

ÍNDICE DE ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA EN EL COMERCIO MINORISTA, HOTELES Y RESTAURANTES – JULIO 2024

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 mide 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 505 empresa en Gran Santiago, **realizada a principios de cada semestre** y agrupándolas en cuatro subsectores:

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

Principales resultados y comentarios:

La adaptación tecnológica en el comercio y el turismo se ha vuelto esencial para la competitividad y el crecimiento en un mercado cada vez más digitalizado. La implementación de tecnologías físicas, como sistemas de punto de venta avanzados y herramientas de gestión de inventarios, junto con la adopción de soluciones digitales, como plataformas de reservas en línea y marketing en redes sociales, es crucial para mejorar tanto la eficiencia operativa como la experiencia del cliente.

El Índice de Adaptación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes alcanzó 9,2 puntos en julio de este año, un nivel superior al neutro (en una escala de -100 a 100 puntos, donde 0 indica un nivel neutro, por encima de cero implica avances tecnológicos y por debajo indica retrocesos), y se mantiene bastante en línea con el resultado de enero (10,5 puntos). Este resultado indica un leve avance en la incorporación de tecnologías, tanto físicas como digitales, en las empresas encuestadas. Sin embargo, al desglosar los datos, se observan grandes diferencias según el sector y, especialmente, según el tamaño de la empresa.

Aunque el indicador muestra que un alto porcentaje de empresas está adoptando nuevas tecnologías, sigue existiendo una brecha significativa en función del tamaño de la empresa. Las grandes empresas, con mayores recursos, pueden invertir en infraestructura tecnológica robusta y en personal especializado, mientras que las empresas más pequeñas, especialmente las microempresas, a menudo enfrentan limitaciones financieras y técnicas. Esta disparidad las deja rezagadas en la implementación de tecnologías tanto físicas como digitales.

Los desafíos para las pequeñas empresas incluyen integrar estas tecnologías sin comprometer su viabilidad económica, además de la necesidad de capacitación y soporte adecuado, donde la falta de conocimiento a menudo se convierte en un obstáculo. Acortar estas brechas requiere un enfoque equilibrado que ofrezca apoyo y soluciones accesibles para los negocios más pequeños, a través de políticas públicas y estrategias específicas que aborden las necesidades y desafíos únicos de cada tipo de empresa y sector, permitiéndoles competir de manera equitativa y beneficiarse de las oportunidades que la tecnología ofrece en un entorno globalizado.

RESULTADOS

El Índice de Adaptación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes alcanzó los 9,2 puntos en julio de este año, nivel superior al neutro (escala de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro, sobre cero implica avances en materia tecnológica y bajo cero implica retroceso) y bastante en línea con el resultado de enero (10,5).

Los mayores avances por sector se ven en Compra y Venta de Automóviles, pasando de 6 pts. en enero a 18,5 pts. en julio. Por tamaño de empresa se ve un avance en las medianas mientras que las micro retroceden levemente, manteniéndose una fuerte brecha según tamaño donde, las grandes empresas alcanzan un nivel de adaptación tecnológica de 17 pt., cayendo levemente respecto a la medición anterior y muy por sobre los 4,1 pts. que reportan las microempresas.

Situación actual

El índice da cuenta de que cerca de un 42,4% de las empresas se califica en un nivel de adaptación tecnológica alto, mayor al 30,3% reportado en enero, mientras que un 21,1% lo califica como bajo. A mayor tamaño de empresa mayor es la autoevaluación, en las microempresas un tercio considera que tiene un nivel alto y en las grandes es un 60%. Por su parte, la gran mayoría (59,6%) considera que la tecnología ha tenido un positivo impacto en su empresa.

Un 28,4% de las empresas dispuso de más tecnologías durante el primer semestre de 2024 al comparar con el semestre anterior y un 37,4% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, como uso de aplicaciones (apps), venta en línea o agendamiento.

Según tamaño de empresa, se evidencia que a mayor tamaño aumenta el porcentaje de empresas que incrementaron el apoyo tecnológico en el primer semestre del año, alcanzando un 19,1% de las microempresas y un 47,1% en las grandes. Lo mismo sucede en cuanto al aumentó en el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, donde un 49,3% de las grandes reportan avances versus 32,2% en las microempresas.

