

Economía & Negocios

110 mil

puestos de trabajo genera el comercio a nivel regional, según el Observatorio Laboral.

AMPLIAS INSTALACIONES

Comercio local espera que no aumenten los “Mall Chino” ante el cierre de tiendas en el centro penquista

Hay evidente preocupación en el rubro. Dirigentes y especialistas advierten que la situación de Huachipato y de la pesca puede agudizar este escenario.

E. Bascuñán/E. Mora
 contacto@diarioconcepcion.cl

El reciente reordenamiento del retail del centro de Concepción mantiene expectantes a los actores del comercio local.

Es que desde hace algunos días que se aprecian persianas abajo y unas letras a medio desmantelar en la fachada de la ahora extienda de Ripley en el Paseo Barros Arana #839.

Es que el 24 de octubre, mediante un comunicado público la compañía a cargo de Ripley comunicó el cierre de su tienda en Concepción. Reubicaron a sus trabajadores y el edificio quedó cerrado. La decisión se justificó bajo la premisa de que era una tienda poco rentable y que además, representaba menos del 1% de sus ingresos.

Algo similar ocurre en Multitiendas Corona S.A, que a mediados de año buscó alternativas para la reorganización judicial para así, evitar su quiebra. Es que el efecto de la pandemia y los saqueos del estallido social, fomentaron una baja rentabilidad que incluso llevó al cierre de la tarjeta de crédito del local. Situación que incluso incentivó denuncias en el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac).

En el corazón de la ciudad

Sara Cepeda, presidenta de la Cámara de Comercio de Concepción, es una crítica respecto de la situación económica del Biobío. Adhiera a la idea de que las nuevas regulaciones impuestas a la pyme y a las empresas, retrasan y desmotivan el ingreso de nuevos emprendimientos en la región. Además la falta de regulación sobre las nuevas tiendas significa un “peligro para el comercio establecido”.

Sobre esto se refiere a la fuerte proliferación de los llamados “Mall Chino”, asunto que es cuestionado por el rubro local y que genera incomodidad sobre su crecimiento, y cómo de esta manera vaya acaparando una importante presencia a medida que tiendas antiguas vayan bajando sus cortinas.

“Necesitamos recuperar el Centro de Concepción, y recuperar el centro es recuperar también algunos comercios que son emblemáticos y son atractivos para que la gente pueda venir y prefiera el centro y no prefiera los malls. Sin embargo, no es por desmerecer los malls chinos, pero estos no suman mucho”, expresó Cepeda.

FOTO: ISIDORO VALENZUELA M.



Continúa en pág. 14