berazategui, sin la necesidad de tener que trasladarse hacia centros comerciales de partidos vecinos; y generando un aporte a la economía interna.

De esta manera se logra:

- Posicionar a los comercios minoristas de la ciudad, que son fuentes generadoras de empleo y de crecimiento de la economía local.
- Que los vecinos puedan consumir localmente accediendo a descuentos y promociones.
- Consolidar el desarrollo comercial de la ciudad.

Este inédito Programa ya cuenta con la participación de 16 industrias, 36 marcas, 99 líneas de productos y 124 comercios -97 minoristas y 27 mayoristas adheridos-. El propósito de esta iniciativa, impulsada por la gestión del intendente Juan Patricio Mussi. La premisa es que si el distrito ofrece buenos productos y más económicos, se incentiva el consumo interno y esto, a su vez, genera un círculo virtuoso que hace crecer el comercio local. El proyecto está destinado a los comerciantes mayoristas y/o minoristas, para que exhiban de forma destacada la mercadería fabricada por las industrias radicadas en Berazategui. Abarca los rubros alimenticios, de bebidas, limpieza y otros que conforman las cadenas de distribución, como supermercados y autoservicios.

Cedula ID

Este programas se basa en una tarjeta que te permite obtener pequeños descuentos y acceder a beneficios especiales:

- Promociones especiales en la Agencia de Turismo Municipal.
- Beneficios en espectáculos, en pizzerías, restaurantes, cervecerías y en todo tipo de propuestas gastronómicas de tu Ciudad.
- Descuentos en los comercios adheridos en toda la ciudad.
- Descuentos especiales en los cursos y talleres que brinda la Municipalidad.
- Descuentos exclusivos para inscribirte en las diferentes disciplinas deportivas: vóley, rugby, hockey, fútbol, entre otras.
- 50 % de descuento en la tarifa de Estacionamiento Medido.

Se obtiene dirigiéndose a la Oficina Central, calle 148 entre 13 y 14, de lunes a viernes de 8.00 a 20.00 y sábados de 9.00 a 13.00.

PEX (Promoción de Exportaciones)

El PEX es un programa de promoción y desarrollo desplegado por la Secretaría de Trabajo de la Municipalidad de Berazategui cuya finalidad es afianzar el crecimiento a nivel regional de las empresas que tienen su sede en la ciudad y que afrontan una coyuntura económica actual poco favorable, para que puedan exportar y así poder ampliar sus objetivos de crecimiento. Esta decisión refuerza el rol de la política pública como herramienta transformadora llevando adelante estrategias activas tendientes a fortalecer el sector industrial y productivo de Berazategui, así como también sostener e incrementar el empleo. Para ello, se acompañará activamente a las empresas asesorándolas en todo lo que corresponde a mejorar su competitividad y asistirles en la colocación de sus fabricaciones en el mercado internacional con miras a acceder, ampliar y diversificar su producción en el corto plazo.

Sus objetivos son:

- Acompañar a las empresas locales en la comercialización de sus productos dentro del mercado internacional, fortaleciendo la industria y protegiendo el empleo local.
- Detectar y aprovechar oportunidades comerciales en los mercados de la región para las pymes radicadas en el municipio arbitrando simultáneamente los medios para su aprovechamiento.
- Consolidar las fuentes de trabajo existentes y ampliar las oportunidades comerciales de las empresas; manteniendo la demanda o incrementándola a través de nuevos mercados.
- Promover rápidamente la oferta exportable de Berazategui.
- Brindar soporte técnico y capacitación a las empresas en sus procesos de internacionalización para promover la performance exportadora y mejorar las políticas públicas en exportaciones. .
- Apoyar las actividades a través de la ayuda organizativa y programas de costos compartidos.
- Mejorar cualitativamente y cuantitativamente la performance exportadora de las empresas radicadas en el municipio. 7. Mejorar la calidad de las políticas públicas vinculadas al Comercio Exterior y la Promoción de Exportaciones.

El pan más económico

Es otra iniciativa de parte del Municipio que consiste en un convenio llevado adelante por la Municipalidad y el Centro Industrial de Panaderos para que el precio del pan sea mucho más accesible al que suele encontrarse. Es así que, actualmente, en nueve panaderías distribuidas en diferentes puntos de la ciudad, el valor de ocho piezas no supera los 30 pesos.

Se trata de comercios locales que se han adherido a la propuesta y que los vecinos pueden identificar a través de un sticker pegado en sus vidrieras. Se espera que muchas más panaderías se sumen a esta iniciativa, que tiene como objetivo ayudar a los vecinos a paliar la difícil situación económica que vive el país.

