



Región del Libertador General Bernardo O'Higgins

Encuesta Nacional de
Demanda Laboral

ENADEL 2020

Informe de resultados:
Comercio



Encuesta Nacional de Demanda Laboral

ENADEL 2020

Informe de Resultados: Comercio

Región del Libertador General Bernardo O'Higgins

Observatorio Laboral Región de O'Higgins, Servicio Nacional de
Capacitación y Empleo, 2021, Santiago, Chile.

Todos los derechos reservados.

Queda autorizada su reproducción y distribución citando la fuente.

Agradecimientos

Queremos agradecer de manera especial a todas y todos quienes hicieron posible el trabajo que hoy concluye con la publicación de la encuesta. A los Directores Regionales y a nuestros compañeros de trabajo en todas las Direcciones Regionales de SENCE, que nos acompañaron en estos meses, por su confianza y colaboración.

A nuestros socios estratégicos que lideran la Red de Observatorios Laborales en regiones, integrada por la Universidad Arturo Prat, Universidad Católica del Norte, INACAP, Universidad Católica de Valparaíso, Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad de O'Higgins, Universidad Católica del Maule, Universidad del Biobío, Universidad de la Frontera, Universidad Austral de Chile, Universidad de Los Lagos, y Universidad de Aysén.

A los Organismos Técnicos Intermedios de Capacitación: OTIC ASIMET, OTIC de la Banca (BANOTIC), OTIC Corporación de Capacitación de la Construcción (CChC), OTIC PROFORMA y OTIC SOFOFA.

Y muy especialmente a los representantes y gerentes de las empresas que accedieron a participar en la Encuesta, por su disposición y el tiempo que nos destinaron en las entrevistas.

Finalmente, agradecer a nuestras contrapartes del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) que acompañaron y conocieron de cerca el trabajo que se estaba llevando a cabo.

A todos ellos va nuestro sincero agradecimiento.

Director Observatorio Laboral Región de O'Higgins

Eolo Díaz-Tendero

Equipo Observatorio Laboral Región de O'Higgins

Cristóbal Quiñinao

Héctor Bahamonde

María Cristina Hernández

Mauricio Muñoz

Cristián Moreno

Carlos Isla

Índice

Glosario	5
Presentación Director Regional Sence Región de O'Higgins	11
Presentación Gerente General Corporación de capacitación de la Cámara Chilena de la Construcción	12
Presentación Director Observatorio Laboral de la Región de O'Higgins	13
Resumen Ejecutivo	14
1. Introducción	18
2. Metodología	20
2.1. Entrevista a líderes	21
2.2. Estadísticas de fuentes secundarias	22
2.3. ENADEL 2020	24
3. Contexto y perspectivas del Comercio en la región	27
3.1. Perspectivas y desafíos del Comercio en la voz de representantes del sector	28
3.2. Estadísticas laborales del Comercio	40
4. Resultados ENADEL 2020	50
4.1. Contratación de personas y dificultades de reclutamiento	51
4.2. Capacitación y uso de oferta pública	72
4.3. Situación de las empresas en crisis sanitaria	76
5. Síntesis de resultados	79

Glosario

A continuación se definen los principales categorías utilizadas en el levantamiento y análisis de los resultados de ENADEL 2021.

Tamaño de empresa



Pequeñas

Empresas de
5 a 49
trabajadores



Medianas

Empresas de
50 a 199
trabajadores



Grandes

Empresas con
200 o más
trabajadores

Actividad económica

Para ENADEL 2021, las actividades económicas se clasifican de acuerdo al Clasificador Chileno de Actividades Económicas CIIU4.CL 2012, el cual es la adaptación nacional del Clasificador Internacional Industrial Uniforme revisión 4, el cual clasifica sistemáticamente todas las actividades económicas con la finalidad de establecer una codificación armonizada a nivel mundial. En particular para ENADEL 2021, nos interesan dos actividades económicas en particular: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, y Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.



Silvoagropecuaria y pesca

Esta sección comprende la explotación de recursos naturales vegetales y animales; es decir, las actividades de cultivo, la cría y reproducción de animales, la explotación maderera y la recolección de otras plantas, de animales o de productos animales en explotaciones agropecuarias o en sus hábitat naturales.



Comercio

Esta sección comprende la venta al por mayor y al por menor (sin transformación) de todo tipo de productos y la prestación de servicios accesorios a la venta de esos productos. La venta al por mayor y la venta al por menor son los estados finales de la distribución de productos. Los productos comprados y vendidos se denominan también mercancías. Se incluye también en esta sección la reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Se considera que la venta sin transformación comprende las operaciones habituales que entraña el comercio; por ejemplo la selección, la clasificación y el montaje de productos, la mezcla de productos, el embotellado, el embalaje, la división de las mercancías a granel y el reenvasado para su distribución en lotes más pequeños, el almacenamiento, la limpieza y el secado de productos agropecuarios, y el corte de tableros de fibra o de madera o de placas de metal como actividades secundarias.

Grandes grupos ocupacionales

Los puestos de trabajo se clasifican de acuerdo al Clasificador Internacional Uniforme de Ocupaciones, en su adaptación chilena CIUO08.CL, elaborado por el INE. Las categorías ocupacionales son definidas de acuerdo al nivel de competencias y la especialización de las competencias requeridas para efectuar eficazmente las tareas y cometidos. A continuación se presentan el primer nivel de agrupación, los grandes grupos ocupacionales, que consisten en 9 grupos (más las Fuerzas Armadas quienes no participan del mundo laboral).



Directores y gerentes

Los directores, gerentes y administradores planifican, dirigen, coordinan y evalúan las actividades generales de las empresas, el Gobierno y otras organizaciones, o de unidades o departamentos al interior de ellas; formulan y revisan sus políticas, leyes, normas y reglamentos. En general, sus tareas que requieren solución de problemas complejos, toma de decisiones y creatividad, las cuales deben basarse en un extenso cuerpo de conocimientos (teóricos y prácticos) especializado sobre un campo.

Ejemplos del Directores y gerentes:

Gerente general, Gerente de recursos humanos.



Profesionales

Los profesionales enriquecen el acervo de conocimientos, aplican conceptos y teorías científicas, enseñan sistemáticamente lo que saben en sus respectivos campos o combinan de diversas maneras estas actividades. Entre las tareas que desempeñan los trabajadores de este gran grupo suelen incluirse las siguientes: llevar a cabo análisis e investigaciones y desarrollar conceptos, teorías y métodos operativos; aplicar los conocimientos existentes, brindar asesoramiento, enseñar la teoría y la práctica de una disciplina, prestar diversos servicios en los ámbitos empresarial, jurídico, ingenieril y social; crear e interpretar obras artísticas; y preparar documentos informes de carácter científico, y la supervisión de otros trabajadores.

Ejemplos de Profesionales:

Agrónomos, Abogados, Ingenieros comerciales, Publicistas.



Técnicos

Los técnicos con educación superior llevan a cabo tareas técnicas relacionadas con la investigación y la aplicación de conceptos, métodos científicos o artísticos y de normativas gubernamentales o empresariales. Para alcanzar un desempeño eficiente en la mayoría de las ocupaciones requieren realizar tareas complejas y un amplio conjunto de conocimientos (prácticos, técnicos y de procedimientos) sobre un campo especializado. Sus tareas generalmente comprenden: emprender y llevar a cabo trabajos técnicos relacionados con la investigación y la aplicación de conceptos y métodos operativos en diferentes campos

Ejemplos de Técnicos:

Técnico en electrónica, Técnicos agropecuarios, Técnicos forestales, Supervisor del personal administrativo , Diseñadores y decoradores de interior



Personal de oficina y administrativo

Este grupo registra, organiza, almacena, procesa y recupera información, y realiza diversas tareas administrativas en relación con las operaciones de manipulación de dinero, los planes de viaje, la tramitación de solicitudes de información y la concertación de citas. Entre sus tareas suelen incluirse: manejar procesadores de texto y otras máquinas de oficina; redactar documentos, realizar trabajos de secretaría; mantener registros, archivar documentos; administrar los servicios de correo, realizar operaciones de manejo de dinero; hacer planes de viaje; mantener agendas, operar centrales telefónicas.

Ejemplos de Personal de oficina y administrativo:

Secretario, Digitador de datos, Cajero de banco, Cobrador de facturas y cuentas pendientes, Vendedor de pasajes en boletería, Recepcionista



Personal de comercio, ventas y servicios

Prestan servicios personales o de protección relacionados con los viajes, los cuidados a las personas o la protección contra incendios y actos ilícitos preparan y sirven alimentos o bebidas; supervisan la limpieza y el mantenimiento, hacen demostraciones de sus productos y los venden en comercios mayoristas o minoristas y establecimientos similares, así como en quioscos y mercados. Entre las tareas que desempeñan los trabajadores de este gran grupo suelen incluirse las siguientes: organizar y prestar servicios y vender productos en establecimientos mayoristas o minoristas

Ejemplos de Comercio, ventas y servicios:

Vendedor, reponedor, encargado de bodega, asistente de ventas.



Personal silvoagropesquero y pesquero

Las personas de este grupo cultivan y cosechan campos; explotan los productos de plantaciones de árboles y arbustos; recolectan frutos y plantas silvestres; crían, cuidan o cazan animales; obtienen productos derivados de la cría de animales; plantan, conservan y explotan bosques; crían o capturan peces, y cultivan o recogen otras especies acuáticas, con el fin de obtener alimentos, vivienda e ingresos para ellos y sus familias. Entre las tareas que desempeñan los trabajadores de este gran grupo suelen incluirse las siguientes: preparar la tierra; sembrar, plantar, cultivar, fumigar, fertilizar y cosechar cultivos agrícolas o forestales, reproducir, criar, cuidar animales o peces para obtener carne, leche, pelo, piel, cuero.

Ejemplos de Personal silvoagropesquero y pesquero:

Cultivador de papas, Fruticultor, Viticultor, Criador de ganado bovino, Criador de aves, Criador de mariscos, Piscicultor, Trozador de árboles.



Oficios

En este grupo aplican sus competencias y conocimientos técnicos y prácticos específicos, a la construcción y mantenimiento de edificios, moldeo de metales, montaje de estructuras metálicas, instalación de máquinas herramientas, confección, ajuste, mantenimiento y reparación de maquinaria, equipo o herramientas, a la realización de trabajos de impresión y la producción o el procesamiento de productos alimenticios, textiles y artículos de madera, metal y de otra índole, incluidos los productos de artesanía. Para desempeñar el tipo de tareas incluidas en este gran grupo, es indispensable comprender todas las etapas del proceso de producción, las herramientas y materiales que se utilicen y la naturaleza y propósito del producto final.

Ejemplos de Oficios:

Enfierrador, Carpintero, Instalador de techos, Gasfiter, Pintor de edificaciones, Soldador, Forjador, Cerrajero, Afilador, Mecánico de autos, Relojero, Cortador de vidrio, Electricista.



Operadores de planta y máquinas

Los operadores de instalaciones, máquinas y ensambladores manejan maquinaria, equipos industriales, agrícolas y supervisan su funcionamiento, en el mismo lugar de su emplazamiento o ejerciendo un control a distancia, conducen y manejan locomotoras, vehículos de motor, equipos industriales, máquinas agrícolas móviles, y ensamblan productos a partir de sus componentes, con arreglo a especificaciones y procedimientos estrictamente definidos. El trabajo de estas personas requiere principalmente tener experiencia y conocimientos sobre maquinaria, equipamientos industriales y agrícolas, así como la capacidad para seguir el ritmo y la intensidad de las operaciones mecanizadas y para adaptarse a las innovaciones tecnológicas.