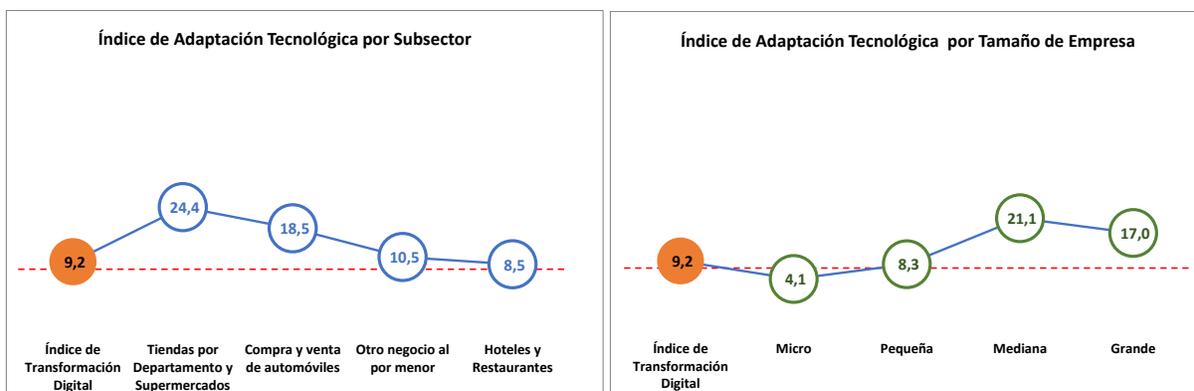
Respecto a los puestos de trabajo relacionados a tecnología, la mayoría no tuvo grandes cambios durante el primer semestre de 2024 (79,3% no los varió) y un 12% tuvo aumentos, porcentaje mayor a lo registrado en el período anterior, destacando las empresas medianas y grandes donde un 27,9% y 24,9% respectivamente reportaron incrementos en este tipo de posiciones subiendo frente a la medición de enero. Por su parte, respecto a las capacitaciones en temas tecnológico a sus trabajadores solo un 14,3% de las empresas mencionó que aumentaron, alcanzando un 32,6% en las grandes empresas y un 10,5% en las micro.

Visión a futuro

Hacia adelante, un 13,2% de las empresas encuestadas cree que aumentará sus niveles de tecnología física (robots, tótems automáticos, embalaje automático, etc.) durante este segundo semestre, levemente menor a lo reportado en enero 2024, destacando las empresas medianas con una mayor disposición a adquirir estas tecnologías. Por su parte, un 79% dice que mantendrá los niveles ya adquiridos.

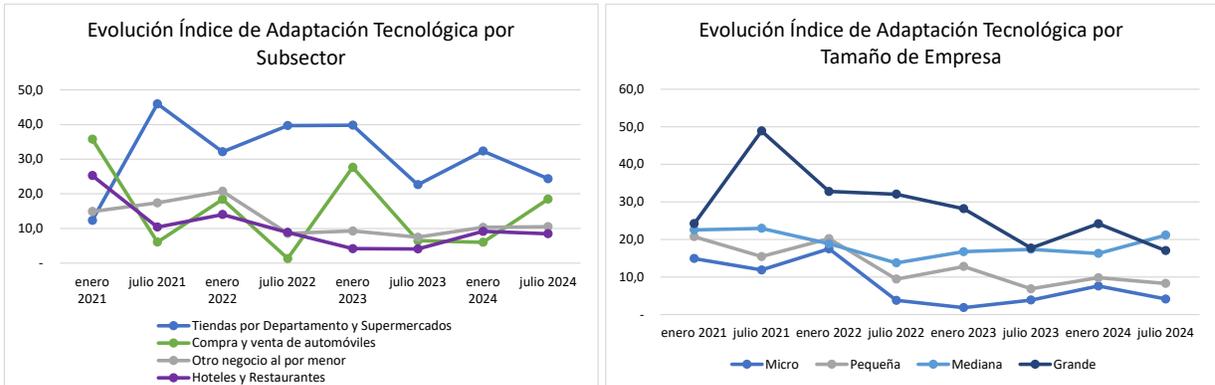
En cuanto a tecnologías digitales, como software de programación, chat bots, scan and go, automatización o tecnología de nube, entre otros, un 66% de las empresas no ve variaciones este segundo semestre y un 30% anticipa aumentos, con resultados bastante similares por tamaño de empresa, dando cuenta de una mayor disposición de adquirir este tipo de tecnologías en las empresas de menor tamaño al comparar con mediciones anteriores.

Finalmente, aún no se ven fuertes efectos en el reemplazo de personal por tecnología, un 81,7% de las empresas encuestadas ven una baja probabilidad de reemplazo durante este semestre. De las 505 empresas encuestadas solo un 5,9% ve una alta posibilidad de reemplazo y un 12,9% ve una posibilidad media.

