

Supermercados y grandes tiendas son los rubros del comercio que han incorporado más rápido la tecnología



■ **Medición de la CNC** mostró que un tercio de las empresas encuestadas se considera en un nivel de adaptación tecnológico alto. Por ahora, no se ve un impacto laboral relevante.

POR CAROLINA LEÓN

La tecnología en el comercio es un fenómeno que llegó para quedarse, y si bien durante la pandemia su irrupción fue más fuerte -debido a la mayor apuesta por el e-commerce-, el sector ha continuado apostando por la modernización.

La última medición semestral en los sectores minorista, hoteles y restaurantes de la Cámara Nacional de Comercio (CNC) mostró que el indicador de incorporación tecnológica alcanzó los 10,5 puntos en enero, un nivel que es sinónimo de avances en la materia.

La escala considerada va desde -100 a 100 puntos, donde cero implica neutralidad, sobre cero progresos y bajo cero retrocesos.

El dato, que se desprende de un estudio entre 509 empresas del Gran Santiago, es levemente superior a los 7,1 puntos de julio de 2023, pero inferior a los 17,7 puntos de enero de 2021, en pleno escenario de Covid-19.

“En la pandemia se vio un boom de este indicador, porque muchos tuvieron que pasar al mundo digital de manera obligatoria”, recuerda

la gerenta de estudios de la CNC, **Bernardita Silva**.

En ese entonces, explica, “hubo un avance rápido para muchos, sobre todo en el sector retail, porque tuvieron que automatizar procesos de compra, reposición, agendamientos, y avanzaron mucho en temas que, en otro contexto, habrían tomado más tiempo”.

Entre más grande, mayor es la apuesta

El análisis constata que sigue existiendo diferencia en la incorporación de nuevas tecnologías por tamaño de la empresa, brecha que responde, en parte, a la dimensión de las operaciones, pero también a la falta de recursos, infraestructura, conocimiento y gestión, “que aqueja a las empresas más pequeñas”, dice el informe.

Un tercio de las firmas encuestadas se considera en un nivel de adaptación tecnológica alta, pero un 41,4% lo ve como bajo.

A mayor tamaño, además, sube el porcentaje de compañías que incrementaron el apoyo tecnológico en el segundo semestre de 2023, que llegó a 41,7%. Entre las microempresas alcanzó a 24%.

Lo mismo sucede en cuanto al aumento del uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, donde un 62,6% de las grandes reportan alzas versus 30,9% en las micro.

En general, las grandes empresas alcanzan un nivel de adaptación tecnológica de 24,2 puntos, au-

la incorporación de tecnologías que el resto de los sectores analizados, alcanzando los 32,3 puntos.

En este grupo, un 83,3% de las compañías encuestadas reconoce el positivo impacto de la tecnología y un 66,7% se autoevalúa con un alto nivel de incorporación de la misma, tanto física como digital, en su quehacer diario.

En dicho segmento, un 50% incrementó el apoyo tecnológico en la segunda mitad del año pasado, y un 41,7% los puestos de trabajos asociados a temas tecnológicos

hoteles y restaurantes registraron 9,2 puntos.

¿Efecto en el empleo?

En relación a lo que esperan para el presente semestre, un 24,4% de las empresas cree que aumentará sus niveles de tecnología física, como robots, tótems automáticos y embalaje automático, entre otros.

En cuanto a tecnologías digitales, como software de programación, chatbots, automatización o tecnología de nube, entre otros, un 69% de las firmas no ve variaciones y un 28,4% anticipa avances.

Aquí, destacan las empresas de mayor tamaño, donde un 37% ve mayor incorporación de estas tecnologías estos primeros seis meses.

El índice de la CNC aún no revela fuertes efectos en el reemplazo de personal por tecnología, ya que un 80,1% de las empresas encuestadas ve una baja probabilidad de reemplazo durante este semestre. De las empresas consultadas, solo 6% ve una alta posibilidad de reemplazo y un 12,9% ve una posibilidad media.

Un 80,1% de las empresas encuestadas ve una baja probabilidad de reemplazo durante este semestre. De las 505 empresas consultadas solo un 6% ve una alta posibilidad de reemplazo.

mentando respecto a la medición anterior, y muy por sobre los 7,6 puntos que reportan las microempresas.

Por rubro, las tiendas por departamento y supermercados continúan mostrando un avance más rápido en

y un tercio de estas empresas aumentaron sus capacitaciones a sus dependientes en esta materia.

El sector de compra y venta de automóviles alcanzó un índice de 6,0 puntos; otros negocios minoristas, alcanzaron los 10,3; y, finalmente,