

El comercio no puede seguir paralizado en cada elección



José Pakomio, Presidente Cámara Nacional de Comercio

Andrés Bogolasky, Presidente Marcas del Retail

Sebastián Castillo, Gerente de Asuntos Gremiales, Cámara de Centros Comerciales

A menos de tres meses de las elecciones presidenciales y parlamentarias, queremos alertar nuevamente sobre el alto impacto que genera el cierre obligatorio de malls, outlets, strip centers, galerías y ferias durante las jornadas electorales. El daño también alcanza a establecimientos comerciales que funcionan en zonas aledañas a los recintos comerciales administrados bajo una misma razón social.

Una reciente encuesta de la Cámara Nacional de Comercio, Marcas del Retail y la Cámara de Centros Comerciales, aplicada a 113 empresas que representan a más de 19 mil personas trabajadoras y 2.168 locales, reveló que el 63% de los locales y el 69% de las ventas se concentran en estos recintos. El 93,9% debió cerrar en elecciones anteriores -van 13 procesos en Chile desde el 2020 hasta hoy- y el 67% reportó un impacto “alto” en sus ventas.

El 80,5% de los encuestados cree que es perfectamente posible compatibilizar el derecho a sufragio con la apertura del comercio, y dos tercios se oponen al cierre obligatorio. La experiencia lo respalda: en 2024, el 55% de los votos se emitió un sábado con comercio funcionando normalmente.

Esta norma, que nació en un contexto distinto, cuando el voto era voluntario, hoy castiga al comercio formal —especialmente a las pymes—, detiene operaciones clave de fin de semana, reduce ingresos de miles de personas y abre espacio al comercio informal. Chile es de los pocos países que aplica este tipo de restricciones, incluso con la alta tasa de desempleo que enfrentamos.

De cara a las elecciones de noviembre y diciembre (dos domingos antes de Navidad), creemos urgente avanzar hacia esquemas más flexibles que permitan votar y mantener la actividad económica, sin que una medida anacrónica siga frenando al principal empleador del país.