Mercado Vecino

Mercado Vecino es un programa en por medio del cual la comunidad puede acceder a productos saludables y de calidad a muy bajo precio, como frutas, verduras, cortes de carne, pescados frescos y congelados, panificados, flores, lácteos, miel elaborada y diferentes tipos de bolsas. Estas últimas son fabricadas por alumnos del Taller Protegido de Producción Ser Útil y de APANAAL, a los que concurren personas con discapacidad.

Esta iniciativa, que busca proteger y beneficiar a los compradores y a los productores berazateguenses, se realiza todos los lunes, de 8 a 16 en la Plaza Rigolleau (Avenida 14 y Lisandro de la Torre) y durante la semana en diferentes barrios y localidades, de forma itinerante.

Dentro de esta propuesta, también se ofrecen dos canastas de productos esenciales por montos muy accesibles (300 y 500 pesos), que los vecinos pueden encargar previamente desde la web del Municipio (www.berazategui.gob.ar/mercadovecino), donde además se puede conocer el mapa de los sitios y días en los que estará disponible la Feria Itinerante. A su vez, es importante destacar que un porcentaje de lo recaudado con la venta de las canastas es destinado a instituciones públicas de la ciudad.

A continuación se realiza un cuadro comparativo de las Políticas Públicas municipales a favor del pequeño y mediano comercio, implementadas por el Municipio

Políticas	Objetivo	Componentes y/o productos	Población objetivo	Organismo Responsable	Organismo ejecutor
Góndola local	La iniciativa estará destinada a negocios mayoristas y minoristas	Abarcará el rubro de venta de productos alimenticios y establecimientos que	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

	<p>habilitados. Propone exhibir en forma destacada los productos fabricados por industrias radicadas en Berazategui</p>	<p>conforman cadenas de distribución, supermercados, autoservicios y de otros, instaladas o a instalarse con su correspondiente habilitación, que ocupen una superficie cubierta mayor a 100 metros cuadrados.</p>			
Bera ofertas	<p>La importancia de esta iniciativa, reside en que al comprar en Berazategui, se consiguen productos de calidad, de elaboración local, a mejores precios y el comercio local crece.</p>	<p>Tiene un portal web que permite a los ciudadanos acceder a las promociones de la semana en distintos rubros, en los diferentes barrios de la Ciudad. Los comercios pueden anotarse para lanzar la propuesta en su local, ingresando a www.beraofertas.com.ar, completar sus datos y desde la Municipalidad se pondrán en contacto. También pueden conocer las</p>	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

		<p>promociones visitando la página de Facebook Bera Ofertas, donde aparecen amplios y variados productos de limpieza, perfumería, frutas, verduras, hortalizas, carnes, almacenes, comestibles, bebidas, productos saludables</p>			
Yo compro en Bera	<p>Es fortalecer el consumo interno, a través de campañas que buscan fomentar el consumo local y generar un importante flujo comercial durante las fechas más destacadas de cada mes. De este modo, los comercios acceden a un plan de difusión gratuito, teniendo un mayor alcance, llegando a un nuevo público y generando acciones alternativas</p>	<p>Este inédito Programa ya cuenta con la participación de 16 industrias, 36 marcas, 99 líneas de productos y 124 comercios -97 minoristas y 27 mayoristas adheridos-. El propósito de esta iniciativa, impulsada por la gestión del intendente J P Mussi. La premisa es que si el distrito ofrece buenos productos y más económicos, se incentiva el consumo</p>	<p>Población a nivel local</p>	<p>Municipio de Berazategui</p>	<p>Municipio de Berazategui</p>

	que se convierten en ventas.	interno y esto, a su vez, genera un círculo virtuoso que hace crecer el comercio local.			
Cedula ID	Obtener pequeños descuentos y acceder a beneficios especiales	<ul style="list-style-type: none"> -Promociones especiales en la Agencia de Turismo Municipal. -Beneficios en espectáculos, en pizzerías, restaurantes, cervecerías y en todo tipo de propuestas gastronómicas de tu Ciudad. -Descuentos en los comercios adheridos en toda la ciudad. -Descuentos especiales en los cursos y talleres que brinda el Municipio. -Descuentos exclusivos para inscribirte en las diferentes disciplinas deportivas: vóley, rugby, hockey, fútbol, entre otras. -50 % de descuento en la tarifa de Estacionamiento Medido. 	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

