

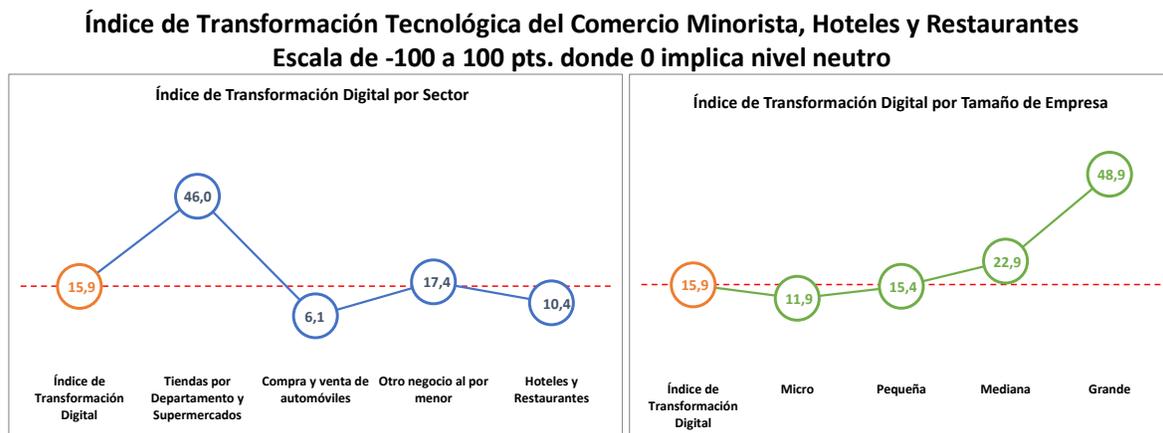
ÍNDICE DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA EN EL COMERCIO MINORISTA, HOTELES Y RESTAURANTES - JULIO 2021

Dado el fuerte cambio tecnológico de los últimos años sumado a la aceleración digital y tecnológica producto de la pandemia el Departamento de Estudio de la Cámara Nacional de Comercio pretende con este índice ir midiendo de manera semestral la introducción de tecnología física y digital en los sectores que representamos.

El índice se elabora en base a una encuesta a 502 empresa en Gran Santiago, agrupando a las empresas en cuatro sectores:

- Tiendas por Departamento y Supermercados.
- Compra y Venta de Automóviles.
- Otros Comercios Minoritas.
- Restaurantes y Hoteles.

Principales resultados:



Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro

Fuente: Departamento de Estudios CNC

El Índice de Transformación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes alcanzó los 15,9 puntos a inicios de este semestre (escala de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro), nivel superior al neutro y en línea con el resultado marcado en enero de este año (17,7 pts) lo que indica que las empresas están incorporando tecnología en sus procesos, sin embargo, se evidencian diferencias según subsectores y según tamaños de empresa. Son las Tiendas por Departamento y Supermercados, con 46 pts., las que están llevada la delantera en la incorporación de tecnologías, mientras que el resto, si bien en niveles sobre el neutral, se están quedando más rezagadas. Lo mismo se ve por tamaño de empresa, donde las grandes empresas, alcanzan 48,9 puntos, muy superior al valor neutral y por sobre también del promedio.