Ejemplos de Operadores de planta y máquinas:

Operador de excavadora, Operador de perforadora jumbo, Operador de hormigonera, Operador de máquina de fabricación de cajas de cartón, Operador de telar industrial, Operador de aserradero, Operador de sierra circular, Conductor de metro, Taxista, Conductor de camión $\frac{3}{4}$, Conductor de camión pesad, Operador de cosechadora, Operador de grúa, Operador montacarga



Ocupaciones elementales

Las personas empleadas en ocupaciones elementales realizan tareas sencillas y habituales que pueden requerir el uso de herramientas de mano y un nivel considerable de esfuerzo físico. Entre las tareas que desempeñan los trabajadores de este gran grupo suelen incluirse las siguientes: tareas de limpieza, mantención de inmuebles, reposición de productos, envío o transporte de mensajes y paquetes, actividades simples sectores silvoagropecuarios, construcción, industria manufacturera y otros sectores.

Ejemplos de Ocupaciones elementales:

Asesor del hogar, Camarero de hoteles, Limpiador de ventanas, Temporero agrícola, Recolector de frutas, Obreros ganaderos, Cortador de césped, Machero, Obrero de mina, Obrero de la construcción, Cargador de bodega, Preparador de pizzas, Junior, Vendedor ambulante, Estafeta, Reponedor de almacenes.

Presentación Director

Regional de SENCE

Región del Libertador

General Bernardo

O'Higgins

Este informe ENADEL es el primero que se realiza íntegramente en la región. Lo que puede parecer normal para la dinámica de la red de observatorios, es muy destacable en nuestro caso, pues es la cristalización de un sentido anhelo regional, dado que desde mediados del año 2020 comenzó a funcionar en la Universidad de O'Higgins (UOH) "nuestro" Observatorio Laboral, con todo lo que ello implica para quienes estamos permanentemente interactuando con las realidades locales, pues sabemos que las necesidades del secano costero en muchos casos no tienen que ver con las de los valles interiores, ni tampoco coinciden el tipo de trabajos que se requieren. Por lo tanto, contar con los datos certeros del Observatorio nos ayuda a tomar mejores decisiones y que estas tengan impacto en los diferentes lugares de nuestra región.

En referencia a los sectores encuestados el año 2020, la información de la industria agroalimentaria y del Comercio resultan especialmente relevantes, pues, además de las complejidades propias de realizar encuestas en época de pandemia, donde los especialistas del Observatorio debieron ingeniárselas para, sin perder el rigor metodológico, usar herramientas de comunicación no presenciales, añaden mayor complejidad a nuestros análisis y con ello nos ayudan a tener una mirada más certera de las necesidades del mundo del trabajo en general, pero sobre todo a las que fueron particularmente tratadas en la encuesta, lo que permitirá focalizar las políticas públicas y su impacto tanto a SENCE, en lo que a capacitación e intermediación laboral se refiere, como a las otras entidades regionales tanto públicas como las del Sector privado.



José Román Toloza
Director Regional de SENCE
Región del Libertador General Bernardo
O'Higgins

El desafío de la Pandemia nos hace particularmente sensibles a estar atentos a los cambios en el mundo laboral. Ya no sólo la revolución tecnológica afectará a los empleos del mañana, (ya lo hace en el comercio y progresivamente en la agricultura), sino que se generarán nuevos empleos, otros lamentablemente desaparecerán, pero el anticiparse para reconvertir en algunos casos, en otros desaprender y para muchos aprender y conocer nuevas herramientas de trabajo, será parte de la toma de decisiones del futuro.

Felicito a todo el equipo del Observatorio laboral encabezado por su Director Don Eolo Díaz-Tendero, porque fui testigo del genuino entusiasmo, del alto nivel profesional y del rigor técnico, pero todo ello con la agilidad que la región necesita para dotar de información relevante y pertinente en la toma de decisiones de un mundo laboral que ha acelerado su velocidad de cambio y nos desafía a seguirle el ritmo. En eso estamos en SENCE.

Presentación

Gerente General

Corporación de capacitación de la Cámara Chilena de la Construcción

Como Corporación de Capacitación de la Cámara Chilena de la Construcción estamos orgullosos de impulsar alianzas público-privadas que benefician a trabajadores y trabajadoras, a las empresas y, que contribuyen al desarrollo del país. Instancias como los observatorios y barómetros laborales liderados por SENCE e instrumentos como la Encuesta Nacional de Demanda Laboral (ENADEL), fueron en 2020 y serán fundamentales en el futuro para la obtención de información de calidad para los desafíos de corto y mediano plazo que nos ha impuesto la pandemia y el proceso de transformación digital.

Nuestra experiencia como asesores de empresas, de distintas industrias, indica que la disposición de la información es esencial para un diagnóstico adecuado, una toma de decisiones estratégicas y en beneficio de la elaboración de políticas públicas pertinentes acorde a las distintas realidades que tiene el sistema laboral y de quienes viven en cada una de las regiones del país.

La importancia de contar con información de calidad hoy es mayor, considerando que se aceleró el proceso de transformación productiva y de cambios profundos en el mercado laboral. Por lo tanto, a través de este esfuerzo público-privado del que somos parte, debemos utilizar de la mejor manera las principales conclusiones levantadas desde cada región, en beneficio de la reinserción de quienes perdieron sus empleos y para promover la reconversión de quienes deberán adquirir nuevas competencias por la creciente incorporación de tecnologías en las distintas industrias.



José Garay A.

Gerente General

**Corporación de Capacitación de la
Cámara Chilena de la Construcción**

Ante esto es que, a través de nuestra área de Gestión del Conocimiento, profundizaremos el apoyo y los esfuerzos para que -en conjunto con los profesionales y la academia de cada región- podamos poner a disposición información pertinente y de calidad para la toma de decisiones en materia de desarrollo del capital humano local.

Reafirmamos nuestro compromiso con relevar la formación laboral a un nuevo escalón y dar respuesta a los desafíos actuales y futuros con relación al capital humano, generando propuestas formativas de calidad, atendiendo los requerimientos de las distintas industrias, permitiendo que las personas mejoren su empleabilidad y calidad de vida, y para que -en las distintas localidades- se cierren las amplias brechas de competencias, las laborales y sociales que se ampliaron a causa del proceso de transformación tecnológica y productiva que atravesamos.

Presentación Director

Observatorio Laboral

Región del Libertador

General Bernardo

O'Higgins



Eolo Díaz-Tendero
Director Observatorio Laboral
Región del Libertador General Bernardo
O'Higgins

El estudio que se presenta en las páginas que siguen es el resultado de un trabajo de colaboración que merece ser destacado por lo que significa en cuanto a la construcción de conocimiento y el establecimiento de redes de especial importancia para el proceso decisonal de la región de O'Higgins. Para 2020 esta colaboración incluyó a actores del sector público como SENCE, del privado como la Cámara Chilena de la Construcción y del universitario representado por la Universidad de O'Higgins (UOH), todos motivados por el afán de avanzar en construir políticas públicas basadas en evidencia territorial.

En este sentido es necesario, en primer lugar, agradecer al equipo de profesionales del Observatorio Laboral de la Región, el que en un año especialmente complicado para la ejecución de estudios de la embergadura de ENADEL, logró sacar adelante la misión y con ello disponibilizar datos de suma relevancia para el diseño de estrategias tanto de actores públicos como privados en el ámbito laboral.

También fue clave en la consecución de los objetivos, la permanente colaboración de la Dirección Regional de SENCE, que en la persona de José Román Toloza, puso a disposición del equipo de investigadores del Observatorio, la voluntad, las redes y el conocimiento necesarios para contactar con los actores claves de la región. Paralelamente, merece un especial agradecimiento la Cámara Chilena de la Construcción que no sólo colaboró en el sostenimiento de la iniciativa, sino que en la gestión de su Presidente regional, Gonzalo Aceituno, disponibilizó las redes de apoyo de los gremios para tan importante tarea regional.

Como producto de este circuito de colaboración, los resultados de ENADEL 2020 nos entregan información clave en dos de los sectores de mayor importancia para la economía de nuestra región de O'Higgins, como lo son el Comercio y la actividad Silvoagropecuaria, los que en su conjunto representan cerca del 40% del empleo de la región. La gama de datos que pone a disposición este estudio apunta principalmente a la descripción de las condiciones sobre las que operan las empresas de estos sectores al momento de contratar trabajadores, las dificultades encontradas y sobre el conocimiento y uso de recursos de capacitación disponibilizados por SENCE. Este año, además, entrega algunas señas sobre el efecto de la situación sanitaria en el funcionamiento de las empresas de los sectores estudiados.

Finalmente cabe destacar que gracias al intenso trabajo realizado por la coordinación nacional de los observatorios, estos resultados logran una perspectiva nacional de alto impacto para la definición de políticas.

Resumen Ejecutivo

Características del Comercio en la Región de O'Higgins.

El sector Comercio, es el segundo sector más importante desde el punto de vista de la generación de empleos en la Región de O'Higgins. Se compone de empresas de variados tamaños, rubros y modalidades de venta, dentro de los que destacan: Retail, Comercio mediano y pequeño, Ferias libres, Ferias de abastecimiento y vegas y Emprendedores. Desde el punto de vista del empleo, el Comercio no sólo representa una alta cantidad de puestos de trabajo, sino que también aporta desde el autoempleo.

Esta actividad concentra el 20% del total de trabajadoras y trabajadores de la Región, siendo, junto al Agro, los sectores de mayor envergadura. Por otra parte, su contribución al PIB regional es de un 8%, con un monto cercano a los \$700 mil millones durante el año 2018.

En cuanto al nivel de ingresos para los trabajadores del Comercio de la región, estos se encuentran por debajo del promedio percibido por trabajadores de otros rubros, con un monto promedio mensual de \$348.608. A su vez, este sector en la región presenta una brecha salarial de género de un 40,5% en los percentiles más bajos.

Contratación y dificultades reclutamiento.

De un total de 54 empresas de Comercio consultadas en la región de O'Higgins, se proyecta una demanda de 193 empleos para el presente año, cifra levemente mayor que la demanda declarada para el año 2020, con 154 puestos. No obstante, la tónica es que la mayoría de las empresas del sector (68,5%) no abrió vacantes durante el año recién pasado y las que sí lo hicieron declararon que este proceso no estuvo exento de dificultades (31,5%).

Adicionalmente, quienes indican dificultades de este tipo detallan que se deben a la poca formación de los candidatos (47,1%) o por su falta de experiencia laboral (40,5%); situaciones con alta presencia durante el año 2020, dado que el contexto sanitario exigió al rubro hacer adecuaciones importantes a las formas tradicionales de venta.

En general, es un rubro en que la mayoría de los puestos se asocian al área de ventas, la cual si bien no requiere de estudios superiores, sí demanda contar con conocimientos que apoyen la gestión comercial, así como con habilidades multitarea.

El sector agrupa al

20%

de los/as trabajadores/as de la región

Aporta el

8%

del PIB regional

Ingresos líquidos mensuales promedio en el sector:

\$348.608

En la región:

\$509.009

Brecha salarial de género:

40,5%

en los percentiles más bajos

Selección y reclutamiento.

En general, no se identifica una estrategia de selección y reclutamiento estandarizada para el sector Comercio en la región. Las empresas grandes se inclinan por tercerizar esta función, mientras que las empresas locales lo hacen mediante redes de contactos y las OMIL, repitiéndose esta dinámica para cada tipo de puesto requerido. Aunque a nivel más alto de especialización se declara la utilización de empresas de RR.HH., para las ocupaciones más elementales los procesos de reclutamiento se hacen vía redes de cercanía. Así, los datos muestran que a nivel general los sistemas más usados para la selección y el reclutamiento son las recomendaciones (38,9%), el contacto con OMIL (29,6%) y las redes personales (29,6%).

