

## ENCUESTA CNC POR CIERRE COMERCIO EN ELECCIONES JULIO 2025

### Resumen Ejecutivo

La Cámara Nacional de Comercio (CNC) realizó una encuesta a 113 empresas del sector, representando 19.513 trabajadores y 2.168 locales, con el fin de evaluar el impacto del cierre de comercio durante las elecciones.

El cierre obligatorio afecta a empresas con locales en centros administrados bajo una misma razón social (malls, strip centers, outlets), los cuales concentran el 63% de los locales reportados y donde el 69% de las ventas proviene de estos espacios. El 94% de los encuestados ya ha cerrado en elecciones anteriores y dos de cada tres reportan una caída significativa de sus ventas.

En cuanto a los trabajadores, el 79 % de las empresas declaró haber conversado el tema con sus equipos, quienes en su mayoría manifiestan preocupación por la pérdida de comisiones y propinas, proponiendo soluciones intermedias como turnos o flexibilización horaria para permitir el voto sin detener completamente la operación.

El cierre también genera efectos indirectos en negocios no obligados a cerrar: un 46% de negocios que abren los domingos percibe menor flujo de clientes.

Respecto a la normativa, un 67 % de las empresas se opone al cierre obligatorio de los centros administrados bajo una misma razón social y un 80,5 % considera posible compatibilizar el derecho a sufragio con locales abiertos, otorgando permisos para votar.

En síntesis, existe disposición del sector a buscar esquemas más flexibles que permitan la participación electoral de los trabajadores sin afectar totalmente la continuidad operativa del comercio.

### Resultados de la Encuesta

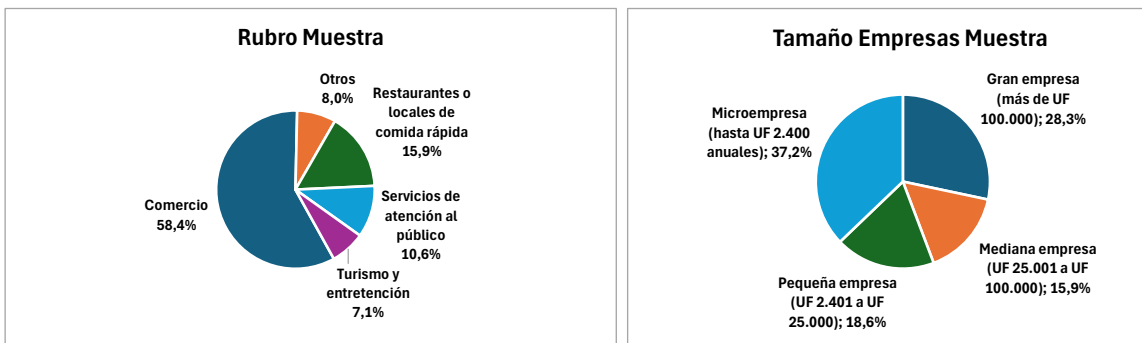
#### *Contexto general*

La encuesta levantada por la CNC entre el 14 y 22 de julio, buscó conocer el impacto esperado del cierre de locales en los días de elecciones. Este ejercicio entrega una visión representativa de cómo este tipo de medidas afecta tanto la operación como la planificación del sector.

Respondieron la encuesta 113 empresas que representan a 19.513 trabajadores y 2.168 locales de atención al público a lo largo de Chile. El grupo consultado incluye tanto grandes cadenas con una amplia dotación como pequeñas empresas con menos de 10 colaboradores, lo que refuerza la diversidad de tamaño de empresas afectadas por el cierre obligatorio en días de elecciones.

Dentro de los encuestados, predominan las microempresas (37%) y las grandes empresas (28%), lo que refleja que el impacto de un cierre obligatorio por elecciones puede afectar tanto a actores

pequeños con recursos limitados como a grandes cadenas. Por rubro, la mayor presencia se concentra en el comercio minorista (58%), seguido por restaurantes (16%) y servicios de atención al público (11%), evidenciando una diversidad de giros, muchos de los cuales dependen de la atención presencial y de flujos de clientes en días específicos.