	Total	Tipo de empresa				Tamaño de empresa			
		Tiendas por Dept. y Superm.	Compra y venta de automóviles	Otro negocio al por menor	Hoteles y Rest.	Micro	Peq.	Med.	Grande
Índice de Transformación Digital	15,9	46,0	6,1	17,4	10,4	11,9	15,4	22,9	48,9
NIVEL ACTUAL									
<i>Nivel de tecnología actual</i>	7,4	26,3	2,4	6,5	11,6	6,7	8,9	19,3	24,7
<i>Apoyo tecnológico en la empresa</i>	23,3	68,8	-2,7	24,3	21,4	19,7	22,7	20,7	70,3
<i>Tecnología en ventas y ss. cliente</i>	37,9	62,5	17,9	41,4	30,1	31,0	39,1	51,9	65,3
<i>Capacitaciones tecnológicas al personal</i>	8,6	-	-3,5	11,2	5,8	5,6	7,8	24,6	8,2
<i>Puestos de trabajos asociados a tecnología</i>	9,7	43,8	6,2	10,6	3,2	1,2	11,9	20,5	52,7
<i>Impacto de la tecnología sobre la empresa</i>	61,9	81,3	41,8	65,7	53,9	57,5	63,5	64,9	87,3
FUTURO									
<i>Adquisición de tecnología física futura (ej., robots)</i>	25,8	62,5	15,9	26,0	22,8	21,4	26,6	25,3	64,1
<i>Adquisición de tecnología digital futura (ej., software)</i>	36,8	62,5	27,7	39,7	27,5	34,5	34,8	42,0	64,1
<i>Reemplazo de personal por tecnología</i>	-68,4	6,2	-51,0	-68,9	-82,6	-70,9	-76,3	-62,7	3,2

Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro

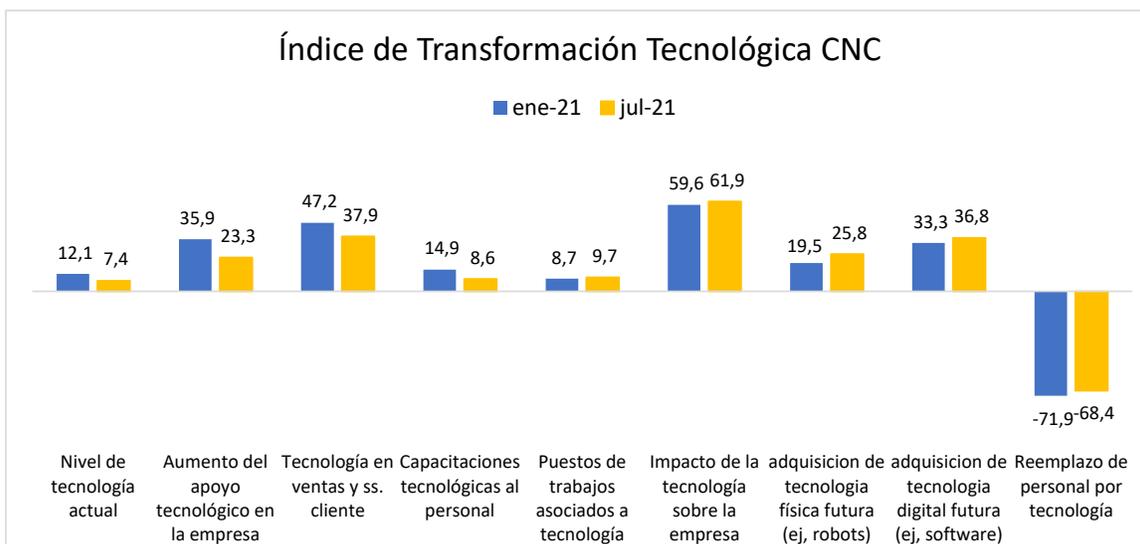
Fuente: Departamento de Estudios CNC

De acuerdo con las variables que miden la situación actual de las empresas los resultados dan cuenta de que estas están levemente tecnológizadas (7,4 pts.), en general gran parte las empresas aumentaron el apoyo tecnológico durante el primer semestre, destacando el uso de esta para temas de ventas e interacción con los clientes (37,9 pts.) y se evidencia también que la tecnología ha tenido un positivo impacto en los negocios, donde un 65,3% menciona que este ha sido positivo en los últimos seis meses.

Respecto a los temas laborales los resultados muestran niveles levemente superiores al neutral respecto al surgimiento de puestos de trabajo asociados a funciones tecnológicas, donde un 17,6% dice que aumentaron durante el primer semestre, mientras que otro 71,2% dice que se mantuvieron. Las capacitaciones en esta materia en general no variaron mucho situándose también levemente superior al neutral, donde un 68,5% menciona que no variaron y un 18,4% las aumentaron.