Desde la percepción de los actores recogida en los estudios cualitativos, áreas como ventas, aparecen como atractivas, ya que no requieren necesariamente estudios específicos, no comprometen grandes esfuerzos físicos –como sí ocurre en el Agro– y, en general, tiene horarios cómodos. Para los más jóvenes, es un sector que atrae pero no retiene, ya que para muchos es considerado un empleo transitorio. A los vendedores adultos y con permanencia, el sector Comercio les genera cierta percepción de ascenso social.

Capacitación.

Si bien los datos recogidos muestran una alta valoración de la capacitación en aspectos como el desarrollo de competencias (81,5%), en protocolos sanitarios (96,2%) o en la posibilidad de incorporar nuevas tecnologías mediante ella (72,2%), los líderes y expertos del Comercio, advierten una escasa vinculación de los empresarios del rubro con las instituciones de educación. Además, explicitan una subutilización de los instrumentos de capacitación disponibles, debido al desconocimiento de su modo de funcionamiento y sus alternativas. Sin embargo, desde los actores regionales, la capacitación comienza a verse como necesaria, sobre todo asociada a los procesos de digitalización de ventas y procesos administrativos. En tal sentido, el sector reconoce la brecha y la necesidad de actualizarse a la brevedad, destacando en ello las áreas de contabilidad, marketing digital y venta online.

Oportunidades de inclusión.

El sector comercio, no tiene importantes barreras de ingreso asociadas a condiciones específicas de quienes allí se desempeñan. Sin embargo, es posible observar algunas situaciones puntuales asociadas a la incorporación de algunos grupos, como el aumento de demanda laboral de mujeres en pandemia, inclusión de personas en situación de discapacidad (exclusivamente en labores administrativas), adultos mayores y jóvenes sin experiencia.

Principales dificultades de contratación:

Baja formación

47,1%

Falta experiencia

40,5%

Principales canales reclutamiento:

Recomendaciones

38,9%

Omil y redes personales

29,6%

Proyecciones del rubro.

Desde la percepción general de los líderes del sector Comercio, el 2020 fue un año de mucha incertidumbre frente a la posible quiebra de emprendimientos que no tienen el respaldo financiero para soportar la crisis derivada de la pandemia Covid-19. Durante estos meses, se percibe que todos los rubros que no son indispensables han bajado sus ventas de modo significativo, llevándolos a tener que desvincular empleados o directamente cerrar; mientras que el comercio asociados a rubros indispensables, ha podido continuar con sus ventas.

Pese a todo, los liderazgos del sector Comercio entienden que la actividad cuenta con algunas ventajas y aspectos a fortalecer, las cuales pueden jugar a favor de la continuidad de algunos negocios:

Ventajas del sector:

- El sector es diverso en cuanto a sus rubros, contando con un grupo importante de negocios asociados a la venta de insumos básicos, que permiten que se conserven puestos de trabajo.
- Debido a los impactos de la crisis y los masivos despidos, no se visualiza para la próxima temporada gran escasez de mano de obra para el sector.
- El comercio online ha facilitado continuar con las ventas para aquellos negocios no esenciales.

Lo que se debe fortalecer:

- Acortar la brecha digital para favorecer el comercio online.
- Incorporar estrategias de marketing digital para llegar a un grupo mayor de consumidores.

Lo que se debe hacer desde el Estado:

- Planes de reactivación económica asociados a la construcción de diversas obras en la región.
- Disponer de subsidios y créditos blandos para los comerciantes.
- Flexibilizar los aspectos tributarios.

Proyecciones:

64,8%

mantendrá dotación

22,2%

aumentará dotación

11,1%

disminuirá dotación

Situación en pandemia.

Como se ha podido apreciar, la pandemia causó grandes daños en el sector Comercio, el cual sólo ha podido estar activo de manera permanente en algunos rubros esenciales. Lo anterior fue más duro para aquellos empresarios que no contaban con la implementación de elementos digitales en sus procesos o no lograron adaptarse rápidamente.

De hecho, el 53,7% de las empresas encuestadas de la región señalaron estar operando sin dificultades durante el levantamiento de información del presente estudio. Otro 22,2%, por su parte, señaló tener dificultades menores, un 14% dificultades significativas y un 9,3% indica estar paralizado.

En los meses estivales, muchos negocios pudieron repuntar en sus ventas debido al levantamiento de las cuarentenas y las ventas de fin de año, las cuales crecieron fuertemente con la aprobación del segundo retiro del 10% de los fondos previsionales. Sin embargo, para algunos empresarios, los efectos fueron tan fuertes que declaran que demorarán un tiempo largo en volver a las cifras pre pandemia.

Respecto a las medidas tomadas por estas empresas para enfrentar la crisis, informaron que, a corto plazo, las principales son: implementar y ejecutar las medidas de seguridad por pandemia (46,3%), retomar operaciones (37%) y cambios en su modelo de negocio (25,9%). Por otra parte, el 57,4% señaló ya estar aplicando tales medidas, mientras que un 38,9% indicó estar trabajando para su implementación.

Proyectando hacia el presente año, el 64,8% de las empresas del Comercio de la región indicó que su planilla de trabajadores se mantendría, un 22,2% que crecería y un 11,1% proyecta su reducción.

Otros efectos que ha dejado la pandemia al sector Comercio en la región, se asocian a una nueva manera de operar, lo que abarca desde los cambios de hábitos de los consumidores, a los cuales el sector ha debido adaptarse, hasta las nuevas formas de organizar el trabajo, donde es posible advertir que los puestos asociados a la gestión administrativa y comercial del sector, podrían adoptar la modalidad de trabajo remoto de manera permanente.

Situación pandemia:

53,7%

operando sin dificultades

22,2%

dificultades menores

14%

dificultades significativas

9,3%

paralizado

Medidas para enfrentar crisis:

46,3%

medidas de seguridad por pandemia

37%

retomar operaciones

25,9%

cambios en su modelo de negocio

Aplicación de medidas para enfrentar crisis:

57,4%

está aplicando medidas

38,9%

trabajando en su implementación

1

Introducción



Introducción

El Observatorio Laboral de O’Higgins forma parte de la red de Observatorios Laborales del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y tiene como objetivo mejorar la calidad y pertinencia de los programas de capacitación implementados en la región, para impulsar la empleabilidad de trabajadoras y trabajadores, así como también la productividad de las empresas, generando información que apoye la pertinencia de la formación y el vínculo entre vacantes y buscadores de empleo

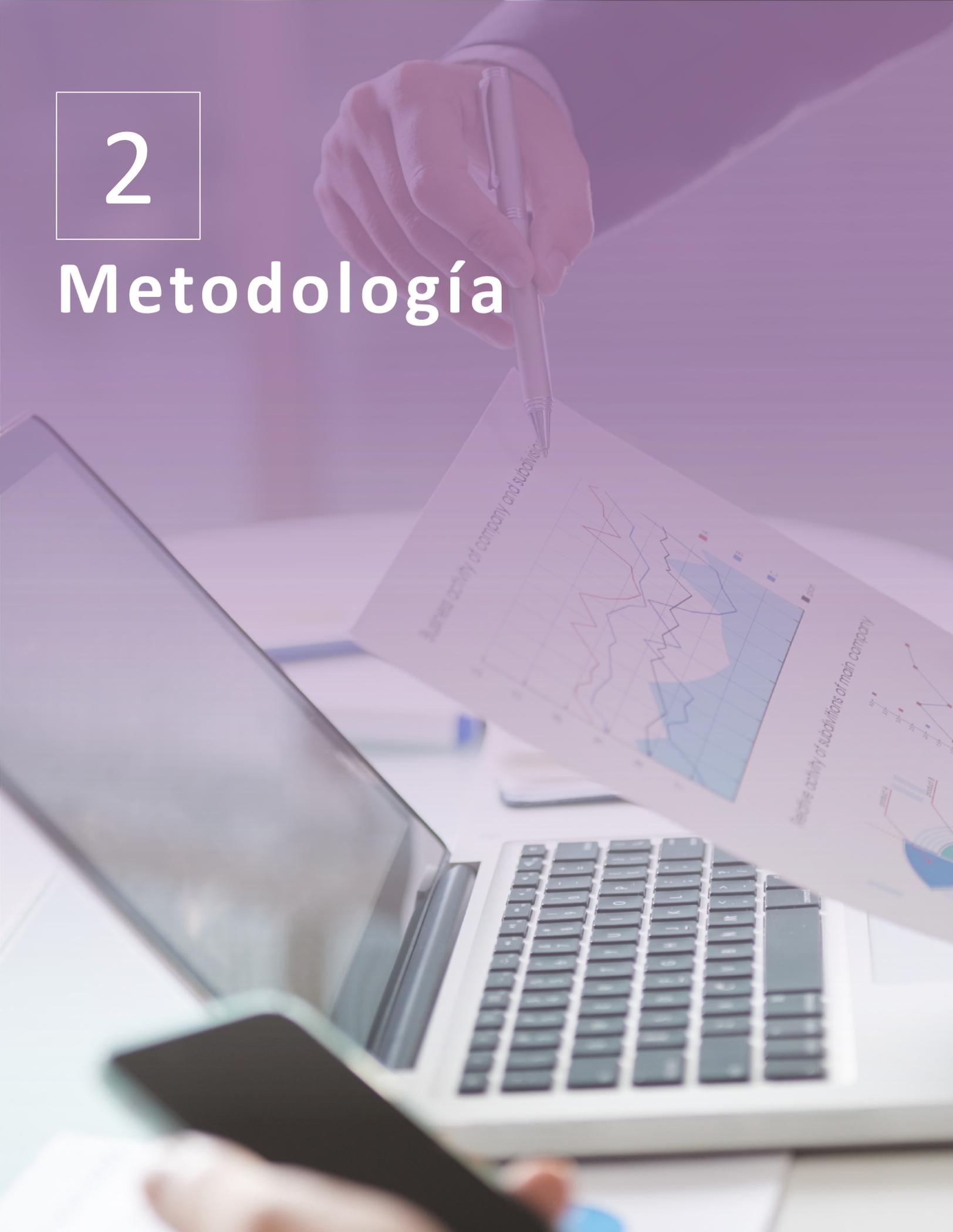
La Encuesta Nacional de Demanda Laboral (ENADEL) permite detectar las brechas de capital humano existentes en el territorio, para ajustar la oferta formativa de SENCE a la realidad regional, respondiendo eficazmente a las necesidades del mundo productivo. Este instrumento, facilita la identificación y caracterización de la demanda de capital humano, a nivel de perfiles laborales, requeridos por las empresas, para orientar políticas de empleo y formación mediante la identificación de las vacantes difíciles de llenar, las vacantes futuras y los requerimientos específicos asociados a cada perfil para caracterizar las necesidades de capacitación. La ENADEL 2020 consideró los sectores de Comercio y Silvoagropecuario, aquellos de mayor protagonismo en la región de O’Higgins.

Para llevar a cabo este estudio se diseñó una estrategia metodológica que articuló el análisis de información de fuentes secundarias, específicamente datos de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), utilizados para contextualizar el panorama laboral de los sectores, con entrevistas a líderes, expertos y expertas sectoriales, así como encuestas aplicadas a empresas de ambos rubros presentes en la región.

El presente informe, sintetiza los resultados obtenidos sobre el sector Comercio. En primer lugar, se describirá la metodología ocupada en la realización de entrevistas a líderes sectoriales, en el uso de fuentes estadísticas secundarias y en la aplicación de la encuesta. En segundo lugar, se analizará el contexto y las perspectivas del sector Comercio en la región. Posteriormente, en tercer lugar, se realizará una presentación detallada de los principales resultados obtenidos, para, finalmente, en cuarto lugar, entregar una síntesis general del estudio.