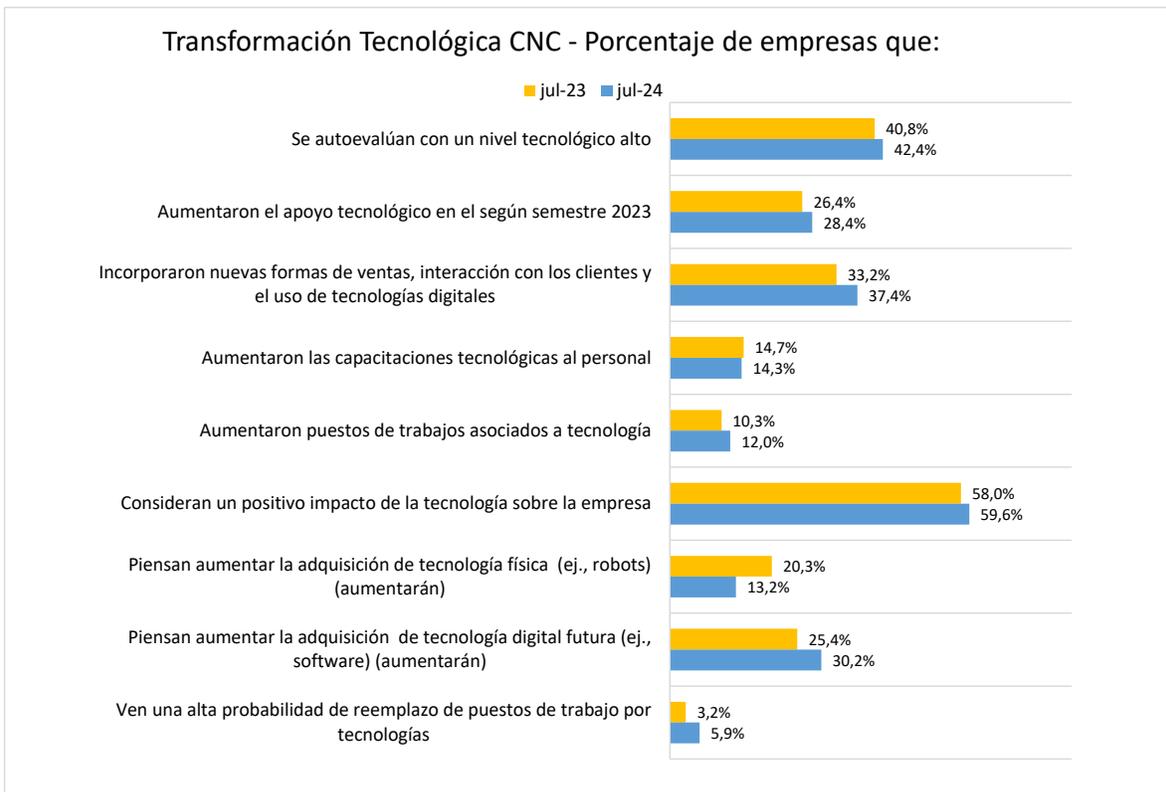


Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro

Fuente: Departamento de Estudios CNC



Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro
Fuente: Departamento de Estudios CNC



Análisis por Subsectores

Según rubro, las **Tiendas por Departamento y Supermercados**, continúan mostrando un avance más rápido en la incorporación de tecnologías que el resto de los sectores analizados, alcanzando los 24,4 pts. en índice de adaptación tecnológica (escala de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro, sobre cero implica avances en materia tecnológica y bajo cero implica retroceso) y dando cuenta de un nivel de adaptación medio. Un 89% de las empresas de este grupo reconoce el positivo

impacto de la tecnología. A su vez un 60,9% se autoevalúa con un alto nivel de incorporación tecnológica, tanto física como digital, en su quehacer diario. Por su parte, un 52,7% aumentó el apoyo tecnológico en la primera mitad del año, un 43,2% incrementó puestos de trabajos asociados a temas tecnológicos y un 24,7% de estas empresas aumentaron sus capacitaciones a sus colaboradores en materia tecnológica. Hacia adelante un 38,3% cree que aumentará el apoyo de tecnología física y un 41,6% aumentará la tecnología digital en su empresa.

