



Apoyos para el Pequeño y Mediano Comercio

Economía, 02/08/2020



Desde la llegada de la pandemia COVID-19 en el mundo, en el plano socio económico, ha tendido a emerger una

nueva dimensión de crisis, que se agrega a las inmensas complejidades sanitarias y de salud que desde luego ha implicado.

Los canales por los que los cuales las adversas condiciones para el desenvolvimiento de la actividad económica y productiva estarían presentando efectos asimétricos según países y territorios subnacionales. Por cierto, en el plano económico, Chile al igual que muchos países del mundo, se encuentra fuertemente afectado, tanto debido a las medidas tendientes a reducir la actividad y con ello controlar los contagios como también dada algunas características de nuestra economía.

En efecto, el comercio y los servicios, sector emergente en Chile, caracterizado por la existencia de muchos pequeños establecimientos, se encuentra entre los sectores económicamente más golpeados, dada la elevada interacción social presencial que hasta ahora suponía su desenvolvimiento pero además porque precisamente dado su pequeño tamaño generalizado presenta más dificultades para acceder a medidas que mitiguen la disminución de liquidez originada por la evidente reducción de actividad.

En este escenario, emergen razones de importancia por las cuales canalizar apoyos urgentes para los pequeños comercios de nuestras ciudades. En primer lugar, el comercio de nuestras grandes ciudades suele estar compuesto de un grupo menor de grandes empresas y retailers alrededor del cual emergen una gran cantidad de pequeños comercios, que vistos en su conjunto son generadores de una gran cantidad de empleo, en muchos casos ligado a personas que se vinculan a servicios no siempre con una elevada capacitación que les permita reinsertarse en otros sectores con dúctil productividad. A su vez, esta constatación es mucho más intensa en el caso de los pequeños centros urbanos de comunas más alejadas de las zonas centro, donde la generalidad del comercio suele tener las características de lo planteado anteriormente.

Por otro lado, es verdad que esta crisis ha significado para algunos comercios abrir la posibilidad de trabajar a menor escala, volcando sus esfuerzos hacia el e-commerce y el delivery. Sin embargo, para muchos otros, esta oportunidad ha también puesto en evidencia el rezago que se venía arrastrando en el uso productivo de herramientas digitales, pues ello implica mucho más que manejar básicamente un computador, un teléfono inteligente o las redes sociales. En la práctica, las insuficiencias sistémicas de avance en lo digital pueden hoy adquirir una renovada intensidad como desventaja para esos pequeños comercios, que requieren por tanto de apoyo urgente en estas materias.

Y finalmente, porque aun cuando se supere en plazos relativamente acotados la pandemia, más no de manera inmediata, aun la recuperación de las economías de escala que pueda gestarse post pandemia será más rápidamente aprovechada por aquellos productores y prestadores de servicios que logren haber sorteado con relativo éxito la potencial pérdida de capacidad productiva que se encuentre coyunturalmente excedentaria; pero eso tardará mucho más tiempo en el caso de los pequeños comercios y en este marco, dadas sus estrecheces financieras, sabemos que es mucho el tiempo con que cuentan como para continuar resistiendo la reducida actividad.

Por su importancia socioeconómica y en el empleo de nuestras ciudades, comercio y servicios locales requieren de apoyos urgentes para que puedan mitigar en la mayor medida posible los efectos de esta pandemia y la reducción vinculable de la actividad económica.

* Columna Publicada en [SABES](#)