2

Metodología



2.1. Entrevistas a líderes sectoriales

Las entrevistas realizadas a líderes sectoriales, son un instrumento cualitativo y semi estructurado destinado a contextualizar y ofrecer una lectura general para los datos de ENADEL para el sector Comercio en la Región de O’Higgins. A partir de una pauta coordinada temáticamente con las secciones de la encuesta, se consultó a expertos locales como autoridades, académicos y representantes gremiales de carácter sectorial y transversal. Entre los temas tratados en cada entrevista, se incluye la importancia del sector en la región, los desafíos para el capital humano y las posibles transformaciones del mercado laboral debido a cambios tecnológicos, regulatorios o ambientales. En esta ocasión,, atendiendo a las circunstancias sanitarias, se consultó a los líderes sobre los efectos de la pandemia para el sector.

Una vez realizadas las entrevistas, se sometieron a técnicas de análisis de contenido y se lograron identificar algunos tópicos de recurrencia que son los que se utilizarán para complementar la información cuantitativa que se recoge de la encuesta.

Tabla 1: Líderes sectoriales y transversales entrevistados

Tipo entrevistado	Cantidad de entrevistas
Representantes Sector Privado	3
Representantes Sector Público	2
Representantes Academia	1
Representantes Trabajadores	1
Total entrevistados	8

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Estadísticas de fuentes secundarias

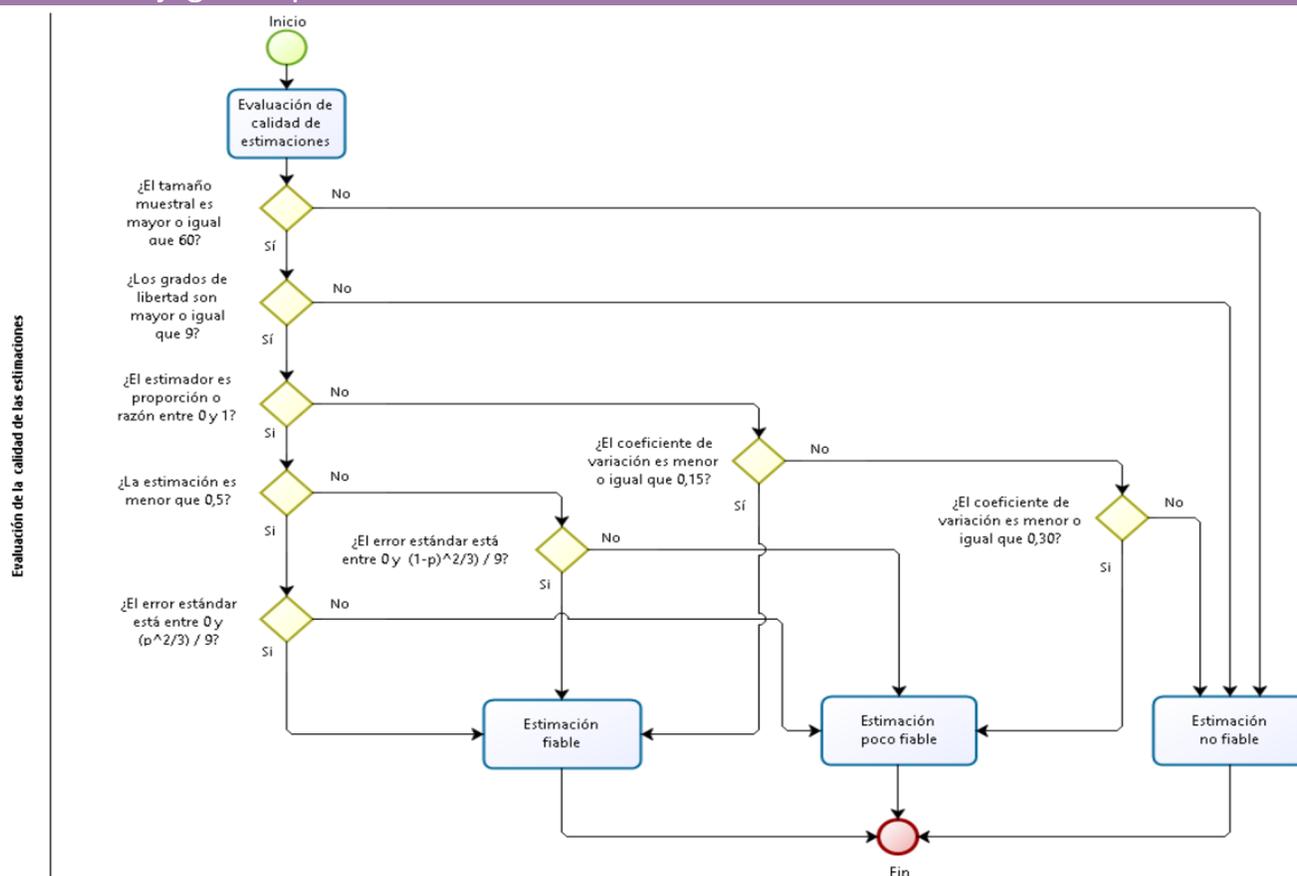
Estándar de calidad para las estadísticas de hogares.

En función de caracterizar el contexto laboral del Comercio en la región, se utilizaron dos fuentes de información del Instituto Nacional de Estadísticas (INE):

- La Encuesta Nacional de Empleo¹.
- La Encuesta Suplementaria de Ingresos².

Para orientar el uso, análisis e interpretación de estadísticas oficiales basadas en encuestas de hogares por muestreo, el INE elaboró el documento “Estándar para la evaluación de la calidad de las estimaciones en encuestas de hogares”³, el cual propone un flujograma para la evaluación de la calidad de las estimaciones, el cual se presenta a continuación:

Cuadro 1: Flujograma para la evaluación de la calidad de las estimaciones



Fuente: Estándar para la evaluación de la calidad de las estimaciones en encuestas de hogares, INE, 2020.

1: https://www.ine.cl/docs/default-source/ocupacion-y-desocupacion/metodologia/espanol/metodolog%C3%ADa-encuesta-nacional-de-empleo-ene-2020.pdf?sfvrsn=793380e9_8

2: https://www.ine.cl/docs/default-source/encuesta-suplementaria-de-ingresos/metodologia/documento-metodol%C3%B3gico/documento-metodol%C3%B3gico-esi-2019.pdf?sfvrsn=cc54106c_4

3: <https://www.ine.cl/docs/default-source/institucionalidad/buenas-pr%C3%A1cticas/clasificaciones-y-estandares/est%C3%A1ndar-evaluaci%C3%B3n-de-calidad-de-estimaciones-publicaci%C3%B3n-27022020.pdf>

En donde p corresponde a la siguiente ecuación:

$$\text{Máximo ee tolerable} = \begin{cases} \sqrt[3]{p^2}/9 & ; p < 0,5 \\ \sqrt[3]{(1-p)^2}/9 & ; p \geq 0,5 \end{cases}$$

De este modo, el documento indica que una vez que se han evaluado todas las estimaciones que componen un tabulado, corresponde evaluar la calidad del tabulado en su conjunto, con el fin de determinar si es publicable o no. Se considera que un tabulado es publicable si más del 50% de las estimaciones presentes en él fueron clasificadas como estimaciones fiables. En cualquier otro caso, el tabulado no debe publicarse. En cuanto a las series de datos mensuales, el documento no hace referencia, no obstante, se consideró un criterio análogo a los tabulados para ser publicables, es decir, se publica si más del 50% de las estimados de cada serie son fiables.

De acuerdo al anterior, todos los cálculos publicados en este informe respetan este estándar de calidad presentado.

Agrupación de regiones en las macrozonas naturales de Chile.

Dado que las estadísticas presentadas están sujetas al estándar de calidad del INE, algunos tabulados y series no alcanzan la fiabilidad a nivel regional. Por ende, para poder presentar las series y/o tabulados según criterios de calidad, la región se agrupa territorialmente con su macrozona natural, de acuerdo a las definiciones de la Corporación de Fomento y Producción (CORFO)⁴. Se separa la región Metropolitana de la zona central por su alta concentración poblacional. A continuación, se presenta la relación entre regiones y macrozonas.

Tabla 2: Regiones y macrozonas naturales de Chile

Región	Macrozona
Arica y Parinacota	
Tarapacá	Norte Grande
Antofagasta	
Atacama	Norte Chico
Coquimbo	
Valparaíso	
O'Higgins	
Maule	Zona Central
Ñuble	
Biobío	
La Araucanía	
Los Ríos	Zona Sur
Los Lagos	
Aysén	Zona Austral
Magallanes	
Metropolitana	RM

Fuente: Elaboración propia en base a CORFO 1962.

4: Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) (1950-1962). Geografía económica de Chile. 3 vols. (1.ª edición). Santiago de Chile: Editorial Universitaria

2.3. ENADEL 2020

Objetivos.

La Encuesta Nacional de Demanda Laboral—ENADEL— tiene por objetivo identificar la demanda de ocupaciones y competencias laborales de las empresas, buscando generar datos representativos a nivel regional. En su versión 2020, la población objetivo de la encuesta consideró a las empresas con 5 o más trabajadores que desempeñaron como actividad principal el Comercio (al por menor y al mayor) o el sector Silvoagropecuario y de pesca.

La ENADEL 2020 tuvo los siguientes objetivos:

1. Identificar los puestos de trabajo con dificultades de contratación



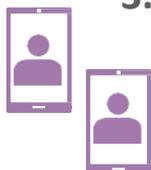
Caracterizando los puestos, e identificando número de vacantes, medios de búsqueda, dificultades asociadas e impactos que han generado las posibles dificultades de contratación.

2. Identificar los puestos de trabajo proyectados de contratar



Caracterizando los puestos de trabajo a contratar durante el 2021, e identificando su número de vacantes.

3. Caracterizar las necesidades de Capacitación



Evaluación del conocimiento y uso de programas y servicios públicos relacionados con beneficios en temas de empleo.

4. Identificar impactos de la crisis sanitaria



Y medidas asociadas para enfrentar la situación.

Población objetivo, unidad estadística y de muestreo.

La población objetivo de ENADEL 2020 contempla empresas de 5 o más trabajadores dependientes, cuya actividad principal corresponda a una actividad de Comercio o, Silvoagropecuaria y pesca, de acuerdo a las definiciones del Clasificador Chileno de Actividades Económicas CIIU4.CL 2012 del INE, y que hayan emitido alguna boleta o factura durante el año 2020.

Su unidad estadística y muestral es el RUT de la empresa.



