

CAPÍTULO 1





CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO ESPECIALIZADO

INTRODUCCIÓN

Para indagar sobre las características de la fuerza laboral en la cadena de valor principal, se examinaron una serie de indicadores que caracterizan a las empresas encuestadas, el capital humano y su gestión. Entre ellos, la localización de las empresas; la composición de su cadena de valor principal; las características sociodemográficas de los trabajadores; la renovación de personal; razones de contratación y desarrollo laboral, entre otros².

Los resultados se obtuvieron mediante la información provista por la encuesta, analizando en general a las empresas participantes y comparándolas según distintas variables, como tamaño dotacional, región en la que operan y tamaño según ventas³. Esta información se complementó con datos de la última Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN, 2017) sobre edad, nivel educacional y antigüedad laboral, extraídos de una submuestra compuesta por los empleados formales de las actividades económicas contempladas por el estudio.

² Anexo 1: Variables contempladas para el estudio.

³ A diferencia de las otras variables, las cuales fueron construidas a partir de información reportada por las empresas, la información de ventas se obtuvo a partir de la elaboración del marco muestral y con información disponible en SII, se seleccionó a empresas Medianas (I y II) y empresas Grandes (I a IV) de acuerdo con la variable "Tramo de ventas".



CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS*

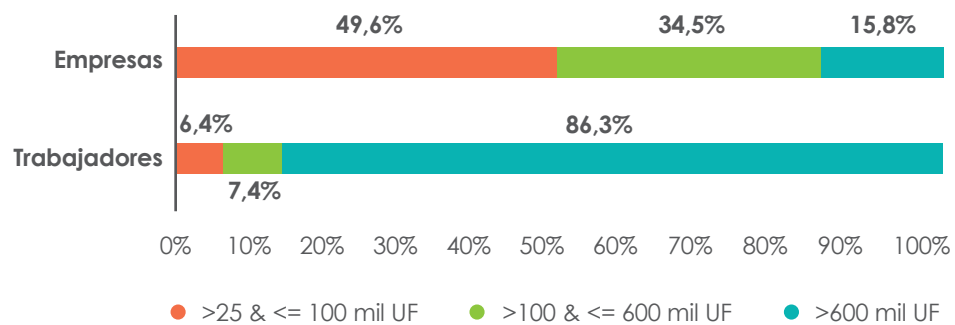
A partir de los datos obtenidos de las 285 empresas participantes, se reportó un total de 150.680 trabajadores. De ellos, el 71,2% se desempeña en tiendas, y el resto se distribuye en centros de distribución, área corporativa y otras áreas del negocio.



Casi la mitad de las empresas reportaron tener centro de distribución propio, y por cada trabajador en los centros de distribución hay, en promedio, 11 trabajadores en tienda. Sin embargo, esta proporción varía dependiendo del tamaño: en las empresas de mayores ventas, el promedio es de 529 trabajadores en tienda por cada uno en centro de distribución; y en las medianas y pequeñas la relación baja a 6 y 5 trabajadores respectivamente.

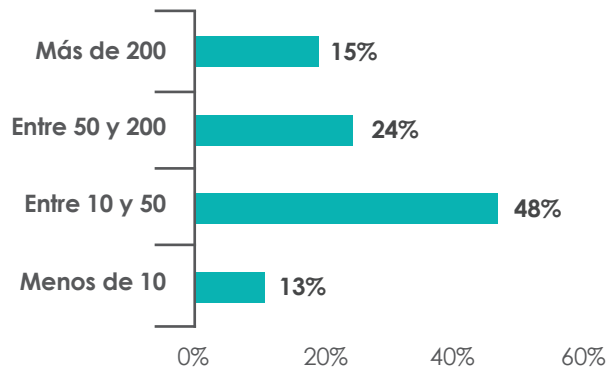
Al igual que en el sector Comercio en general, en el Comercio Especializado la fuerza laboral se concentra en pocas empresas, con gran volumen de ventas: el 86,3% de los trabajadores se desempeña en empresas con ventas superiores a las 600 mil UF al año, que son solo el 15,8% del total (Gráfico 1). El resto de la fuerza laboral se distribuye en empresas de menor tamaño, la mitad de las cuales tiene entre 10 y 50 trabajadores (Gráfico 2).

Gráfico 1: Distribución de empresas participantes y su fuerza de trabajo según volumen de ventas



* Todos los gráficos y esquemas son elaboración propia, a excepción de aquellos en que se indica su respectiva fuente.

Gráfico 2: Distribución de empresas participantes según cantidad de trabajadores

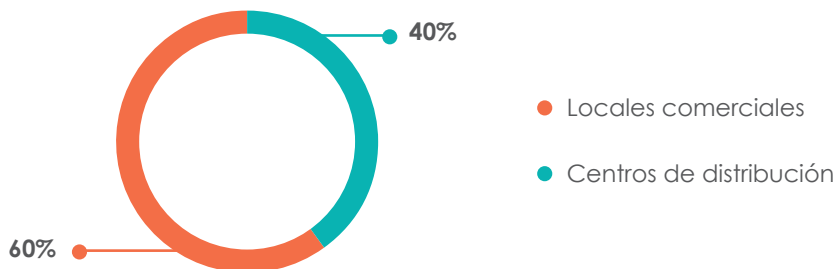


SUPERFICIE

En conjunto, las empresas participantes reportan 306.204 m² destinados para la operación de locales comerciales y 204.627 m² utilizados como centros de

distribución. De esta forma, en los locales hay 5,5 m², por cada trabajador, y en los centros de distribución la superficie sube a 6,3 m².