PEX	Afianzar el crecimiento a nivel regional de las empresas que tienen su sede en la ciudad y que afrontan una coyuntura económica actual poco favorable, para que puedan exportar y así poder ampliar sus objetivos de crecimiento	Acompañamiento activo a las empresas asesorándolas en todo lo que corresponde a mejorar su competitividad y asistirles en la colocación de sus fabricaciones en el mercado internacional con miras a acceder, ampliar y diversificar su producción en el corto plazo.	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui
Pan económico	Ayudar a los vecinos a paliar la difícil situación económica que vive el país.	Nueve panaderías distribuidas en diferentes puntos de la ciudad, el valor de ocho piezas no supera los 30 pesos.	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui
Mercado vecino	Busca proteger y beneficiar a los compradores y a los productores berazateguen	La comunidad puede acceder a productos saludables y de calidad a muy bajo precio, como	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

	ses,	frutas, verduras, cortes de carne, pescados frescos y congelados, panificados, flores, lácteos, miel elaborada y diferentes tipos de bolsas			
Ordenanza N°3254	Restricción a la radicación de hipermercado s y sucursales a gran escala	La prohibición de las sucursales a gran escala o de grandes emprendimien tos aunque tengan un nombre diferente, pero pertenezcan a la misma cadena comercial o que puedan abrir bocas de expendio de menor escala.	Población a nivel local	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

A continuación se realiza un cuadro comparativo de las Ordenanzas sancionadas por el Municipio a favor del pequeño y mediano comercio.

Características	Ordenanza N°2960	Ordenanza -la N° 3254	Ordenanza N°4939	Ordenanza N°5588
Objetivo	Prohíbe la instalación de grandes superficies comerciales en el Municipio	Prohíbe la instalación de las sucursales a gran escala, que, aunque con un nombre diferente, pertenezcan a la misma cadena comercial o que puedan abrir bocas de expendio de menor escala.	Trata la resolución de conflictos relacionados con el alquiler de locales comerciales.	Consistía en la recepción, tratamiento y/o habilitación de Supermercados, Minoristas, Mayoristas y/o Autoservicios, con una superficie mayor a 50 m ² .
Sector beneficiario	Pequeños y medianos comercios y la población en gral.	Pequeños y medianos comercios y la población en gral.	Pequeños y medianos comercios y la población en gral.	Pequeños y medianos comercios y la población en gral.
Tipo de política aplicada.	Política redistributiva	Política redistributiva	Política redistributiva	Política redistributiva
Organismo ejecutor	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui	Municipio de Berazategui

6. CONCLUSIÓN

En este trabajo me propuse analizar el incentivo al desarrollo económico local que se da en el partido de Berazategui por parte del Municipio, a través de la restricción a la radicación de hipermercados que se implementa mediante la sanción de la ordenanza n°3254, como estrategia en favor del pequeño y mediano comercio.

Es por ello que el objetivo principal fue analizar las políticas de incentivo que implementa el Gobierno local, para fomentar el desarrollo económico de las pymes en el rubro comercial dentro del distrito de Berazategui. En este sentido podemos decir que el Municipio desde la Secretaría de Desarrollo Comercial, llevó adelante un conjunto de programas o políticas que promueven el desarrollo económico local protegiendo al pequeño y mediano comercio, con el objetivo de alentar el consumo en medio de la actual coyuntura inflacionaria que atraviesa el país, es por eso que la Municipalidad de Berazategui ofrece diferentes alternativas para ayudar a los vecinos, productores, industriales y comerciantes locales, fundamentalmente a través de programas que permiten comercializar y acceder a productos de calidad y a mejores precios. Así de esta forma hacer frente al deterioro de las condiciones de vida de la población impulsando a los pequeños y medianos comercios a una lucha incesante por proporcionar empleo, para incorporar la mayor parte de la población de la comuna al trabajo socio productivo, utilizando de manera eficiente los recursos con los que cuenta el Municipio (naturales, medioambientales, tecnológicos, técnicos, financieros, físicos y humanos), y así estimular la economía local y el desarrollo de todos los ciudadanos de la ciudad.