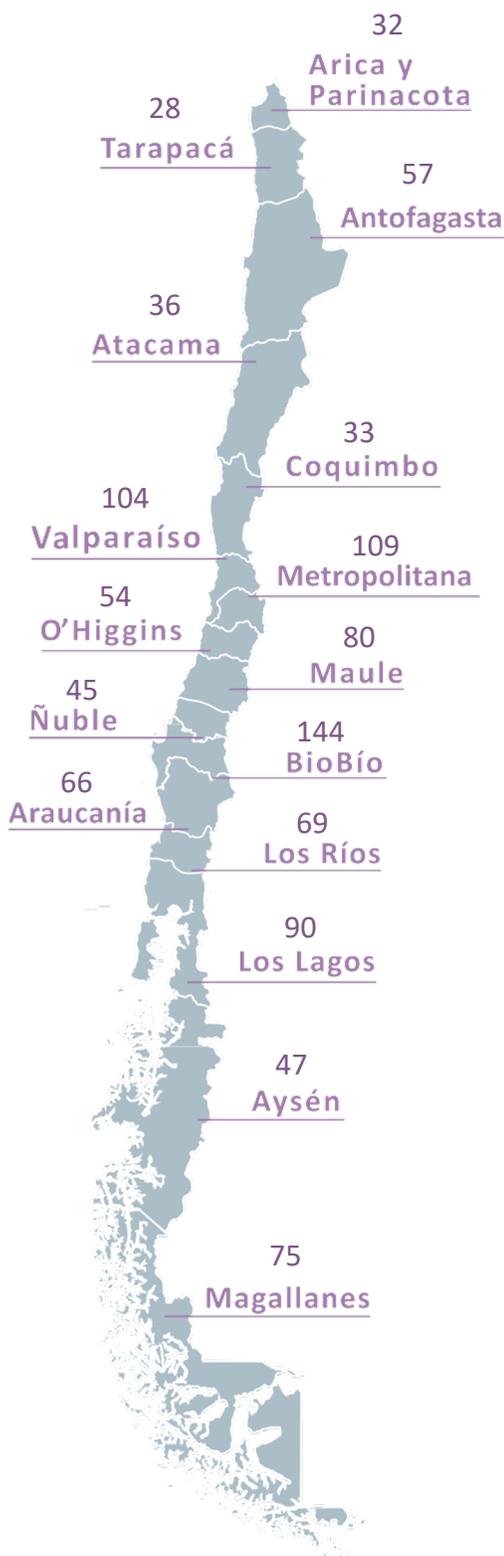
COMERCIO



SILVOAGROPECUARIO
y PESCA

Muestreo por cuotas.

Mapa 1: Encuestas levantadas en Comercio según región, 2020



Marco Muestral.

El marco muestral es la Nómina de Empresas Año Tributario 2020 del Servicio de Impuestos Internos, para empresas activas y que hayan reportado 5 o más trabajadores/as dependientes. A su vez, se consideran también las empresas que hayan reportado menos de 5 trabajadores/as pero que estén entre los tramos de ventas 10 y 13 (empresas grandes según ventas), bajo el supuesto que sus trabajadores fueron sub-reportados y tienen más de 5 trabajadores.

Se consideran las empresas con actividad económica principal de:

- Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
- Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Los estratos de tamaño son:

- Micro y pequeña: de 5 a 49 trabajadores/as.
- Mediana: de 50 a 199 trabajadores/as.
- Grande: de 200 o más.

También las 16 regiones componen un nivel de estratificación.

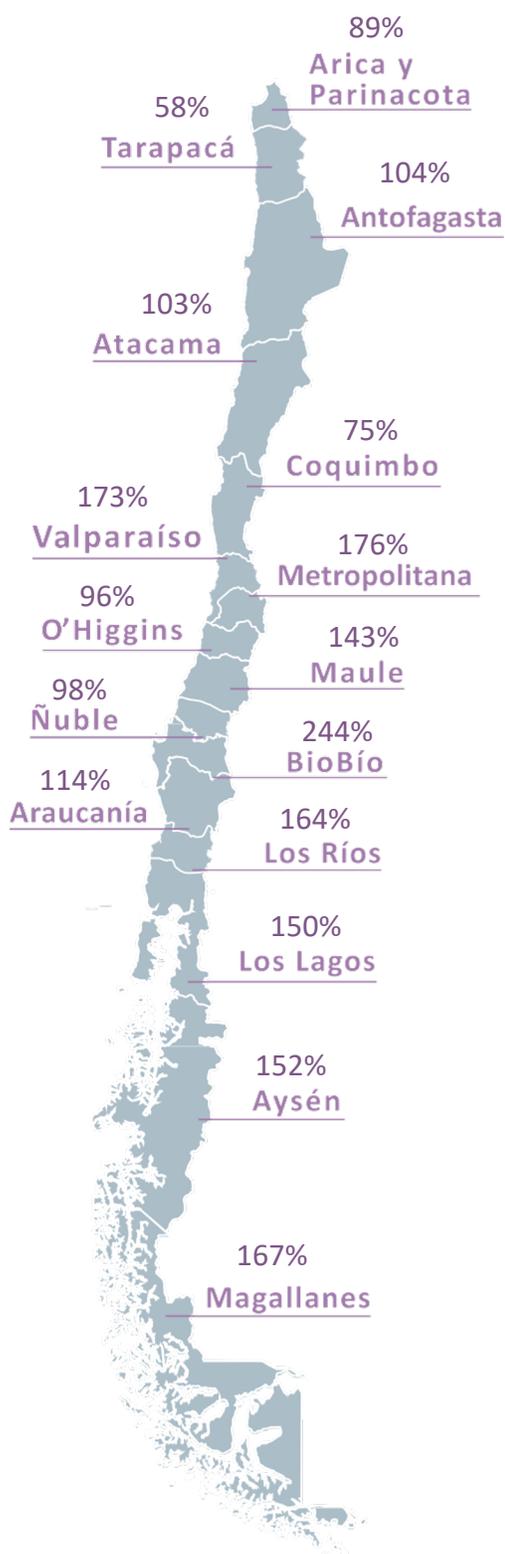
De acuerdo, a lo anterior, el marco muestral corresponde a 33.713 empresas.

Muestreo por cuotas.

Dada la imposibilidad de poder implementar un diseño muestral aleatorio, producto de las restricciones operativas derivadas de la pandemia Covid-19, se optó por un muestreo intencionado por cuotas.

El cálculo de las cuotas se realizó de manera análoga a como se calcula la muestra dentro un determinado estrato a través de un diseño muestral aleatorio simple y estratificado. La diferencia es que no hubo selección aleatoria de las empresas que conformarían un estrato. En cambio, se trabajó con toda las empresas del marco y, en función de que estas estuvieran disponibles para contestar la encuesta, se fueron entrevistando hasta cumplir las cuotas, procedimiento clave en el contexto de pandemia, donde muchas empresas estaban con operaciones suspendidas o en procesos de cierre.

Mapa 2: Porcentaje de logro según región, 2020



Pese a que ya no se buscaba la representatividad estadística, el propósito de utilizar las fórmulas del cálculo de muestra de un diseño muestral aleatorio simple y estratificado, fue conseguir una muestra equilibrada, y que se acerque a una representación poblacional, excepto por el sesgo de selección.

De acuerdo a lo anterior, las cuotas a nivel del estrato región-actividad-tamaño, se diseñaron considerando los siguientes criterios:

- Se asigna un tamaño muestral tal que los errores relativos (ER) del estrato región-sector no superen el 30%. Este criterio se ajusta a los criterios de representatividad finales de ENADEL 2019.
- Se asigna un tamaño muestral tal que los errores relativos (ER) del estrato región-sector-tamaño no superen el 50%. Esto mantiene el balance de los estratos región-sector-tamaño

Estándares de calidad para presentar resultados.

Dado que ENADEL 2020 es un muestreo por cuotas, el único estadístico que permite tener una medida de calidad fiable son el número de observaciones.

Para un muestreo aleatorio simple, en general, se deja un mínimo de 30 observaciones para calcular estimaciones. Por otro lado, para un muestreo complejo, de dos etapas, el número de observaciones mínimo sube a 60, como lo estipula el INE (revisar Cuadro 1).

De este modo, en función de presentar resultados que capturen efectivamente las tendencias de la población objetivo, es que se definió un tamaño mínimo de 60 observaciones para presentar resultados. Así, las regiones que no cuenten con este número de observaciones, presentan los resultados a nivel de macrozonas, estipuladas en la Tabla 2. En particular para la Región de O'Higgins se presentan los resultados a nivel de la macrozona central

Caso aparte son los resultados de ocupaciones requeridas (sección 4.1.1.), en donde se presentan estadísticas para los principales grupos ocupacionales demandados por el sector. Como se presentan estadísticas para una apertura de 5 grupos, las observaciones bajan de manera considerable. En función de mantener la calidad de los datos, mediante el número de observaciones, es que la información de esta sección es presentada a nivel nacional asumiendo una pérdida de la especificidad territorial, pero manteniendo un estándar de la información de ocupaciones del sector Comercio.

3

Contexto y perspectivas del Comercio en la región



3.1. Perspectivas y desafíos del Comercio en la voz de representantes del sector

A continuación, se presentan los resultados del estudio cualitativo en torno al sector Comercio en la Región de O'Higgins, el cual recoge la percepción de sus principales líderes y expertos regionales, quienes, desde un análisis económico-productivo y laboral, tematizan acerca de las tendencias y desafíos del sector.

3.1.1. Características del sector en la Región de O'Higgins.

Para conocer cómo opera el sector Comercio en la región, es necesario situarse en su ubicación geográfica cercana a los principales centros de abastecimiento, así como en su contexto productivo asociado fuertemente a la actividad Silvoagropecuaria, que surte al comercio local asociado a la venta de alimentos frescos. A partir del encuadre anterior, es posible conocer al sector Comercio y sus subsectores, así como a los sectores con que se articula en sus diferentes procesos.

3.1.1.1. El sector y sus subsectores.

El sector Comercio es el segundo sector más importante desde el punto de vista de la generación de empleos en la Región de O'Higgins. Se compone de empresas de variados tamaños, rubros y modalidades de venta, dentro de los que destacan (Tabla 3): el Retail, el Comercio mediano y pequeño, las Ferias libres, las Ferias de abastecimiento y vega, y los Emprendedores.

A continuación se presenta una síntesis de los principales subsectores, identificados por líderes y expertos sectoriales.

Tabla 3: Presencia de subsectores

Subsector	Presencia en la Región
Retail	Fuerte presencia en la Provincia de Cachapoal, especialmente en Rancagua, seguido de la Provincia de Colchagua, donde la actividad se concentra especialmente en San Fernando.
Comercio mediano y pequeño	Distribuido en toda la región, con mayor concentración en zonas urbanas y dispersión en zonas rurales, a través de pequeños negocios en las distintas localidades.
Ferias libres	Si bien se concentran en las comunas más grandes, como Rancagua, San Fernando, Rengo, San Vicente y Santa Cruz, están distribuidas a través de toda la región.
Ferias de abastecimiento y vegas	Centradas en la venta mayorista de productos hortofrutícolas, asociadas principalmente a pequeños productores.
Emprendedores	Otro segmento importante que, si bien es transversal en sus tipos de productos y modalidades de venta, son los/as emprendedores/as, quienes representan una categoría creciente. De este grupo, muchos no cuentan con locales establecidos, sino que realizan sus entregas de manera directa o través de plataformas online.

Fuente: Elaboración propia, en base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

Desde el punto de vista del empleo, el comercio no solo representa una alta cantidad de puestos de trabajo directos, sino que también aporta desde el autoempleo, lo cual genera debate en la forma de medición.

“Según lo que he leído, estamos hablando de que la fuerza laboral de las MIPYME, micro, pequeña y mediana empresa, estarían alrededor del 54%... Ahora, el Ministerio del Trabajo hace distinciones, porque dice que la gente que tiene contrato es la que se considera como fuerza laboral. Y lo que pasa es que hay mucho que es autocontratado... Y el autoempleo no lo considera el Ministerio del Trabajo, pero realmente vale, si al final es una persona que está obteniendo ingresos estables”

Representante sector privado

3.1.1.2. Sectores con los que encadena.

Al sector comercio de la Región de O’Higgins, están encadenados otros sectores asociados a diversos servicios y productos necesarios para su funcionamiento. De este modo, además del empleo directo que genera la actividad comercial, también aporta, de manera indirecta a la generación de empleos a través de los diferentes sectores con que se articula.

A continuación se presentan tablas de síntesis de los sectores que generan los encadenamientos productivos más relevantes con el sector silvoagropecuario.