Gráfico 3: Proporción de superficie destinada a locales comerciales y centros de distribución (Total: 510.831 m²)

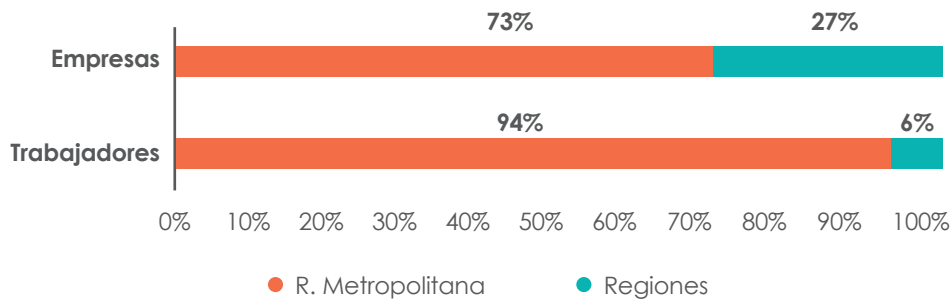


LOCALIZACIÓN

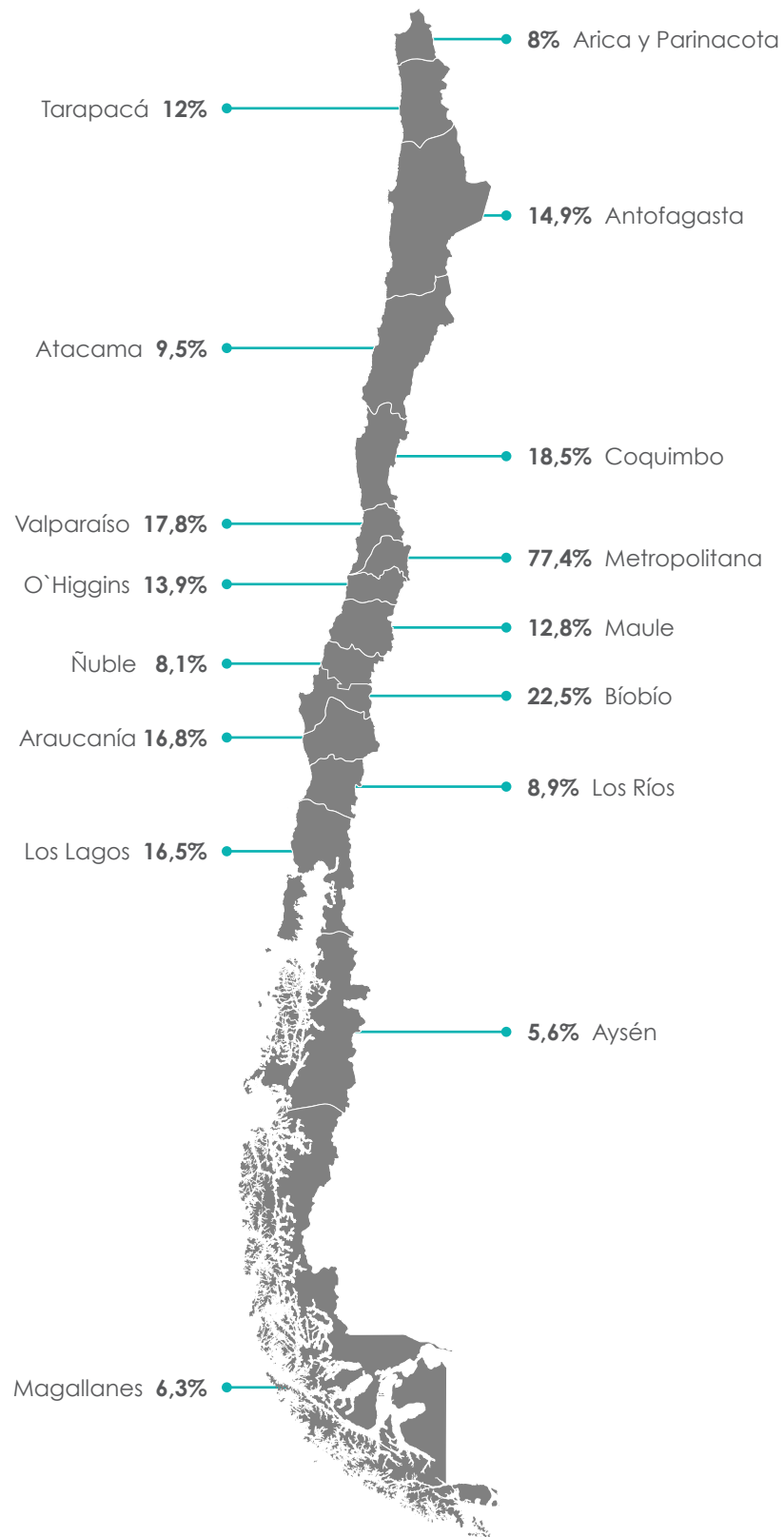
El 73% de las empresas participantes tiene su casa matriz en la Región Metropolitana y emplean al 94% de la dotación global (Gráfico 4). No obstante, hay empresas cuya actividad tiene un alcance territorial mayor al lugar donde se ubica su casa matriz. Al consultar en qué lugares tienen

alguna tienda o centro de distribución, se observa que operan, en alguna medida, en todas las regiones del país. Además de la Región Metropolitana, las regiones de Biobío, Coquimbo y Valparaíso destacan con la mayor proporción de empresas que declaran realizar su actividad (Figura 1).

