

Marcas de Retail denuncian competencia desleal de comercio informal y plataformas digitales

■ El presidente del gremio sostuvo que hay vendedores en la calle y en internet -además de malls chinos- que venden sin boleta ni patente.

POR MARTÍN BAEZA

En marzo, el director ejecutivo de 100% Fútbol, Andrés Bogolasky, asumió como nuevo presidente de la Asociación de Marcas de Retail, un gremio que conforman más de 80 empresas del sector que, en su conjunto, suman unos dos mil locales y más de 170 marcas de distintos rubros del comercio al detalle.

En los últimos años este gremio destacó por abrir un proceso en el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) en contra de

las prácticas de los centros comerciales con sus locatarios, denuncias que, en primera instancia, fueron acogidas parcialmente y que ahora esperan el veredicto final de la Corte Suprema.

Y aunque sigue pendiente de ese proceso, Bogolasky hoy tiene otras prioridades.

“Un tema que es crítico y urgente es la seguridad”, enunció en conversación con **DF**. “Para el comercio, es un tema crítico y un eje central”, agregó.

El dirigente gremial aseguró que las herramientas actuales no están

resultado en cuanto al objetivo de reducir la victimización del sector.

“En conjunto con la Cámara Nacional de Comercio (CNC) y otras entidades, se propusieron 50 medidas que fortalecen la fiscalización, que se refieren a modificaciones legales (...) Y bueno, por ahora no hay gran avance. Lamentablemente, a nivel de autoridad, es un tema que tiene que focalizarse de una manera



Andrés Bogolasky, presidente de la Asociación de Marcas de Retail.

mucho más urgente que lo que se viene haciendo”, lanzó.

El “hurto hormiga”, dijo, es el problema más frecuente, y argumentó que la legislación actual no permite fiscalizarlo y perseguirlo adecuadamente.

El comercio informal es otra de sus grandes preocupaciones. “Hay una vinculación directa entre esto y la seguridad”, planteó Bogolasky, quien añadió: “es una competencia desleal que no paga impuestos ni patentes, que no tiene a su fuerza laboral contratada. Es una forma muy compleja de enfrentar una competencia, no está pareja la cancha y, por lo demás, no entrega garantías a los consumidores”.

En esa línea, afirmó que, en cuanto a la informalidad, “hay competencia desleal tanto en la calle como a nivel de *e-commerce*, donde también hay plataformas que no cumplen con las mismas condiciones legales (...) Siguen apareciendo operadores que funcionan con falsificaciones y sin dar boletas”.

Respecto al auge de los malls chinos, en el país, declaró: “En la medida que cumplan con la ley y se acojan a todas las condiciones de los comercios convencionales, en términos de garantía de los productos, de patentes, de boletas, de contratos legales, está perfecto. Sin embargo, hay muchos indicios de que se incumple con alguno o más de estos factores”.

80
EMPRESAS
COMPONEN EL GREMIO.

JULIO CASTRO