Tabla 4: Encadenamientos en torno al comercio

Sector	Actividad	Vínculo con el sector Comercio
Transporte de carga y logística	Transporte de carga por vía terrestre	Servicio clave para el abastecimiento de todo el sector, incluye empresas regionales, nacionales y extranjeras, dependiendo del origen de los productos. Desde el punto de vista del transporte, es importante resaltar la cercanía de la capital regional con la Región Metropolitana, lo cual facilita el acceso rápido a los productos.
	Actividades postales y de mensajería	Servicio que si bien también es utilizado para la distribución de productos a los comerciantes, cada vez tiene un rol más importante en la entrega de los artículos al consumidor final, por medio del comercio online.
Actividades financieras y de seguros	Servicios financieros	Desde la actividad financiera que se da en las transacciones de compra y venta, a través de los diferentes modos de pago, los cuales en algunos casos van más allá de las operaciones propias de la compra y venta, por medio otro tipo de servicios, como es el caso de la caja vecina de Banco Estado.
Información y comunicaciones	Telecomunicaciones	Clave para las operaciones financieras y logísticas, así como el comercio electrónico, la difusión y promoción de los productos.
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas	En el comercio relacionado a la venta de alimentos destaca el abastecimiento de productos locales asociados al sector Silvoagropecuario, tanto ferias de abastecimientos, ferias libres, verdulerías y supermercados.

Fuente: Elaboración propia, en base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

3.1.2. Capital humano en el sector.

El capital humano en Comercio es tan diverso como el sector, sin embargo, la gran mayoría de los puestos de trabajo se concentran en el área de ventas.

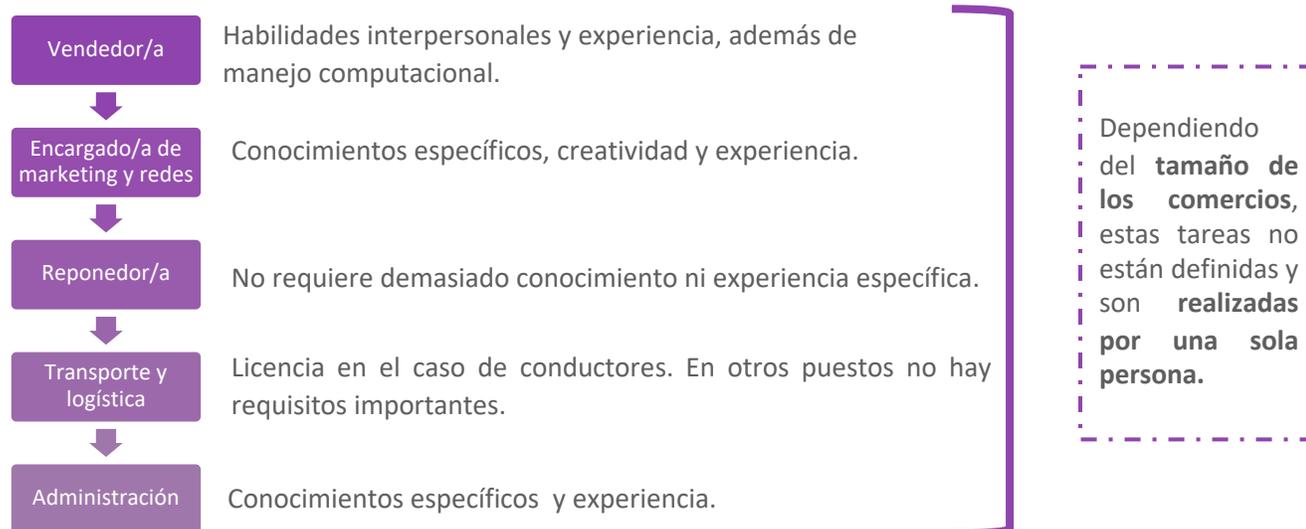
Para una comprensión más detallada de las dinámicas asociadas a las demandas de capital humano en torno a la actividad silvoagropecuaria de la región, a continuación se presentarán los resultados respecto a: demanda de empleos, procesos de selección y reclutamiento, atracción y retención de capital humano, capital humano y sus principales grupos, y formación y capacitación.

3.1.2.1. Demanda de empleo en Comercio.

El Comercio, en general, es un rubro en que la mayoría de los puestos se asocian al área de ventas, para la cual, si bien no requiere de estudios superiores, es necesario contar con conocimientos que apoyen la gestión comercial.

Considerando las necesidades que identifican los comerciantes de la Región, es posible establecer los puestos, y requisitos asociados a estos, en el Esquema 1.

Esquema 1: Labores y requerimientos en el sector.



Fuente: Elaboración propia, en base base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

Más allá del esquema anterior, es importante resaltar que en el comercio regional, a excepción del retail, los puestos de trabajo requieren de trabajadores que realicen las labores asociada a más de un puesto. Es así como los dueños de este tipo de empresas, apuestan por personas que cubran las áreas de venta, marketing, administración, entre otros.

“Yo creo que es muy importante para los empresarios tener una persona que obviamente se maneje muy bien en el tema de computación, en Excel, en todas las redes sociales. Eso cada vez está adquiriendo mayor importancia dentro de los requerimientos que se necesitan para poder ingresar. Aparte de eso, el tema de administración, el marketing, el tema de la venta misma. Porque no es solamente llegar y ofrecer un producto, sino que tiene que ir asociado a algo más desarrollado en la venta”

Representante sector privado

En el mismo sentido, se puede observar el caso de los pequeños comerciantes, donde el autoempleo es frecuente y deben cubrir solos, o con apoyo de familiares, todas las etapas del proceso de venta.

“A ver, yo siempre he pensado que una persona que inicia actividades debiera tener, por lo menos, una formación previa en gestión de su negocio... no saben conceptos contables, no tienen herramientas administrativas y de gestión, no saben cómo administrar la producción de su negocio. Entonces, ese tipo de conocimientos pueden ser claves en lo que es el éxito o el fracaso del negocio que están realizando”

“Primero, necesitan ser capacitados en administración. Segundo, en finanzas. Tercero, en contabilidad. Y cuarto, en marketing”

Representante sector privado

3.1.2.2. Selección y reclutamiento.

En general, no se identifica una estrategia de selección y reclutamiento estandarizada, sino que se distinguen algunos patrones comunes asociados al tamaño de las empresas y a los puestos vacantes que requieren cubrir.

Las empresas más grandes, sobre todo las que tienen su casa matriz fuera de la región, realizan procesos de selección y reclutamiento por medio de empresas especializadas en el área de recursos humanos, mientras que las empresas locales, lo hacen de manera directa publicando avisos en medios regionales o en coordinación con alguna OMIL de la comuna o de comunas vecinas.

En el caso de las empresas locales, la forma de reclutamiento es preferentemente a través de contactos directos de amigos, familiares u otros trabajadores. Posteriormente, se realiza una entrevista personal, donde no necesariamente hay un formato establecido.

En el proceso de selección y reclutamiento influye el tipo de cargo vacante. Cuando se trata de puestos más especializados (asociados a la administración y el marketing principalmente), las personas son sometidas a una selección más minuciosa. Mientras que cuando se trata de puestos para ventas, sobre todo reemplazos o plazo fijo en temporada, es más frecuente la recomendación de parte de otros/as vendedores/as.

“Las grandes empresas hacen un llamado en los diarios y hacen ese tipo de avisos pidiendo o buscando una persona más puntual. Pero las PYME y las empresas como nosotros tampoco vamos al diario, es muy rara vez que vamos al diario, generalmente empezamos a preguntarle a las mismas personas que trabajan con nosotros si conocen a alguien, y así se va viendo. Eventualmente, acudimos a los amigos”

Representante sector privado

Diagrama 1: Proceso de reclutamiento por tipo de empresa y cargo

Fuente: Elaboración propia, en base base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

3.1.2.3. Atracción y retención.

Desde la visión de los líderes y expertos en comercio de la Región de O'Higgins, áreas como ventas son atractivas, ya que no requieren necesariamente estudios específicos, no implican grandes esfuerzos físicos (como sí ocurre en el trabajo agrícola, por ejemplo) y en general tiene horarios cómodos.

Para los más jóvenes, es un sector que atrae, pero no retiene, ya que para muchos es tomado como un empleo transitorio, mientras se está a la espera de comenzar o retomar estudios superiores u otro empleo. Por lo anterior, para muchos jóvenes la precariedad que pueda tener en cuanto a la duración de los contratos o el establecimiento de un sueldo base, representa una flexibilidad deseada que les permite compatibilizar el trabajo con otros proyectos. Este grupo de empleados, suelen asociarse también a temporadas peak.

Por otro lado, para vendedores adultos, el sector comercio les ha permitido hacer una carrera de años, donde por lo general hay historias asociadas al ascenso desde puestos con funciones relativamente simples a puestos de mayor responsabilidad y confianza.

Un grupo emergente en el rubro dentro de los sectores urbanos de la región, lo compone la población migrante, especialmente la venezolana en el área de ventas y la haitiana en el área de transporte y logística.

En general, se pueden identificar factores que favorecen y otros que dificultan la retención de trabajadores/as en el rubro. los cuales se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 2: Factores que favorecen y dificultan la atracción de capital humano en el sector

Lo que atrae	Lo que distancia
Es trabajo limpio y a la sombra.	Jornadas extensas y trabajo fines de semana.
Comisiones por ventas.	Sueldos base bajo.
Es de fácil entrada y salida.	Expectativas juveniles de Educación Superior.
En general, no requiere formación previa en el área.	Necesidad de habilidades personales que no todos/as poseen
Socialmente, a diferencia del trabajo agrícola, no es mal visto.	El trabajo se debe realizar de pie.
Permite el ascenso para quienes quieran quedarse.	

Fuente: Elaboración propia, en base base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

“En el ámbito de comercio también hay cierto grado de precariedad, porque también hay trabajos con poco respaldo en temas de contratos, largas horas de trabajo y con pocos horarios de descanso. Entonces, la Ley de la Silla, que tú sabes que eso existe, que tiene que haber un espacio de descanso para los trabajadores, tampoco se cumple en algunas ocasiones particulares, sobre todo en estas fechas, que es el tema de la navidad y año nuevo, donde las horas de trabajo son muy extensas”

Representante trabajadores

3.1.2.4. Capital humano y sus principales grupos.

El sector Comercio no tiene importantes barreras de ingreso asociadas a condiciones específicas de quienes allí se desempeñan, sin embargo, es posible observar algunas situaciones puntuales asociadas a la incorporación de algunos grupos como:

a) Mujeres.

Históricamente las mujeres han tenido una buena inserción en el sector, aunque está la percepción que existe un número mayor de mujeres buscando empleo en el Comercio durante el último año, lo que en gran medida se asocia a la pandemia del Covid-19.

“Existe ahora en el mercado una gran cantidad de jóvenes y mujeres que han iniciado búsqueda de trabajo en el sector por primera vez o, derechamente, han salido de sus otras pegadas y están disponibles.”

Representante sector privado

Por su parte, desde el autoempleo, es posible advertir la importante presencia femenina en ferias libres y diversos emprendimientos, la cual se ha visto cada vez más potenciada con la implementación de instrumentos de fomento estatales.

“Específicamente en el rubro de las ferias libres, hay más mujeres que hombres dentro de las ferias. Yo calculo que hay un 60% de mujeres y 40% de hombres”

Representante sector privado

b) Inmigrantes.

El sector Comercio, ha integrado de manera exitosa en sus equipos a inmigrantes venezolanos, los que logran ascender rápidamente en sus trabajos. Lo que es asociado principalmente a sus habilidades relacionales.