Gráfico 4: Distribución territorial de empresas participantes y su fuerza de trabajo



**Figura 1: Presencia regional declarada por las empresas participantes
(% de menciones)**



ATRIBUTOS DEL MODELO DE NEGOCIOS

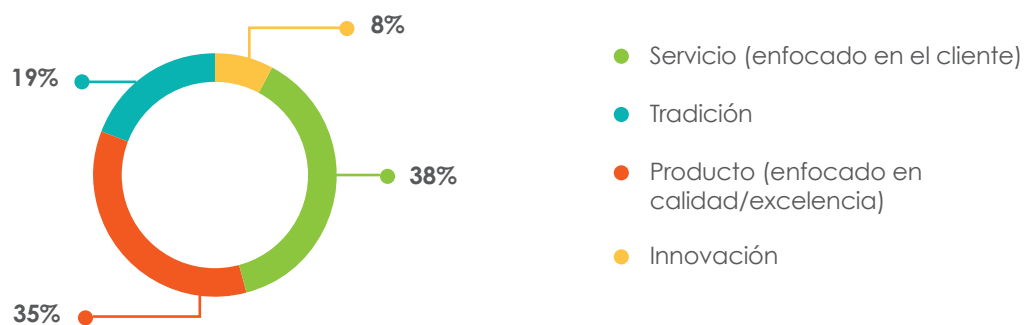
Al consultar por el atributo que representa de mejor manera a sus modelos de negocios, la mayoría de las empresas se identifican con aquellos orientados al servicio y al producto.

El primero se representa en el cuidado de la atención al cliente, que tiene relación con la rapidez, el ambiente y el trato de los trabajadores. En cuanto al producto, se destacan atributos como la calidad, la diversidad y

disponibilidad y la conveniencia, entre otros.

Es importante destacar que los atributos relacionados a innovación (como adaptabilidad y flexibilidad, vanguardia en tecnología o posicionamiento digital) y tradición (como ambiente familiar, antigüedad y trayectoria o cercanía con el cliente), son representativos para el 8% y 19% de las empresas participantes respectivamente.

Gráfico 5: Atributos representativos del modelo de negocios de las empresas (% de menciones)





CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL HUMANO

Mujeres:



Trabajadores extranjeros:



Personas en situación de discapacidad (PeSD):



Potencial de retiro* (>=60 años):



Edad promedio* (años):



Antigüedad promedio en el trabajo* (años):



* Fuente: CASEN 2017

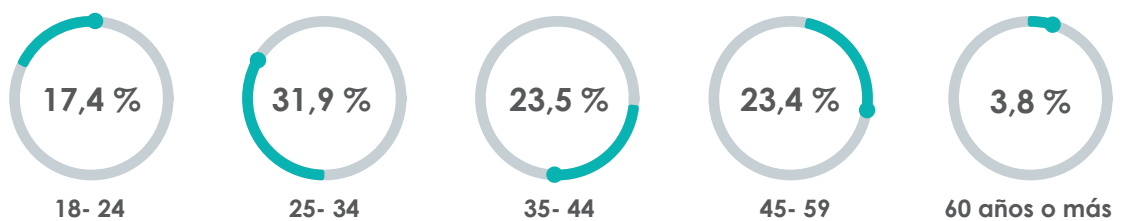
La presencia femenina en las empresas participantes (54%) supera en 5 puntos al promedio del sector Comercio (Casen, 2017), y la participación de trabajadores extranjeros (7%) es similar al promedio general (6,6%). En tanto, la proporción de trabajadores en situación de discapacidad (1,3%), es significativamente menor al 5,6% del sector Comercio (Casen, 2017).

Respecto del rango etario, casi un tercio de la dotación del Comercio

Especializado tiene entre 25 y 34 años, y un 17,4% es menor de 24 años. Es decir, cerca de la mitad de los trabajadores tiene menos de 35 años. Por otra parte, la antigüedad promedio es de 6,4 años, sólo 0,1 años menos que lo observado para el Comercio en general.

Finalmente, un 3,8% de la fuerza laboral del Comercio Especializado se encuentra en potencial de retiro, superando al 2,1% del sector Comercio (Casen, 2017).

