

Ad portas de la primaria oficialista Encuesta: 7 de cada 10 locales advierten un “alto” impacto por cierre en elecciones

Malls, strip centers, outlets o galerías comerciales no pueden atender al público en jornadas electorales.

N. BIRCHMEIER

En la antesala de la celebración de la primaria oficialista de este domingo 29 de junio, la Cámara Nacional de Comercio (CNC) junto a la Cámara de Centros Comerciales y la Asociación Marcas del Retail realizaron una encuesta para abordar los efectos en el sector minorista del cierre obligatorio de sus tiendas en elecciones.

El sondeo, que abarcó a 1.113 locales y 12.504 trabajadores del rubro —excluyendo tiendas por departamento—, reflejó que un 74% de los consultados calificó que tuvo un “alto” impacto económico por los cierres durante elecciones pasadas.

Este efecto se debe a que durante los días de elecciones, establecimientos que operen bajo una misma razón social —como centros comerciales, *strip centers*, *outlets* o galerías comerciales— no pueden atender al público, debido a una norma que obliga a su cierre.

Sin embargo, la legislación permite que recintos que operen este tipo de comercios, como supermercados o locales a calle, pueden abrir durante la jornada electoral.

Desde los gremios minoristas acusan que este tipo de medidas genera distorsiones e “importantes pérdidas”, tanto para grandes como medianas y pequeñas empresas al no poder atender al público.

Un 53% de la muestra señaló que registró caídas de entre 5% y 10% en sus ventas, tomando en cuenta el mes en que se desarrolló una elección versus un mes normal.

“No tiene sentido mantener una medida que afecta el dinamismo económico del país y que no tiene impacto comprobado en la participación electoral”, señaló José Pakomio, presidente de la CNC.

Los gremios que elaboraron la encuesta apuntaron que esta caída representa un impacto mayor a la baja promedio sectorial del 9,7% frente a un mes sin restricciones.

Andrés Bogolasky, presidente de Marcas del Retail, sostuvo que “votar y trabajar no son actividades incompatibles (...). Hoy existen mecanismos que permiten asegurar ambos derechos, sin perjudicar a miles de trabajadores ni a las pequeñas empresas que dependen de esos días para sostener su operación”.

MERMA
Más de la mitad de la muestra señala que sus ventas mensuales caen entre 5% y 10% por elecciones.