“Tenemos aquí casos de muchos chicos venezolanos que están tomando cada día más fuerza en el tema de las ventas. Ellos empiezan como ayudantes de empaque, después se van a ayudante de bodega y van surgiendo poco a poco y llegan a vender productos... Yo creo que la calidez que tienen ellos, el respeto en su modo de ser y de hablar es sumamente importante y a la gente le gusta mucho”

Representante sector privado

En contraposición a la inserción de venezolanos en tiendas, aparece en el rubro de las ferias libres, una mirada más crítica a la incorporación de trabajadores inmigrantes, dado que es frecuente que estos se ubiquen como “coleros”, generando problemas de convivencia con los locatarios.

"De esos dos mil quinientos comerciantes clandestinos que le decía, la mitad son extranjeros que llegan a disputarse el comercio en la feria. Ellos se instalan como pueden y donde pueden, y a veces han tenido hasta altercados con los feriantes que son patentados... hay haitianos y venezolanos que han llegado a las ferias"

Representante sector privado

c) Personas en situación de discapacidad.

La inclusión/exclusión laboral en torno a la discapacidad, se asocia principalmente a la discapacidad física y la imposibilidad de realizar determinadas labores. Por lo anterior, dentro de los espacios de inserción en el Comercio, las personas en situación de discapacidad, tienden a incorporarse mejor en tareas administrativas o comerciales:

"Es complicado una persona así, porque hay que estar cargando cosas y todo eso. Es complejo que una persona con discapacidad pudiera tener solo un negocio, yo lo veo difícil"

Representante sector privado

d) Adultos mayores.

El sector comercio cuenta entre su capital humano, con personas jóvenes o adultas. Si bien la experiencia es valorada, la posibilidad de incorporación de los Adultos Mayores se da solo a menos que sea a través del autoempleo. Uno de los espacios donde están insertos es en las ferias libres, lo que se ha visto complicado por la situación de pandemia.

"Hay un gran porcentaje de adultos mayores que trabajan en la feria. Ellos también se vieron complicados, porque hubo normativas que impedían que ellos pudieran ir a trabajar... Yo calculo que más de un 30%. Hay hartos adultos mayores"

Representante sector privado

e) Jóvenes.

En general es un grupo que se inserta bien en el sector y que valora el trabajo en comercio, orientado principalmente al retail. Por otra parte, a este grupo se le hace más fácil adoptar tecnologías aplicadas al marketing y al comercio digital. Pese a lo anterior, los más jóvenes dentro de este grupo, carecen de experiencia. Por otro lado, como ya se ha advertido, es frecuente que los jóvenes consideren este tipo de empleos como temporal, por lo que la retención en este segmento se hace más difícil.

"La rotación de los jóvenes es bastante alta hoy día en las empresas, y es producto de esto, o sea, a veces no calzan con ese perfil que quiere la empresa, pero a veces la oferta inmediata lleva a los estudiantes a cambiar rápidamente de empresa"

Representante sector privado

3.1.2.5. Formación y capacitación.

En general no hay una percepción negativa de las instituciones de educación de la región, pero sí de la formación con la que cuentan los trabajadores del sector. Sin embargo, los líderes y expertos del Comercio, advierten una escasa vinculación de los empresarios del rubro con las instituciones de educación y una subutilización de los instrumentos de capacitación disponibles.

a) Formación en el sector en la región.

El sector Comercio, dentro de su quehacer, reconoce contar con escasas áreas profesionalizadas. Es así como, en su tipo de empleo más común –ventas-, la mayor parte de los trabajadores han sido formados directamente en el oficio. Sin embargo, para los puestos que requieren un mayor nivel de conocimientos específicos, como por ejemplo los asociados al área administrativa, existe la necesidad de contratar técnicos y profesionales.

“No hay una carrera o una licenciatura en ventas... yo creo que el 95% de los vendedores que existen en el comercio de Rancagua y la región se han ido formando con otros vendedores más antiguos”

Representante sector privado

Respecto a las instituciones de formación, los líderes del sector identifican establecimientos de educación superior presentes en la región con los que han generado o están generando vínculos para la contratación de puestos que requieren de mayor cualificación.

“Por la trayectoria que tiene en la región y la importancia que tiene en la región, en un principio siempre acudimos a Inacap. Ahora últimamente ha figurado mucho y está muy importante Santo Tomás también”

Representante sector privado

Más allá de los vínculos que puedan existir entre los centros de formación y los empresarios, se advierte la necesidad de mayor articulación entre ambos. Dado que no sólo se requiere un esfuerzo desde la oferta formativa en torno a identificar las necesidades del sector, sino que los empresarios deben visualizar la importancia de contar con personal más preparado.

“No hay mucha gente especialista en el tema logístico, como sí, ponte tú, en Santiago, que le han dado mucha mayor importancia a esa temática. Pero, no sé si los empresarios de acá tendrán la capacidad de visualizar la falencia. Se puede impartir una carrera de logística..., pero si no concientizamos a los empresarios de que tienen que contratar este tipo de personas después, va a quedar todo ahí”

Representante sector privado

b) Capacitación del sector en la región.

El sector percibe que cuenta con una escasa y deficiente capacitación, lo que en el contexto actual de digitalización del comercio (tanto en los procesos de ventas como administrativos), hace urgente la necesidad de actualizar a los comerciantes y a sus empleados en estas materias. Hasta ahora, las instancias de capacitación más frecuentes se asocian a inducciones de las propias marcas, que capacitan a vendedores con una insuficiente base formativa que sólo se centra en aspectos específicos de un producto.

“No es muy buena la preparación que tiene la gente. Generalmente, se basa mucho ahora en capacitaciones que dan los mismos proveedores de las empresas. Ellos ofrecen capacitar a los vendedores, que generalmente ellos vienen desde el liceo técnico con algo en ventas, pero todo eso es súper básico”

Representante sector privado

c) Desconocimiento y rechazo hacia la capacitación.

Entre los empresarios del sector Comercio regional, existe desconocimiento en torno a los organismos públicos a través de los cuales pueden acceder a capacitación y asesoría, lo que se traduce en una subutilización de recursos e instrumentos disponibles para el sector.

“Yo creo que no se ha aprovechado mucho eso y no tengo idea cómo poder mejorar eso, porque parece que el tema de capacitación a los empresarios no les convence mucho”

Representante sector privado

“Y, claro, ahí falta más difusión, porque hay muchos emprendedores que no saben que existen o a qué se dedican los centros de negocios”

Representante sector privado

Por otro lado, en el caso específico de la Franquicia Tributaria SENCE, se agrega, a la falta de información, el hecho que los Contadores desincentivan su uso.

“¿A quién le preguntan? Al contador. Y como ahí hay que hacer todo el trámite, ¿qué es lo que él dice? “No, no se meta ahí”. Y esa es una realidad... ¿Por qué? Porque al final es como más carga de trabajo que no va a ser remunerada, al final es eso”

Representante sector privado

Del mismo modo, hay otros factores que inhiben el que los empleadores capaciten a sus trabajadores, como por ejemplo, la creencia que un trabajador capacitado puede encontrar otro empleo.

“Hay mitos que hay que derribar. Por ejemplo, el mito de que, si tú capacitas mucho a un vendedor o lo que sea, en poco tiempo más se va a otra empresa... y toda la cuestión se va a la basura”

Representante sector privado

3.1.3. Otros ejes para el desarrollo del sector.

Además del capital humano, quienes lideran el sector identifican y problematizan en torno a otros elementos que impactan en las dinámicas actuales del comercio regional, así como también en el desarrollo futuro de este, entre las cuales destacan:

3.1.3.1. La incorporación de tecnologías.

Dentro de los impactos más visibles para el sector Comercio, está el uso de nuevas tecnologías digitales para los procesos de marketing, venta y gestión de inventarios. Si bien este proceso se venía dando desde hace un par de años, y en la región el sector había avanzado en la materia, la pandemia Covid-19 ha acelerado el proceso, obligando a una rápida adaptación de los actores.

En la incorporación de nuevas tecnologías, destaca el trabajo de SERCOTEC en torno a la digitalización en los procesos comerciales.

“...el año pasado el Ministerio de Economía lanzó un programa que se llama Digitaliza tu PYME, con varias herramientas que hoy día, a través de los diferentes servicios, como Economía, se pudo lanzar... Ahí hay temas de digitalización importantes, que hoy día quizás las PYME que no lo tenían o que no estaban ligadas a eso tuvieron muchos problemas”

Representante sector privado

En algunos sectores, la incorporación de nuevas tecnologías ha conllevado conflictos entre empresarios y trabajadores, donde estos últimos ven cómo las ventas online repercuten en una disminución de las comisiones por concepto de ventas.

“Uno ahí se da cuenta que necesita a personas más capacitadas en el tema computacional. Ahí se enfrenta el tema de la venta online y la venta física que tú tienes acá, empiezas a enfrentarte con los mismos vendedores de acá, porque en el fondo la página web le está quitando venta a ellos también”

Representante sector privado

Para algunos grupos de comerciantes, como los feriantes, el poder contar con jóvenes para apoyar los procesos de venta online ha sido decisivo en el último año. Los miembros jóvenes de las familias que perdieron sus empleos, se volcaron a apoyar en el negocio familiar, incentivando a las generaciones mayores a adoptar la tecnología.

“Se han ido incorporando bastantes jóvenes, pero más que nada por temas de cesantía. Llegaron muchos hijos de feriantes a ayudar... Hay algunos que han tenido éxito en este tema del delivery, porque para ellos es natural esto, es más fácil. A través de Facebook ellos hacen sus ventas y están entregando. Por eso nosotros vimos que era una buena oportunidad y creemos que hay que masificarlo”

Representante sector privado

3.1.3.2. Sustentabilidad y nuevas tendencias.

La preocupación general por el medioambiente y las formas de vida saludables, ha implicado que el consumidor también cambie, obligando al sector comercio a ofrecer productos que vayan de la mano con estas nuevas tendencias. Lo anterior, conlleva un esfuerzo por identificar, entre otras cosas, nuevos productos, nuevas formas de envasado y nuevas maneras de comercialización acorde a estos segmentos.

“Pero eso es algo que nosotros debemos trabajar, para que tengamos una amplia variedad y acceso a productos agroecológicos u orgánicos...Vamos a estar haciendo este tipo de comercio a través de plataformas, para llegar a un segmento que puede comprar eso, que tiene más necesidad de comprar este tipo de productos. Esa es una oportunidad que se abre”

Representante sector privado

3.1.3.3. Conectividad vial y digital.

Si hay algo que es transversal a todo el sector Comercio, es la necesidad de estar conectados con los mercados que permitan el traslado de mercancía para su compra y venta. A lo anterior se le suma, en los últimos años, la necesidad de estar en permanente conexión con los sistemas digitales, que facilitan y optimizan todas las operaciones relacionadas al proceso de venta.

“Todo lo que es la cadena de abastecimiento, el tema de insumos, que también hay empresas en la región que pueden dar el servicio. Pero, para mí, tenemos esa gran fortaleza u oportunidad de estar cerca del gran mercado, que es Santiago, en donde eso llega rápidamente”

Representante academia

3.1.4. Impacto Covid-19.

Es sabido que uno de los sectores más afectados por la pandemia ha sido el Comercio, donde sólo han podido operar de manera continua algunos rubros esenciales. El impacto fue aún mayor para quienes no alcanzaron a implementar la digitalización en sus procesos o no lograron adaptarse rápidamente al contexto cambiante.

En los meses estivales, muchos negocios repuntaron en sus ventas debido al levantamiento de las cuarentenas y el incremento en las ventas propio de fin de año, las cuales se elevaron fuertemente con la aprobación del segundo retiro del 10% de los fondos previsionales de parte de la población trabajadora. Sin embargo, para algunos empresarios, los efectos fueron tan fuertes que estiman que demorarán tiempo en volver a sus cifras pre pandemia.