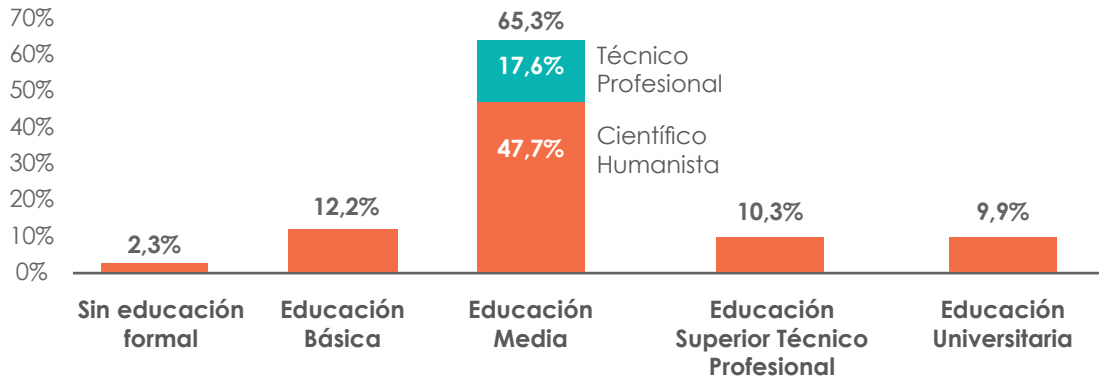
Gráfico 6: Distribución de la fuerza laboral en las empresas del Comercio Especializado según tramo de edad



Fuente: CASEN 2017

En cuanto a la formación de los trabajadores, los datos muestran que el 79,8% de la fuerza laboral del Comercio Especializado tiene como máximo educación media o menos (incluye científico humanista y técnico profesional).

Gráfico 7: Distribución de la fuerza laboral en las empresas del Comercio Especializado según último nivel educacional cumplido



Fuente: CASEN 2017

RENOVACIÓN DE LA FUERZA LABORAL

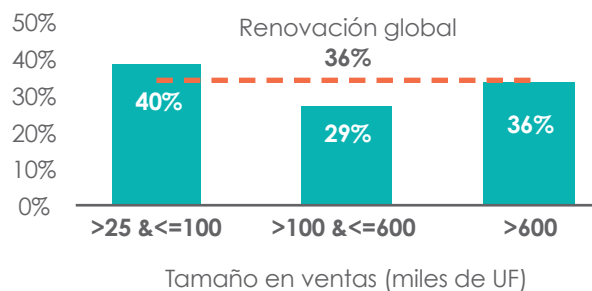
En base a los datos reportados, se estima que la renovación promedio del personal del Comercio Especializado es de 35,6%. Esto equivale a la relación entre el número de personas contratadas el último año y la dotación promedio de ese año en las distintas empresas.

Sin embargo, en la mitad de las empresas esta no supera el 17%, por lo que el promedio está influenciado por un pequeño número de empresas que en el último año tuvieron tasas muy altas, superando al 100% o incluso un 300% de su dotación.

Al analizar la renovación por tamaño de empresa (ventas), se evidencia que las más pequeñas superan en 4 puntos a la media, mientras que las de tamaño intermedio (ventas entre 100 mil y 600 mil UF) registran la menor renovación, con 7 puntos porcentuales menos que el promedio global.

Finalmente, la mayor renovación se produce en la Región Metropolitana, con un promedio de 38%, lo que contrasta con el 28% de las otras regiones en conjunto.

Gráfico 8: Renovación promedio de la fuerza laboral según tamaño por ventas de la empresas

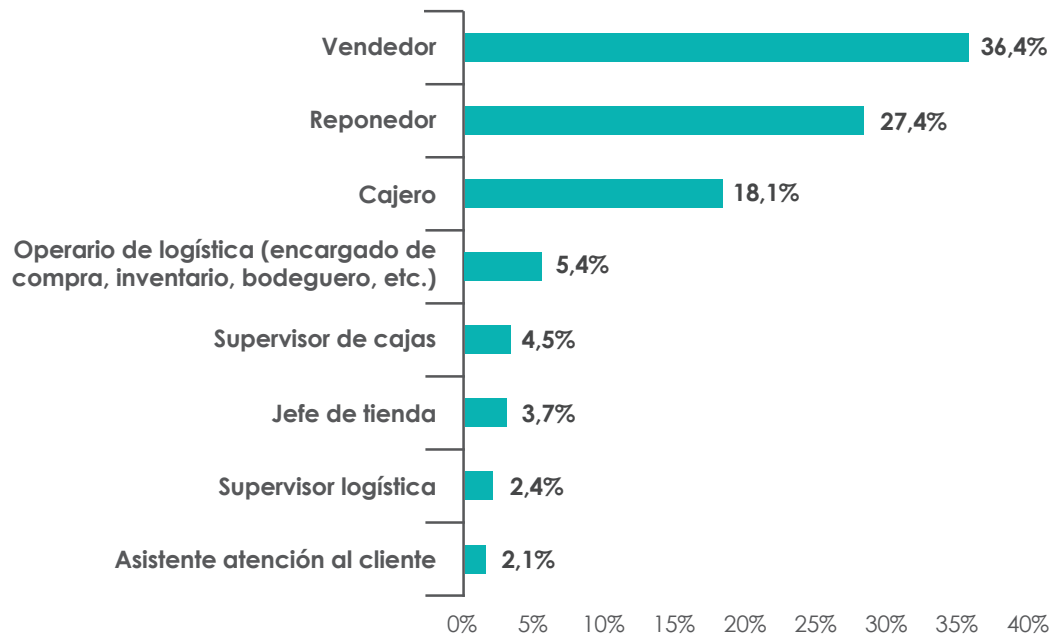


DISTRIBUCIÓN DE PERFILES

De los principales perfiles ocupacionales de la cadena de valor principal, se observa que la dotación se concentra fundamentalmente en las funciones de vendedor (36%), reponedor (27%) y cajero (18%). Esta información se relaciona

directamente con que la mayor proporción de trabajadores en las empresas del Comercio Especializado (71,2%) realizan labores en locales, principalmente en ventas y operación de tienda.