Dos de los objetivos específicos fueron Identificar las políticas públicas que son destinadas a incentivar el desarrollo de las pymes dentro del distrito de Berazategui y a su vez compararlas para poder entender cuales son los roles. Al identificarlas, también pudimos compararlas y de esta manera poder ver los diferentes roles que cumplen, entre ellas se encuentran Bera Ofertas, cuya importancia reside en que al comprar en Berazategui, se consiguen productos de calidad, de elaboración local, a mejores precios y el comercio local crece. También podemos encontrar Mercado Vecino, que Busca proteger y beneficiar a los compradores y a los productores berazateguenses. Yo Compro en Bera, que intenta fortalecer el consumo interno, a través de campañas que buscan fomentar el consumo local y generar un importante flujo comercial durante las fechas más destacadas de cada mes. De este modo, los comercios acceden a un plan de difusión gratuito, teniendo un mayor alcance, llegando a un nuevo público y generando acciones alternativas que se convierten en ventas. Por otro lado Góndola Local está destinada a negocios mayoristas y minoristas habilitados, y propone exhibir en forma destacada los productos fabricados por industrias

radicadas en Berazategui. No obstante PEX (Promoción de las exportaciones) tiene como rol afianzar el crecimiento a nivel regional de las empresas que tienen su sede en la ciudad y que afrontan una coyuntura económica actual poco favorable, para que puedan exportar y así poder ampliar sus objetivos de crecimiento. En cambio cedula ID tiene como rol obtener pequeños descuentos y acceder a beneficios especiales, y por último el acuerdo con el Centro Industrial de Panaderos local, para que el precio del pan sea mucho más económico al que se encuentra habitualmente, su idea es ayudar a los vecinos a paliar la difícil situación económica que vive el país. Es por esto que podemos afirmar que el comercio local juega un papel muy importante en la vida de la comunidad, debido a que tiene una fuerte relación e influencia con su localidad, teniendo la misión de comercializar los productos o servicios de la zona. El comercio local da vida a sus habitantes y se diferencia de las grandes superficies principalmente por sus materias primas, por su cercanía y por un trato más amable y personalizado, proporcionando además, empleo para sus habitantes.

Y como último objetivo específico fue describir las características de la política de restricción a la instalación de hipermercados dentro del partido de Berazategui. Que al ser una política redistributiva, tiene la característica de afectar el comportamiento del entorno general de los ciudadanos, regulando así la libertad individual de los habitantes, como es el caso de la implementación de un decreto, con el cual, el Estado local intenta proteger al comerciante minoritario local, a través de la **Ordenanza N°2960** que prohíbe la instalación de grandes superficies comerciales en el Municipio y con lo cual se asegura el bienestar de la sociedad berazateguense y evita la destrucción de miles de puestos de trabajo de calidad. Luego se implementa la **Ordenanza N° 3254** que prohíbe la instalación de las sucursales a gran escala, que, aunque con un nombre diferente, pertenezcan a la misma cadena comercial o que puedan abrir bocas de expendio de menor escala. Es así que estas ordenanzas dictadas, tienen el fin de evitar que sean eliminados los comerciantes locales permitiendo de esta manera que se establezcan las grandes cadenas de supermercados como monopolios controlando los precios a su gusto a causa de no poseer una competencia que los obligue a modificar su oferta, porque la demanda sería siempre la misma y esto tendría consecuencias negativas en los consumidores, ya que al tratarse de bienes básicos y muy necesarios, no tendrían otra opción que pagar sin importar el precio. Más tarde, como es importante para el Municipio velar por la vigencia de prácticas de lealtad y buena fe entre las partes involucradas que fomenten la actividad comercial como fuente de producción de bienes, servicios y empleo, se implementa la **Ordenanza N°4939** que trata la resolución de conflictos relacionados con el alquiler de locales comerciales, que surge por el reclamo efectuado del Centro Comercial e Industrial de Berazategui, a causa de la situación planteada en torno al desarrollo de actividades comerciales y/o de servicios en el municipio

que busca establecer un conjunto de medidas que tiendan a impedir la propagación de conflictos jurídicos derivados de una deficiente aplicación de las normas que rigen la celebración, interpretación, ejecución y cumplimiento de los contratos de locación de inmuebles destinados al funcionamiento de locales comerciales. Por último, debido a que es alarmante el descenso del consumo interno que viene afectando al pequeño comerciante que se encuentra en una situación sumamente complicada, se implementa la **Ordenanza N°5588** que consistía en la recepción, tratamiento y/o habilitación de Supermercados, Minoristas, Mayoristas y/o Autoservicios, con una superficie mayor a 50 m², hasta que se realice el Censo 2020 y se evalúen los resultados demográficos que arroja.

