LITORALPRESS

Fecha: 17-06-2025
Medio: El Mercurio de Valparaíso
Supl. : El Mercurio de Valparaiso
Tipo: Cartas
Título: Cierre del comercio

Pág. : 9
Cm2: 96,6

Tiraje: 11.000
Lectoría: 33.000
Favorabilidad: No Definida

Cierre del comercio

La actual normativa que obliga al cierre del comercio en establecimientos administrados bajo una misma razón social -como *malls*, *stripcenters*, caracoles y galerías- durante las jornadas electorales, hace mucho tiempo que dejó de tener sentido. Se trata de una norma anacrónica y discriminatoria, que genera importantes pérdidas al sector, especialmente en regiones, donde muchas pymes funcionan en este tipo de recintos, afectando también a los trabajadores, quienes dejan de percibir las comisiones respectivas.

Porque los contextos importan, hay que recordar que esta disposición fue creada en 2004, cuando la inscripción al padrón electoral era voluntaria y se necesitaban incentivos adicionales para fomentar la participación. Hoy, en cambio, tenemos inscripción automática, voto obligatorio y hasta se eliminó la ley seca. Como quedó demostrado en las elecciones de octubre pasado, cuando se permitió que el sábado el comercio pudiera funcionar con normalidad, la participación ciudadana puede convivir perfectamente con las actividades económicas, como ocurre en la mayoría de los países del mundo y de Latinoamérica.

Un fin de semana representa cerca del 30% de las ventas semanales del rubro y en el último cierre eleccionario se evidenció una baja de 45% de las ventas minoristas del país con relación a un domingo normal, significando pérdidas en torno US$ 90 millones. Esta medida sólo favorece al comercio informal, que aprovecha el vacío para operar copando los espacios públicos. Es hora de avanzar hacia una legislación moderna, que garantice el derecho a sufragar -mediante los permisos establecidos en la ley para los trabajadores- sin necesidad de cerrar el comercio formal. Votar y trabajar no son actividades incompatibles. Castigar al sector más regulado del país con cada elección, sí lo es.

José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio; Andrés Bogolasky, presidente de la Asociación Gremial Marcas del Retail; Sebastián Castillo, gerente de Asuntos Gremiales de la Cámara de Centros Comerciales