Gráfico 9: Distribución de trabajadores en las empresas del Comercio Especializado según los principales perfiles/funciones

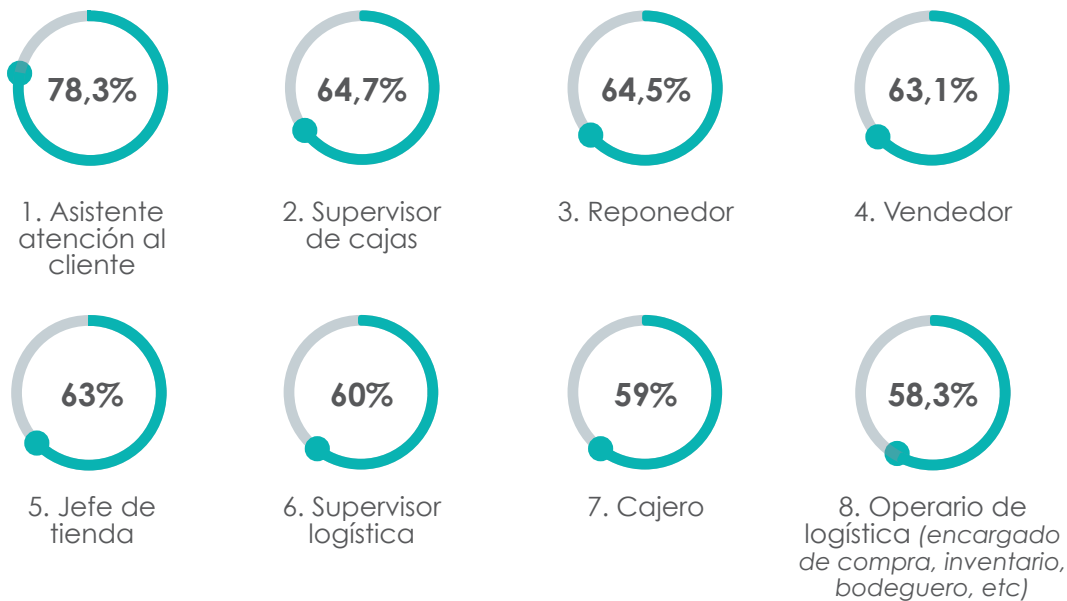


PERFILES MULTIFUNCIONALES

Los perfiles multifuncionales son aquellos que realizan dos o más funciones alternativas o complementarias. En el Comercio Especializado, el perfil de asistente de atención al cliente se identifica como el con mayor multifuncionalidad, seguido por supervisor de cajas, reponedor y vendedor.

En contrapartida, los perfiles asociados a los centros de distribución (encargado de compra, inventario, bodeguero, etc.) se identifican como menos multifuncionales, pero no por ello son definidos en torno a una tarea única, pues el 58% de las empresas declara que realizan funciones alternativas o complementarias a las propias.

Gráfico 10: Ranking de perfiles multifuncionales en las empresas del Comercio Especializado (% de menciones)

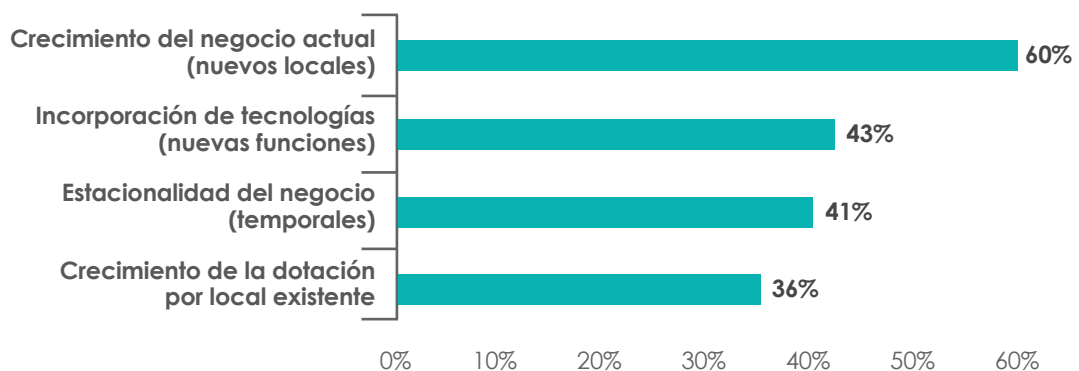


CRECIMIENTO Y CONTRATACIONES PARA EL 2020

Al consultar por la probabilidad de incrementar la dotación durante el 2020⁴, la apertura de nuevos locales sería la principal razón para contratar personal. La incorporación de tecnologías y la estacionalidad (contratación de

trabajadores por temporada) tienen una probabilidad promedio levemente superior al 40%, mientras que un crecimiento dotacional de los locales ya existentes es la menos probable.