Aunque no se consiguieron datos de impacto fehacientes, es decir, datos comprobables de si las ventas minoristas han mejorado, pudimos observar que, al no haber hipermercados en Berazategui, ni enormes cadenas de electrodomésticos, ni los tan de moda mini-mercados con sucursales a gran escala, los pequeños y medianos comercios son los que deben garantizar la creación de empleo y a su vez, de la competencia. Es por esto que podemos decir que las medidas implementadas por el Municipio, permiten al sector minorista concentrar toda la oferta de bienes en estos rubros, para que de esta manera, al no permitirse la instalación de hipermercados, se pueda estimular la economía para crear una base de sustentabilidad para los ciudadanos, y que esté fundada en sus necesidades.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Abal Medina, J. M. (2010) "*El Estado*", en Abal Medina, J. M. Manual de Ciencia Política, cap. II (I-III), Buenos Aires: Eudeba, pág. 29-61
- Albuquerque, Francisco (1999). Desarrollo Económico Local en Europa y América Latina. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid.
- Albuquerque, F. (2002). El enfoque del desarrollo económico local. Cuadernos DEL N° 1, Serie Desarrollo Económico Local y Empleabilidad. Programa AREA–OIT Argentina Italia Lavoro, Octubre, Buenos Aires.
- Albuquerque, F. "*Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local*", Madrid: Instituto de Economía y Geografía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. (2003)
- Albuquerque, F. (2004a). "Desarrollo local y descentralización en América Latina". Revista de la CEPAL N° 82, Abril, Santiago de Chile.
- AGUILAR VILLANUEVA, Luis F. 2009. Estudio Introductorio. En:— (ed.). La hechura de las políticas. 2ª ed. México: Miguel Ángel Porrúa. Vol. 2, págs. 14-84.
- Banco Mundial (2006). The Challenge Of Urban Government. Policies And Practices. Washington, D.C
- Banco Europeo de Inversión (BEI). "La financiación de pymes como impulso del crecimiento económico".(2014)
- Boneti, Lindomar Políticas públicas por dentro / Lindomar Boneti. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO ; San Pablo : Mercado de Letras, 2017. Libro digital, PDF
- CEPAL, Gestión municipal para el desarrollo económico local", tomado de CEPAL, Desarrollo Económico local y descentralización 2011
- Clérici, Carlos. "El libro de las pymes" (2007)
- Concepto definición de Redacción. (Última edición:19 de julio del 2019). Definición de Método Cualitativo. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/>.

-Cravacuore, D.; Ilari, S., y Villar, A. (2004). La articulación en la gestión municipal. Actores y políticas. Ed. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires

-CRAVACUORE, D. (2007); *"Los municipios argentinos (1990 - 2005)"*. En: CRAVACUORE, D. e ISRAEL, R. (comp.) Procesos políticos municipales comparados en Argentina y Chile (1990 – 2005). Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes – Universidad Autónoma de Chile. Buenos Aires (Argentina). Páginas 25 a 49.

-Cuervo González, Luis Mauricio-*Desarrollo territorial.Ética territorial.Ética y política económica. Discusión de sus relaciones fundamentales a la luz de las políticas de desarrollo territorial"*.. (2017)

-Demuca, Fundación. *"TERRITORIALIZACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Coordinación interinstitucional local en Centroamérica y República Dominicana"* (2010)

-Estudio de la Facultad de Economía de la Universidad de La Plata *"Medición de impacto socio-económico generado por la instalación de grandes superficies comerciales"*. Investigación cualitativa Carlos A. Sandoval Casilimas ICFES 1999

-Hevia , Antonio Elizalde. "Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local". Santiago de Chile,(febrero de 2003)

-*Introducción al análisis de políticas públicas.* / Fernando Martín Jaime, et.al. Por Universidad Nacional Arturo Jauretche. Instituto de Ciencias Sociales y Administración | Jaime, Fernando Martín | Dufour, Gustavo | Alessandro, Martín | Amaya, Paula. 2013

-LOWI, Theodore. 1972. American business, public policy, case studies and political theory. World Politics. N.º 16, págs. 677- 687.

-Mann, Michael (1984). *"El poder autónomo del Estado: sus orígenes, mecanismos y resultados"*. Londres, Blackweil, 1988. Mann, States, war and Capitalism: studies in political sociology.

-*METODOLOGÍA de la investigación-Quinta edición-Dr. Roberto Hernández Sampieri/Dr. Carlos Fernández Collado-2010.*

-Oszlak, O., & O'Donnell, G. (1982). *Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación.* Buenos Aires: CEDES.

-Secretaría de Desarrollo Comercial (2017). *Apostando al desarrollo comercial*. Disponible en: <<http://berazategui.gov.ar/en/desarrollocomercial>>

-Sociedades de la Unión Europea (UE Unión Europea 1995). Citado en Camacho Pico, J. A. (1998).