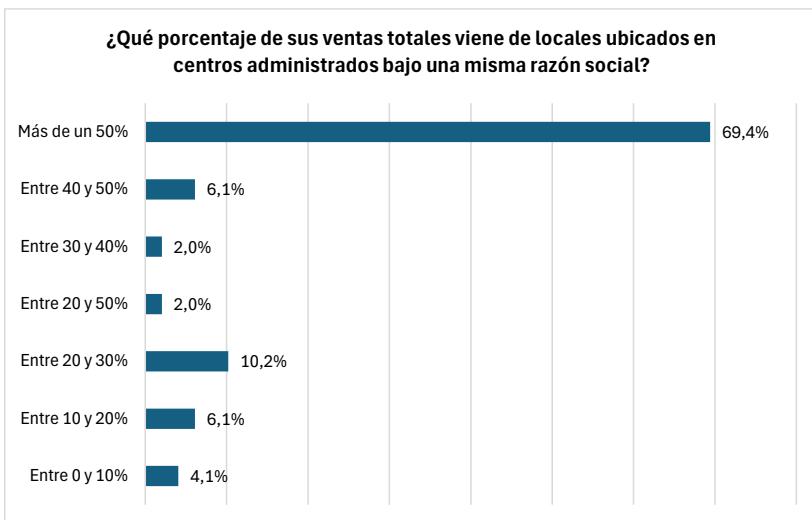


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### ***Locales ubicados en centros administrados bajo una misma razón social***

Del total de empresas encuestadas, un 43% declara tener locales ubicados en centros administrados bajo una misma razón social (como malls, strip centers, outlets, caracoles o galerías), alcanzando el 63% de los locales totales reportados y siendo estos espacios especialmente sensibles al cierre, ya que dependen de altos flujos de personas. Respecto al total de trabajadores reportados, un 84,6% de estos trabajan en centros administrados bajo una misma razón social.

Entre quienes tienen locales en centros administrados bajo una misma razón social, un 69% reporta que más del 50% de sus ventas totales provienen de dichos locales, mientras que un 11,1% indica que su dependencia es entre el 20% y el 50%. Esto evidencia que el cierre de estos espacios afecta de manera significativa a un segmento de empresas cuyo modelo de negocio depende principalmente del tráfico en estos espacios, particularmente grandes, pero también pymes, donde un 73% reportan que más de un 50% de sus ventas vienen de estos sitios.

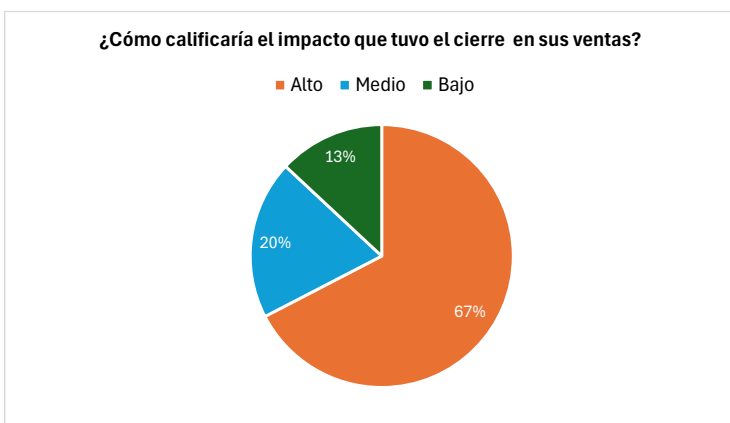


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### ***Cierre de comercio en elecciones***

Un 93,9% de las empresas con presencia física en centros administrados bajo una misma razón social declaró que ya han tenido que cerrar sus locales en elecciones anteriores, cumpliendo con la normativa vigente. Para la mayoría de ellas, el efecto económico de esos cierres ha sido importante: un 67% reportan que la jornada de cierre significó alto impacto en sus ventas diarias y un 20% indicó un impacto leve.