Gráfico 11: Probabilidad promedio de razones de contratación para el próximo año (donde 0% es “Nada probable” y 100% “Totalmente probable”)



PERFILES CON MAYOR DIFICULTAD DE CONTRATACIÓN

Las empresas participantes identifican al vendedor como el perfil ocupacional más escaso o con la mayor dificultad de contratación, reuniendo al 37,6% de las menciones. Otros perfiles considerados escasos, aunque por una menor proporción de empresas, son administrativo (11,8%), bodeguero (9,6%), conductor (8,3%), empleado de finanzas (7%) y cajero (6,1%) (Gráfico 12).

Respecto de las razones que podrían explicar la dificultad percibida en torno a la contratación de trabajadores para estos perfiles, el 39% de las menciones señala falta de candidatos calificados. Le siguen la falta de experiencia laboral de los postulantes (20%); la escasez general de postulantes (12%) y que las remuneraciones no cumplen con las expectativas de quienes postulan (11%) (Gráfico 13).

El 37,6% de los encuestados señala que el perfil de vendedor es el más escaso o con la mayor dificultad de contratación.

⁴ Debido al impacto que generó el estallido social de octubre de 2019 en el sector Comercio, es posible que el escenario de contratación para 2020 probablemente cambie.

Gráfico 12: Perfiles ocupacionales con mayor dificultad de contratación (% menciones)

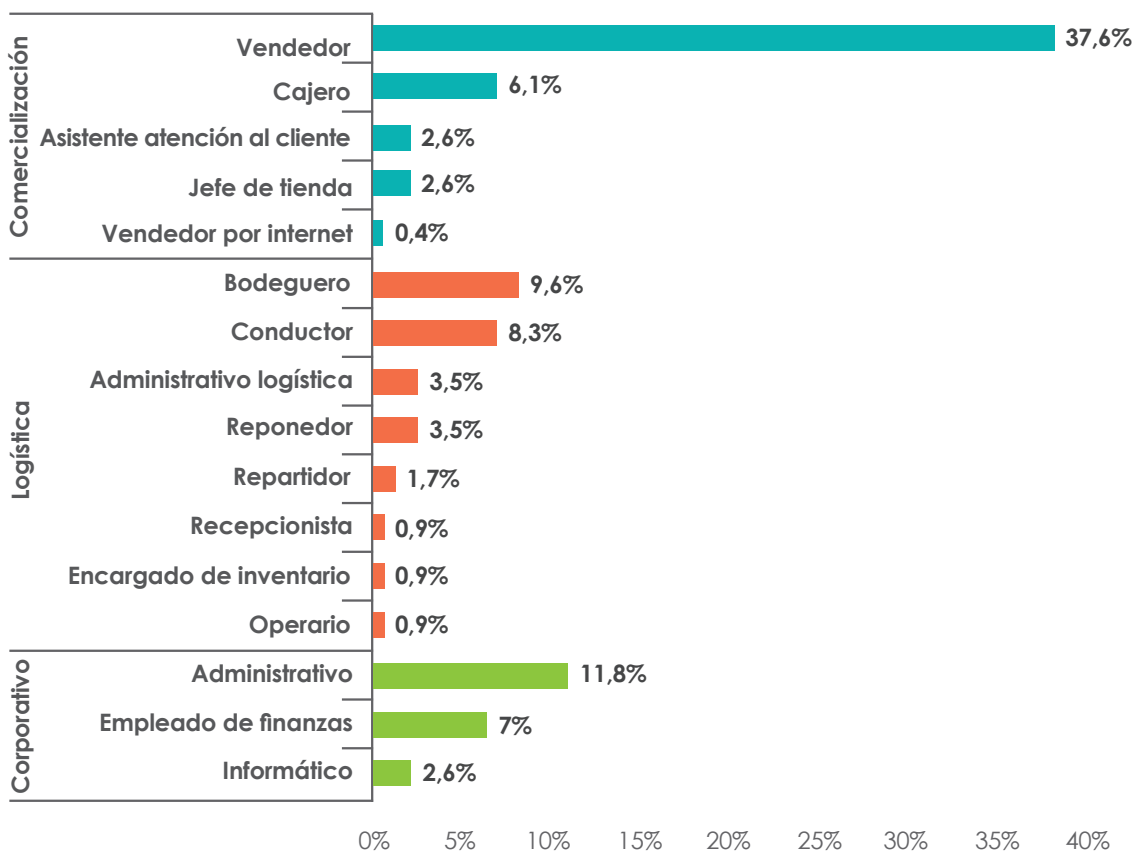


Gráfico 13: Principales razones tras la dificultad de contratación en los perfiles más escasos (% de menciones)



DESARROLLO LABORAL

En el estudio se indagó también sobre los recursos invertidos en la capacitación de la fuerza laboral en el Comercio Especializado, y los propósitos de los distintos programas. Durante 2018, las empresas declaran una inversión promedio por trabajador de \$45.455 al año, con 6,2 horas de

capacitación por persona, como promedio. Estos datos muestran una diferencia significativa entre las horas y recursos invertidos en el rubro en relación al estándar nacional, cuyo promedio es de 34 horas y \$248.762 destinados al año en capacitación por trabajador (Datalab, 2018).