Respecto a la adquisición de tecnologías físicas y digitales durante este segundo semestre también se ve un escenario positivo donde sobre un tercio de las empresas menciona que aumentará su inversión en estos puntos, destacando la adquisición de tecnología digital, donde un 40% menciona que la incrementará. Sin embargo, esta adquisición no significará aún un mayor reemplazo de personal por tecnología, único tema que se encuentra bajo el nivel neutral (68,4 pts.), donde un 77,2% ve poco probables que se produzca este reemplazo en el segundo semestre.

Al comparar con la medición de enero se puede ver que si bien aún en terreno positivo cae levemente la autoevaluación en cuanto a nivel actual de tecnología, lo que se puede deber a que el avance de esta va más rápido que su adquisición, junto a que muchas empresas aumentaron su apoyo tecnológico durante el segundo semestre del año pasado y luego, el primer semestre de este año esa inversión se desacelera debido a la segunda ola de contagios y mayores restricciones que tuvimos durante el período, frenando de esta manera decisiones que se pensaban hacer en enero cuando el sector estaba más optimista sobre el futuro, sin prever aún un retroceso. Las capacitaciones en materia tecnológica también caen levemente respecto a la medición anterior, lo que también puede estar asociado a la incapacidad de poder operar en un 100% durante el período, sin embargo, la gran mayoría de las empresas tienen claro el positivo impacto que tiene la tecnología en sus negocios y pensando en la inversión durante segundo semestre aumentan las empresas que proyectan aumentos en la adquisición de tecnología, tanto física como digital.



Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis por Subsectores y Tamaño de Empresa

Destacan las **Tiendas por Departamento y Supermercados** muy por sobre el promedio, con 46 pts., pasando de un leve nivel tecnológico en la medición de enero a un nivel medio en julio. Respecto a la su nivel de tecnología actual ellas mismas se evalúan, con una nota promedio de 26,3 pts. (entre -100 y 100

con cero como nivel neutro) y luego al ver los cambios durante el primer semestre se puede ver que la gran mayoría aumentó el apoyo tecnológico en su empresa (68,8 pts.), aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías y destaca el fuerte impacto de la tecnología en la empresa con 81 pts., donde un 87,5% mencionó que la tecnología ha tenido un positivo impacto en su negocio. Destaca también por sobre los otros subsectores el aumento en los puestos de trabajos asociados a tecnología durante la primera mitad del año y la gran mayoría seguirá aumentando la adopción de tecnología física y digital en el segundo semestre, siendo el único subsector donde se vislumbra una mayor probabilidad de reemplazo de personal por tecnología.

Otros negocios al por menor también muestran una positiva adaptación tecnológica (17,4 pts.), pero bastante por debajo del nivel Tiendas por Departamento y Supermercados. El subsector aumentó el apoyo tecnológico durante el primer semestre destacando también el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías. En cuanto a puestos de trabajo y capacitaciones asociadas a tecnología durante el primer semestre, sobre un 70% de las empresas de este grupo mencionaron que se han mantenido estables al comparar con el semestre anterior. Respecto al segundo trimestre estas empresas tienen niveles sobre el neutral pero medianamente positivos en la incorporación de nuevas tecnologías, lo que da cuenta de que, pese a que varias aumentarán su adquisición tecnológica, una gran mayoría la mantendrá.

Hoteles y Restaurantes con 10,4 pts. da cuenta de una leve adaptación tecnológica del sector, con menores niveles en lo que respecta a puestos de trabajo y capacitaciones asociadas a tecnología introducidos durante el primer semestre, que se puede deber a que es un sector que estuvo con muchas restricciones para operar durante el período.

Compra Venta de Automóviles, con 6,1 pts., si bien sobre el nivel neutral es el subsector que evidencia una menor adaptación tecnológica. Destaca también los niveles bajo el neutral en el aumento de apoyo tecnológico durante el primer semestre del año y también en las capacitaciones en materias de tecnología durante el período. El sector también muestra niveles bajo el promedio en todos los subsectores en la adquisición de tecnología futura.