-Tamayo Sáez, M. (1997). El análisis de las políticas públicas. En R. Bañón, & E. Carrillo, *La nueva administración pública* (pág. Capítulo 11). Madrid: Alianza.

-Torres-Melo, Jaime. Introducción a las Políticas Públicas: Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía (noviembre 2013)

-Vargas, Braulio, M. A. COORDINADOR DE LOS PROGRAMAS DE GESTIÓN MUNICIPAL, ESAN. bvargas@esan.edu.p.(Diciembre 2004)

-Vázquez Barquero, Antonio (1998) DESARROLLO LOCAL , UNA ESTRATEGIA PARA TIEMPOS DE CRISIS. Universitas Forum, Vol. 1, No. 2, May 2009

-Villacorta, Alberto Enríquez, DESARROLLO LOCAL Y DESCENTRALIZACIÓN DEL ESTADO, RETOS Y PERSPECTIVAS EN CENTROAMÉRICA. UNA AGENDA DE DISCUSIÓN . FUNDACIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO.(2001)

-Villar, Alejandro- El desarrollo local en Argentina. Un estudio de las políticas municipales de desarrollo económico-/ pp. 224 / 2007

-Yuderquis Padillas Sánchez. .(2003). "*Desarrollo local. Evolución del concepto*". Licenciada en Economía y Máster en Desarrollo Local. Profesora del Departamento de Estudios Económicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cienfuegos. Cuba

-<http://www.berazategui.gov.ar/hcd-ordenanzas>

-Honorable Concejo Deliberante Berazategui (2000). Ordenanza N°3254. Disponible en: <http://sistemas.berazategui.gov.ar/consejo_deliberante/admin/archivos/ordenanzas/0000588.pdf>

-Honorable Concejo Deliberante Berazategui (2013).Ordenanza N°4939. Disponible en: <http://sistemas.berazategui.gov.ar/consejo_deliberante/admin/archivos/ordenanzas/0000699.pdf>

-Honorable Concejo Deliberante Berazategui (1996). Ordenanza N°2960. Disponible en: <http://sistemas.berazategui.gov.ar/consejo_deliberante/admin/archivos/ordenanzas/0000700.pdf>

-<https://info135.com.ar/2018/05/15/la-ordenanza-que-prohibe-hipermercados-en-berazategui-cumplio-18-anos/>

-<https://institutoprofesionalmr.org/wp-content/uploads/2018/04/Hern%C3%A1ndez-Fern%C3%A1ndez-Baptista-2010-Metodologia-de-la-Investigacion-5ta-edicion.pdf>

-<https://info135.com.ar/2018/05/15/la-ordenanza-que-prohibe-hipermercados-en-berazategui-cumplio-18-anos/>

- <http://www.berazategui.gov.ar>

-www.berazategui.gob.ar/mercadovecino

-www.beraofertas.com.ar

-[www.berazategui sin híper](http://www.berazategui.sinhiper)

-www.berazategui.gov.ar/gondolalocal/hechoenbera

-www.MuniBerazategui.com.ar

-[www.berazategui.gov.ar/gondolalocal/hechoenbera.](http://www.berazategui.gov.ar/gondolalocal/hechoenbera)

-<https://www.belocalapp.es/blog/2018/09/11/el-comercio-local/>

El día 27/09 se realizó una entrevista con la Señora Mirta Carabajal, secretaria del Presidente del Honorable Concejo Deliberante de Berazategui, concedora de las políticas públicas municipales, que analizamos en este trabajo. Y el día 31/10 se realizó otra entrevista con el Señor Marcelo Romio, que trabaja en la Secretaría de Desarrollo Comercial, que también proporcionó información de gran importancia para esta investigación.

Además se realizaron entrevistas con comerciantes minoristas de Berazategui con el fin de conocer su opinión con respecto a la implementación de dichas políticas, que es objeto de estudio de esta investigación.

8. ANEXO

Imágenes







Gondola Local

La iniciativa que surgió a partir de una Ordenanza Municipal (N° 5011), aimed a dinamizar a pequeños negocios industriales, como manufacturas y/o artesanales, para exhibir de forma organizada los productos comercializados por las industrias ubicadas en Berazategui.

El objetivo de las actividades anteriores, los productos incluidos en el Programa Gondola Local están identificados con la licencia "Gondola 0004".

**Promulgación
de la
Ordenanza**