6,2 HORAS PROMEDIO DE CAPACITACIÓN
POR TRABAJADOR AL AÑO
(HORAS DE CAPACITACIÓN/ DOTACIÓN)

0,6 PARTICIPACIÓN PROMEDIO POR PERSONA
(NÚMERO DE ASISTENTES/ DOTACIÓN)

\$45.455

INVERSIÓN POR TRABAJADOR
(INVERSIÓN/ DOTACIÓN)

\$25.000

COSTO POR CAPACITACIÓN
(INVERSIÓN/HRS DE CAPACITACIÓN)

\$133.333

COSTO POR PARTICIPANTE
(INVERSIÓN/ N° DE ASISTENTES)

54,3%

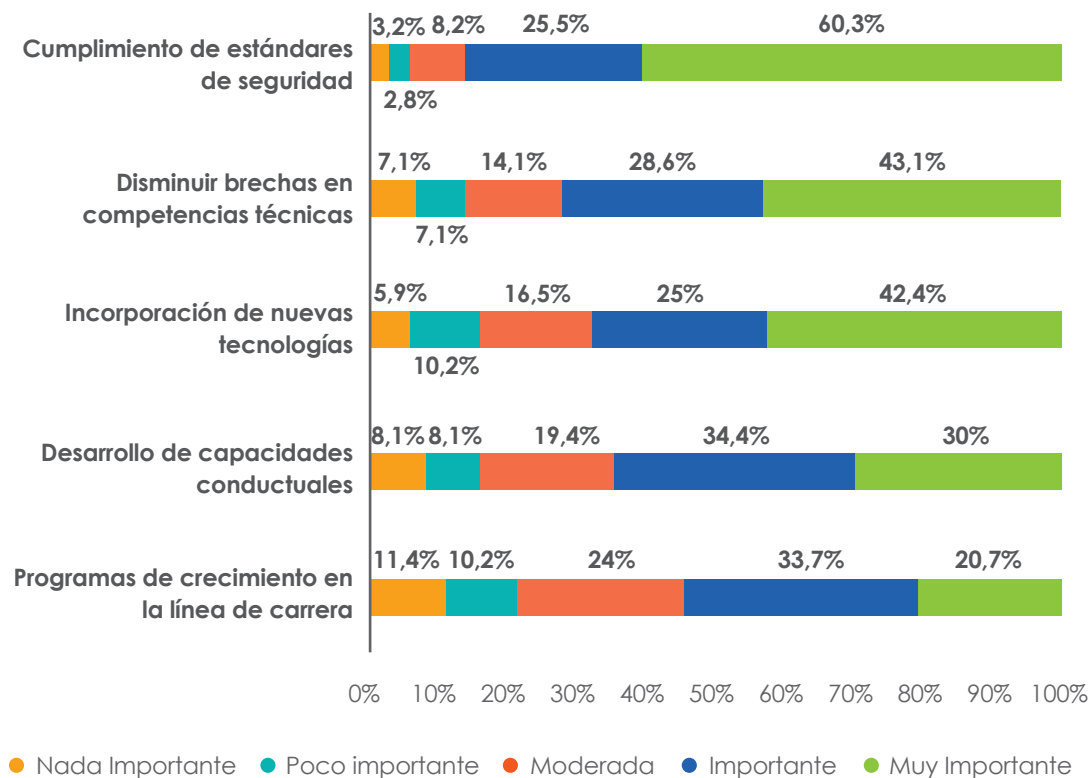
PROMEDIO DE INVERSIÓN EN
CAPACITACIÓN CUBIERTO POR
MEDIO DE FRANQUICIA TRIBUTARIA SENCE



Como sucede en muchas industrias, la capacitación para el cumplimiento de estándares de seguridad es la de mayor relevancia. La siguen en importancias similares (más del 40%) la disminución de brechas en competencias técnicas

y capacitar en nuevas tecnologías. En el otro extremo, el desarrollo de programas de crecimiento en la línea de carrera se considera como la razón menos relevante, aunque se le atribuye un nivel moderado de importancia.

Gráfico 14: Razones de las empresas para capacitar según relevancia atribuida, donde 1 es “Nada importante” y 5 “Muy importante” (% de menciones)



Los datos reflejan que en el Comercio Especializado la capacitación no se considera un medio de gran relevancia para el desarrollo del capital humano, lo que podría deberse a la naturaleza de las funciones de la mayoría de los trabajadores, y a la alta renovación permanente de sus trabajadores, que termina siendo un desincentivo al desarrollo, más allá de la formación

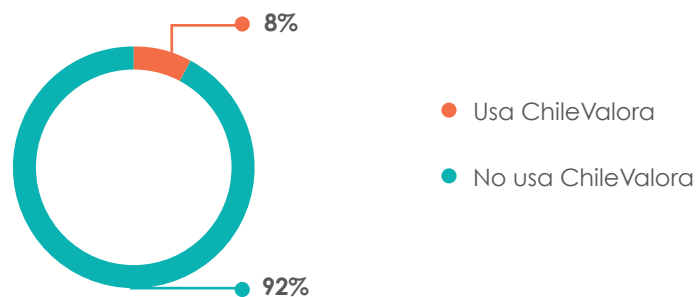
requerida como requerimiento legal vinculada a Seguridad e Higiene.