Por **tamaño de empresa** se ven grandes diferencias en materia de adaptación tecnológica, mientras las grande triplican el nivel promedio (48,9 pt.) las microempresas están por debajo (11,9 pts.). Las empresas de mayor tamaño han acelerado más el proceso de incorporación tecnológica y son también las que valoran altamente el positivo impacto de este en sus empresas. A su vez, mientras más grande es la empresa mayor es también la incorporación de puestos de trabajo asociados a tecnología, pero no así las capacitaciones en la materia, manteniéndose estas más débiles. Los resultados también dan cuenta que las empresas más grandes son las que piensan incorporar mayor tecnología durante el segundo semestre y se evidencia también que en las grandes empresas sí existe una probabilidad de reemplazo de personal por tecnología, cosa que no pasa en las micro, pequeñas y medianas.

Conclusiones

En los últimos años hemos visto un fuerte incremento del uso de la tecnología en los sectores del comercio, restaurantes y hoteles; las ventas online, la logística, servicios al cliente, reservas digitales, entre otras, han ayudado a hacer más eficientes los procesos y la interacción con el cliente, un cliente cada vez más conectado y exigente.

La crisis sanitaria aceleró aún más este proceso, en el caso del comercio los largos confinamiento hicieron que las ventas digitales fueran para muchos actores la única opción para seguir vendiendo. De hecho, según nuestra última encuesta realizada en abril a cerca de 300 empresas del sector, un 34% entró al mundo de las ventas electrónicas durante la pandemia, y los que ya estaban arriba de este carro lo potenciaron aún más.

Pero la adaptación tecnológica va más allá de la aplicación de plataformas de venta digital. La incorporación de tecnología ha demostrado ser un motor de desarrollo, sus beneficios para las empresas van desde aumentar la productividad, reducir costos, mejorar la calidad, llegar a lugares remotos, entre otros.

En esta misma línea, el Índice de Adaptación Tecnológica de la CNC busca ir monitoreando cada semestre en los sectores de comercio, restaurantes y hoteles la adquisición y adaptación a nuevas tecnologías.

Los resultados del índice evidencian el avance que han tenido las empresas en esta materia, pero dando cuenta que aún queda camino por recorrer y brechas por cerrar. En general, las empresas encuestadas se encuentran en un nivel superior al neutral, pero con un puntaje de 15,9 pts, lo que significa un nivel de adaptación tecnológica leve. Si bien la gran mayoría de las empresas están altamente conscientes de los beneficios de la tecnología en sus negocios, muchas aún no han incorporado un mayor apoyo tecnológico en su quehacer. A su vez, en el ámbito laboral se evidencia que no han aumentado mucho las capacitaciones en la materia y se ve solo un leve aumento en puestos de trabajo asociados a la tecnología. Con respecto a la incorporación de tecnología durante el segundo semestre, la mayoría de las empresas ve más bien que esto se mantenga y un tercio de ellas proyecta aumentos en tecnologías físicas y un 40% en tecnologías digitales.

Sin embargo, el índice muestra grandes brechas según subsectores y según tamaño de empresa. Las Tiendas por Departamento y Supermercados alcanzan niveles muy superiores de adaptación tecnológica, lo mismo que las grandes, mientras que las micro y pequeñas empresas están muy atrás dando cuenta que esta adaptación no está llegando a todos de igual manera y depende mucho de las capacidades y los recursos internos de cada compañía. Esto impone enormes desafíos, donde el desarrollo tecnológico debe ir acompañado de las políticas públicas adecuadas, que impliquen la colaboración de empresas, trabajadores y Estado, para así ir disminuyendo las brechas existentes junto con la enorme necesidad de ir adaptando los procesos de capacitaciones a esta nueva realidad.

Ficha técnica

Target	Comerciantes -hombres y mujeres- dueños, administradores o encargados de locales del comercio, localizados en el Gran Santiago.
Técnica	Encuesta telefónica con la aplicación de un cuestionario standard con ocho preguntas cerradas.
Muestra	En total se realizaron 502 entrevistas, segmentadas por rubro o sector.
Trabajo de campo	Realizado por Ekhos en julio de 2021.