El sector de **Compra y Venta de Automóviles** alcanzó un índice los 18,5 pts., triplicando el nivel marcado en enero y dando cuenta de una aceleración en su nivel de adaptación tecnológica. Un 40% de las empresas de este sector se autoevalúa con un nivel tecnológico alto y un 42,9% en nivel medio. Un 41% aumentó el apoyo tecnológico durante el primer semestre de 2024, muy por sobre lo reportado en enero, y un 35,4% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, como uso de aplicaciones (apps), venta en línea o agendamiento. También se ven avances por el lado laboral, donde un 33,5% aumentó las capacitaciones en materia tecnológica a sus trabajadores, sin embargo, solo un 18,7% incrementó los puestos de trabajos asociados a tecnologías. Hacia adelante el 27,4% ve incrementos en tecnología física y un 37,2% ve avances en temas de tecnología digital.

Otros negocios minoristas, alcanzaron 10,5 pts. bastante en línea con la medición de enero y dando también cuenta de un nivel de adaptación tecnológica leve. Un 45,7% se autoevalúa con un nivel tecnológico alto, un 34,6% lo evalúa como medio y 19,6% bajo, a su vez poco más de la mitad de las empresas de este grupo ven un impacto positivo de la tecnología y un 35,6% cree que el impacto es nuestro. Más de un cuarto de estas empresas incorporó mayores tecnologías en el primer semestre de 2023, pero sin mayores incorporaciones de trabajadores y un 13,5% aumentó capacitaciones en temas tecnológicos. Para este semestre, cerca de un tercio de este grupo de empresas ve avances en la incorporación de tecnología digital pero no tanto física.

Finalmente, **Hoteles y Restaurantes**, con 8,5 pts., son los que se autoevalúan con un nivel más bajo de adaptación tecnológica, a pesar de que casi un 63,4% considere que la tecnología tiene un impacto positivo en su quehacer diario. De esta manera un 28,1% las empresas de estos sectores mencionan que su nivel tecnológico, tanto físico como digital, es bajo, 43,4% dice ser medio y un 28,5% lo considera alto. Un 36% aumento el apoyo tecnológico durante el primer semestre de 2024 y un 45,4% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías. En cuanto al personal, cerca del 75% no ha realizado cambios, un 13,9% aumentó puestos asociadas a tecnologías en la primera mitad del año.

Índice de Transformación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes

| | Total | Tipo de empresa | | | Tamaño de empresa | | | | |
|---|-------|-------------------------------|---------------------------------|------------------------|---------------------------|-------|---------|---------|--------|
| | | Compra y venta de automóviles | Grandes Tiendas y Supermercados | Hoteles y Restaurantes | Otro negocio al por menor | Micro | Pequeña | Mediana | Grande |
| Índice de Adaptación Tecnológica | 9,2 | 18,5 | 24,4 | 10,5 | 8,5 | 4,1 | 8,3 | 21,1 | 17,0 |
| NIVEL ACTUAL | | | | | | | | | |
| Nivel de tecnología actual | 11,0 | 8,3 | 20,8 | 2,2 | 13,2 | 3,1 | 11,4 | 25,6 | 20,0 |
| Aumento del apoyo tecnológico en la empresa | 22,6 | 37,2 | 37,9 | 33,9 | 19,3 | 11,5 | 21,8 | 44,1 | 46,2 |
| Tecnología en ventas y ss. cliente | 23,0 | 23,4 | 18,9 | 31,8 | 21,0 | 15,8 | 21,6 | 39,4 | 38,6 |
| Capacitaciones tecnológicas al personal | 7,3 | 33,5 | 13,6 | 8,9 | 6,0 | 1,7 | 7,9 | 13,6 | 27,5 |
| Puestos de trabajos asociados a tecnología | 4,6 | 18,7 | 28,8 | 5,0 | 4,0 | -1,4 | 1,2 | 23,8 | 19,5 |
| Impacto de la tecnología sobre la empresa | 54,2 | 55,1 | 77,8 | 58,1 | 53,2 | 49,3 | 51,7 | 71,0 | 58,2 |
| FUTURO | | | | | | | | | |
| Adquisición de tecnología física futura (ej. robots) | 7,9 | 27,4 | 38,3 | 7,7 | 7,1 | 6,4 | 7,7 | 12,2 | 6,5 |
| Adquisición de tecnología digital futura (ej. software) | 27,7 | 37,2 | 41,6 | 19,2 | 29,3 | 24,2 | 29,5 | 31,0 | 28,2 |
| Reemplazo de personal por tecnología | -75,8 | -74,6 | -58,4 | -72,2 | -76,7 | -73,5 | -78,4 | -70,5 | -91,5 |

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

Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 505 entrevistas, segmentadas por rubro o sector. |
| Trabajo de campo | Realizado por Ekhos en julio 2024 |