Si bien estos datos no permiten pronunciarse sobre el desempeño de las empresas del Comercio Especializado en materia de desarrollo de capital humano, sirven para levantar un punto de referencia inicial sobre el sector. Asimismo, invitan a profundizar y

realizar futuras mediciones que permitan capturar y visibilizar las tendencias, desafíos y oportunidades en torno a la capacitación, para generar una línea de trabajo en común que permita fortalecer las iniciativas de desarrollo laboral (por ejemplo, fomentando el uso de la Franquicia Tributaria para aprovechar mejor los mecanismos de financiamiento disponibles).

Junto a lo anterior, se consultó a las empresas participantes si utilizan el modelo de competencias laborales definido por el Sistema Nacional de Competencias Laborales – ChileValora. La respuesta es que solo el 8% los usa para algunos de estos fines: la certificación de competencias, desarrollo y capacitación, y también para reclutamiento y selección de personal.

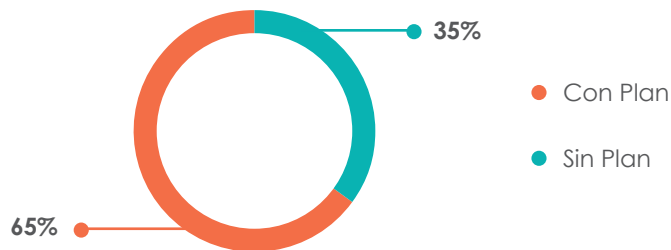
Gráfico 15: Proporción de empresas que utiliza el modelo de ChileValora



Dado que el 65% de las empresas participantes declara que tiene establecido un plan de desarrollo laboral claro y formal para los trabajadores, sería relevante conocer en mayor profundidad la forma o modelos que

están siendo utilizados para el desarrollo de competencias, de modo de contar con información actualizada e impulsar un trabajo sectorial que facilite a las empresas responder a las persistentes transformaciones del mundo del trabajo.

Gráfico 16: Proporción de empresas que cuentan con un plan de desarrollo laboral





SÍNTESIS

- 1. La cadena de valor principal concentra al 77%** de la fuerza laboral reportada por las empresas participantes.
- 2. El 44% de las empresas encuestadas tiene un centro de distribución propio.** En este grupo, se observa un promedio de 11 trabajadores en tienda por cada trabajador en centro de distribución.
- 3. Las empresas con ventas anuales superiores a 600 mil UF (16%), concentran al 86% de la fuerza laboral del Comercio Especializado.**
- 4. El 48% de las empresas opera regularmente con una dotación de entre 10 y 50 trabajadores.**
- 5. El 73% de las empresas tiene su casa matriz en la Región Metropolitana.**
- 6. Los perfiles que agrupan la mayor cantidad de trabajadores son vendedor (36%), reponedor (27%) y cajero (18%).**
- 7. Asistente de atención al cliente es el perfil con menor cantidad de trabajadores (2,1%)** y es al que más se le atribuye multifuncionalidad.
- 8. La fuerza laboral femenina se eleva a un 54%,** superando al promedio del sector Comercio en general (49%).
- 9. La mayoría de los trabajadores tienen entre 25 y 34 años de edad (32%),** mientras que el 17,4% tiene entre 18 y 24, y el 3,8% se encuentra en el tramo de 60 años y más.

- 10.** El **79,8%** de la fuerza laboral tiene como máximo nivel de formación la **educación media**. La cifra se desglosa en 65,3% egresados de educación media, un 12,2% con solo educación básica y 2,3% sin educación formal.
- 11.** Se estima una renovación promedio de **35,6%** en la fuerza laboral del Comercio Especializado para el último año.
- 12.** Al preguntar por la probabilidad de incrementar la dotación durante el 2020, un **60% de las empresas participantes señala la apertura de nuevos locales** (crecimiento del negocio) como la razón más probable para contratar personal.
- 13.** El **37,6%** señala que el **perfil de vendedor es el más escaso o con mayor dificultad de contratación**, principalmente por falta de candidatos calificados o con formación específica.
- 14.** Más de la mitad de las empresas señala que **la principal razón para capacitar a los trabajadores es el cumplimiento de estándares de seguridad**, seguido por disminuir brechas en competencias técnicas o en incorporación de nuevas tecnologías.
- 15.** Solo el **8%** de las empresas participantes utiliza el **modelo de competencias laborales definido por ChileValora**, principalmente para la certificación de competencias.
- 16.** Dado que el **65%** de las empresas cuenta con un **plan de desarrollo laboral para sus trabajadores**, sería interesante indagar en su implementación y evaluar su eficacia, para contar con información útil que les permita responder a las persistentes transformaciones del mundo del trabajo.