

Sondeo de CNC, MDR y centros comerciales Comercio: hay un alto impacto por cierres en días electorales

Últimos cambios a la normativa permiten la venta de alcohol o *shows* en vivo en jornadas de elecciones, pero restringe apertura en locales ubicados en *malls*.

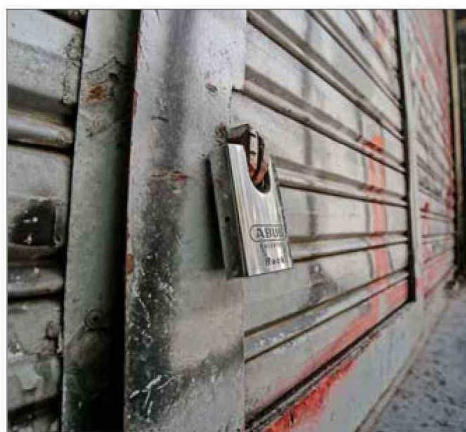
N. BIRCHMEIER

Cuando faltan casi tres meses para las elecciones presidenciales y parlamentarias, la industria minorista vuelve a alertar sobre el efecto económico asociado al cierre obligatorio de algunos comercios en las votaciones.

En contraste a otros años, en la primera vuelta del próximo 16 de noviembre no regirán ciertas prohibiciones. Por ejemplo, la venta de alcohol (ley seca) no se aplicará, tras la última modificación a la normativa, que fue puesta en marcha en los comicios municipales del año pasado. Tampoco habrá limitaciones para celebrar reuniones privadas, como matrimonios o *shows* en vivo.

Sin embargo, para los comicios de noviembre, y en una eventual segunda vuelta, se mantiene la restricción a la atención al público de comercios que se ubiquen en establecimientos administrados bajo una misma razón social. Ahí entran locales emplazados en *malls*, centros o complejos comerciales, *outlets* y *strip centers*. Incluso las galerías comerciales deben cerrar. Excepcionalmente, pueden abrir "tiendas a la calle" o supermercados ubicados fuera de estos recintos.

Los gremios Cámara Nacional de Comercio (CNC), Marcas del Retail (MDR) y Cámara de Centros Comerciales midieron el impacto, a través de una encuesta a comercios. Se realizó entre el 14 y 22 de julio a 113 empresas, y reveló que el 43% posee locales en establecimientos administrados bajo una misma razón social, y un 84,6% de los trabajadores realiza sus funciones en estos recintos. De esta muestra representativa, el 69% señaló que más



FELIPE BÁEZ

Mayoría de trabajadores laboran en recintos como *malls* o galerías comerciales.

de la mitad de sus ventas son generadas en estos espacios.

Golpe al comercio formal

Entre los comercios que tienen locales en los establecimientos que poseen restricción para atender al público, el 94% declaró que no abrió sus tiendas en días de elecciones. Para el 67%, el impacto fue "alto" en sus ventas.

José Pakomio, presidente de la CNC, señaló que "la obligación de cerrar los *malls* en días de elecciones es una medida que ha perdido toda justificación técnica y jurídica". Y Andrés Bogolasky, titular de MDR, dijo: "Estamos frente a una norma anacrónica que castiga al comercio formal, especialmente a las pymes, en cada jornada electoral. Se detiene la operación de miles de locales, se pierden ventas clave del fin de semana y se abre espacio a que el comercio informal tome ventaja".