Este antecedente confirma que el cierre obligatorio no es un hecho aislado, sino un factor recurrente con impacto real sobre la actividad comercial, que obliga a las empresas a modificar su operación, reorganizar turnos y buscar formas de compensar la pérdida.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## **Trabajadores**

Se consultó a los entrevistados si han podido conversar esto con sus trabajadores e indagar en cuál es la opinión de ellos. Un 79% menciona que sí lo han conversado y los comentarios abiertos entregan una visión cualitativa del impacto que tiene el cierre obligatorio del comercio durante las elecciones:

Las respuestas muestran tres grandes grupos de opinión:

1. En contra del cierre (mayoritario en volumen de opiniones):
  - Se mencionan pérdidas de ingresos, tanto por comisiones como por propinas, lo que afecta directamente la remuneración variable de los trabajadores.
  - Algunos plantean que la medida no es adecuada y que prefieren trabajar normalmente el día de la elección, solicitando mantener abiertos los locales.
2. Postura mixta:
  - Si bien un grupo de trabajadores está dispuesto a trabajar, proponen esquemas que les permitan ejercer su derecho a voto, como turnos o flexibilización de horarios.
  - Hay percepciones divididas dentro de un mismo equipo: algunos prefieren descansar ese día, mientras otros quieren trabajar si se garantiza la posibilidad de votar sin apuros.
3. Otras opiniones:
  - En algunos casos, el cierre se percibe como irrelevante (“es domingo y normalmente descansan” o “es legal, por lo tanto, no se discute”).
  - Un grupo menor manifiesta apoyo explícito al cierre, destacando que les permite participar del proceso electoral sin complicaciones.

Los comentarios evidencian que existe un sector importante que rechaza el cierre por su impacto en ingresos y que hay disposición a buscar soluciones intermedias (turnos, flexibilidad horaria) que concilien la actividad económica con el derecho a sufragio. Asimismo, un segmento menor acepta el cierre como parte de las reglas del proceso electoral y lo asume como un descanso normal de la jornada dominical.

### ***Efecto del cierre en locales que no están en centros administrados bajo una misma razón social***

Aun cuando no todos los locales están obligados a cerrar, ya que la medida afecta solo a locales ubicados en centros administrados bajo una misma razón social, el entorno de menor actividad impacta en parte importante del comercio.

Un 42% declara que no se ve afectado porque ya no abre los domingos. De aquellos que sí operan los domingos, un 46% reporta un menor flujo de clientes y un 27% incluso decide cerrar voluntariamente afectando sus ventas, lo que refleja un efecto indirecto de la medida.

### ***Opiniones generales del cierre***

Se preguntó a todos los encuestados si están de acuerdo con el cierre, independiente si esta ubicado en centros administrados bajo una misma razón social o no.

Un 67,3% de las empresas se opone a que los centros comerciales, strip centers u otros espacios administrados bajo una misma razón social deban cerrar obligatoriamente, alcanzando un 59% en las Pymes. Un 23,9% está de acuerdo con el cierre, mientras que un 8,8% está parcialmente de acuerdo.

Esto refleja que la mayoría considera que la medida es excesiva o no debiera aplicarse de forma generalizada a todos estos formatos.

Al consultar sobre la posibilidad de compatibilidad del derecho a voto con locales abiertos, un 80,5% cree que se puede compatibilizar el derecho a sufragio con el funcionamiento normal de los locales, siempre que se otorgue permiso a los trabajadores para ir a votar. Solo un 17,7% considera que el cierre es la única opción, un 0,9% propone abrir con horarios reducidos, y un 0,9% no tiene opinión formada.

Las empresas muestran una postura clara hacia la flexibilización, prefieren que el cierre no sea obligatorio en todos los casos, destacando que se pueden mantener operaciones abiertas sin afectar el derecho de los trabajadores a ejercer su voto. Esta visión coincide con la alta proporción que propone soluciones intermedias como otorgar permisos de sufragio y ajustar turnos, en lugar de aplicar cierres totales.