Otras consecuencias que ha dejado la pandemia al sector Comercio en la región, se asocian a una nueva manera de operar, lo que abarca desde los cambios en los hábitos de los consumidores, a los cuales el sector ha debido adaptarse, hasta las nuevas formas de organizar el trabajo, donde es posible advertir que los puestos asociados a la gestión administrativa y comercial del sector, podrían adoptar la modalidad de trabajo remoto de manera permanente.

“Hoy día se descubrió que hay mucha gente que puede hacer teletrabajo. Creo que ese es el gran cambio que viene. Por lo tanto, para yo hacer teletrabajo tengo que tener estabilidad. Por lo tanto, creo que puede ser un mix. Creo que tiene que ser algo dinámico. Que sea algo solamente a distancia no lo comparto, los mix son los que más me gustan”

Representante academia

3.1.5. Proyecciones para el sector.

Desde la percepción general de los líderes del sector Comercio, el 2020 fue un año de mucha incertidumbre frente a la posible quiebra de negocios que no tienen el respaldo financiero para soportar la crisis derivada de la pandemia Covid-19. Durante estos meses, todos los rubros que no tienen la categoría de “indispensables”, han bajado sus ventas, desvinculado empleados o han debido cerrar, mientras que el comercio asociados a artículos indispensables, ha podido continuar con sus ventas, aunque con las dificultades propia del contexto.

Pese a todo, el sector cuenta con algunas ventajas y aspectos a fortalecer, que pueden jugar a favor de la continuidad de algunos negocios (Tabla 5).

Tabla 5: Ventajas y elementos a fortalecer en el sector comercio

Ventajas del Sector	Lo que se debe Fortalecer
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de rubros asociados que permite conservar puestos de trabajo. • Por el impacto de la crisis, no se visualiza escasez de mano de obra para el sector. • La venta online ha facilitado continuar con las operaciones para aquellos negocios no esenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acortar la brecha digital para favorecer el comercio online. • Incorporar estrategias de marketing digital para llegar a un grupo mayor de consumidores.

Fuente: Elaboración propia, en base base a entrevistas a líderes y expertos sectoriales.

El sector Comercio, levanta la demanda hacia el Estado buscando crear planes de reactivación económica asociados a la construcción de diversas obras en la región, disponer de subsidios y créditos blandos, así como una mayor flexibilización en temas tributarios para el sector.

“La percepción que tenían también los colegas es que hubo muy poco apoyo del Estado durante la crisis sanitaria, poco apoyo económico, no tuvimos una cobertura. Versus los colectiveros, que tuvieron un programa de apoyo, les dieron un crédito y un bono, pero para el sector de ferias no hubo nada”

Representante sector privado

3.1.6. Síntesis de resultados

- El comercio en la región se concentra en la capital regional, capitales provinciales y en las comunas más grandes, sin embargo, en toda la región hay gran número de comercio menor, los cuales en muchos casos están asociados a al autoempleo y al emprendimiento.
- El sector, dinamiza la economía regional, encadenando con otros sectores como: el transporte de carga y logística, asociado al transporte de carga y actividades postales y de mensajería, los cuales han sido claves en los meses de pandemia, donde el comercio *on line* ha tenido un importante desarrollo.
- El sector no ha tenido problemas de disponibilidad de capital humano, sin embargo, consideran que quienes se desempeñan en el sector deben tener mayor conocimiento en tecnologías asociadas a la venta electrónica.
- El capital humano del sector está teniendo algunas variaciones en su composición, sobre todo asociado a la incorporación de trabajadores extranjeros, principalmente venezolanos, quienes son valorados por los empleadores por poseer habilidades blandas vinculadas al trato con los clientes.
- El gran desafío del sector, es lograr un mayor desarrollo y una consolidación en torno a las nuevas formas de venta.
- En cuanto a las proyecciones del sector, así como su comportamiento durante la pandemia, este ha sido uno de los más afectados por las cuarentenas, sobre todo para quienes comercializan productos que no son considerados de primera necesidad. Si bien algunas medidas, como el primer y segundo retiro del 10% de las AFPs, lograron aumentar las ventas, la percepción general del sector es que la recuperación será lenta.

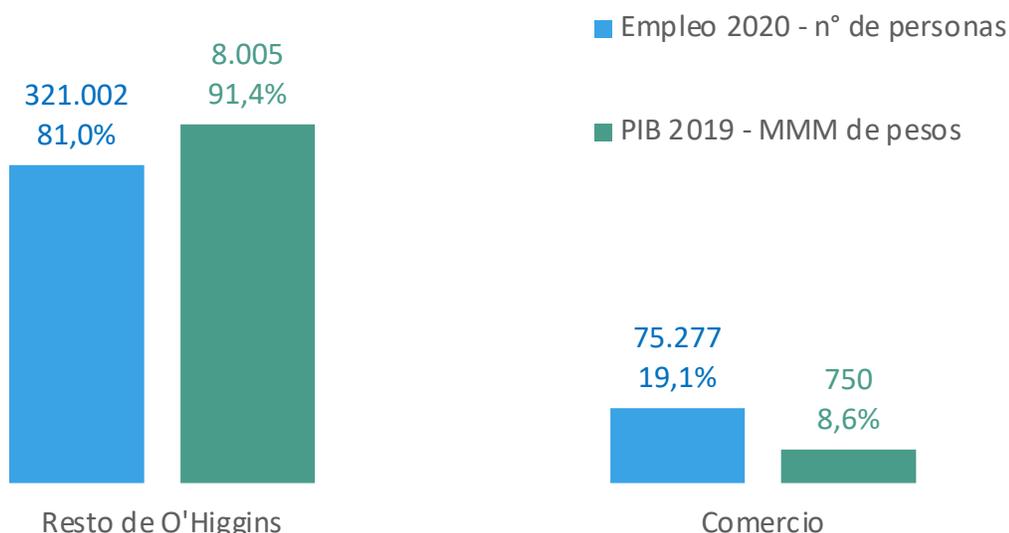
3.2. Estadísticas laborales del Comercio

La relevancia del Comercio para el empleo en la Región.

El sector Comercio promedió durante el año 2020 una concentración del 19,1% del total de trabajadoras y trabajadores de la Región de O'Higgins, es decir, 75.277 de los 396.279 empleos de existentes. Junto al sector Silvoagropecuario, el Comercio es uno de los que concentra más personas ocupadas en la región.

Por otro lado, durante el año 2019, su contribución al PIB regional fue de un 8,6%, con un monto cercano a los \$750 mil millones, por debajo de otros sectores como Minería, Silvoagropecuario, Industria manufacturera y Servicios personales.

Gráfico 1: Participación del Comercio en el empleo 2020 y PIB 2018.

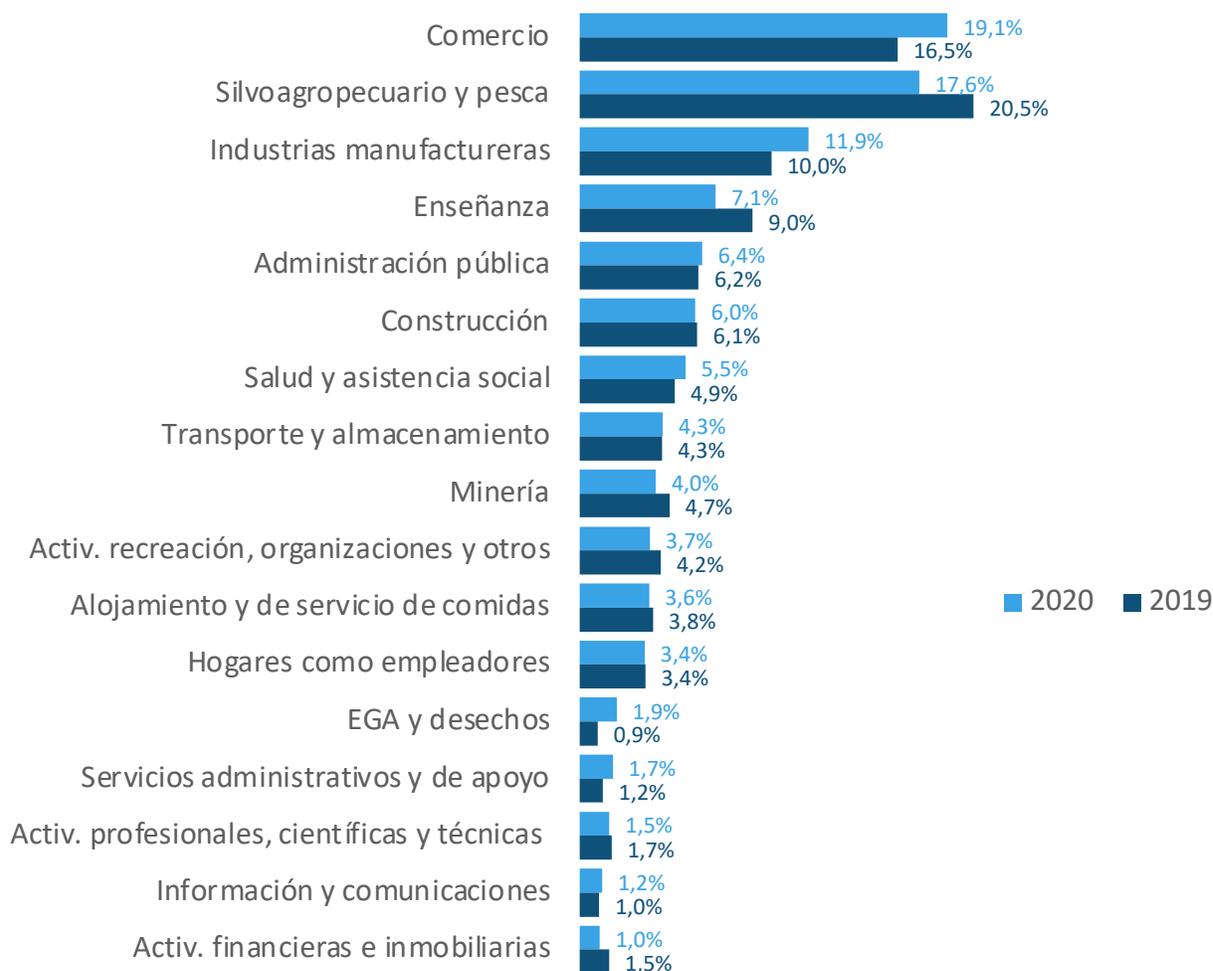


Fuente: ENE 2020, INE; Cuentas Nacionales 2018, Banco Central.

Es decir, el Comercio, siendo el sector que más personas ocupadas concentra en la región, no es el que realiza el mayor aporte al PIB. Caso contrario a lo ocurrido, por ejemplo, con la Minería que, con menor cantidad de trabajadores, es el sector más importante en cuanto a aporte al PIB regional se refiere, con cerca de \$1.630 mil millones, más del doble que el Comercio. Por supuesto, las razones que explican este fenómeno se vinculan a lo que se produce, a las tecnologías asociadas a la producción, así como al uso y la comercialización de los productos.

Sin embargo, el sector Comercio, así como el Silvoagropecuario, contribuye en generar una relativa estabilidad en materia laboral, en cuanto a personas empleadas en la región. De hecho, durante el año 2020, como se puede apreciar en el Gráfico 2, el Comercio superó el número de trabajadores del sector Silvoagropecuario, es decir, en términos de dotación laboral, se trata de un sector menos golpeado por la pandemia Covid-19.

Gráfico 2: Distribución de personas ocupadas por actividad económica, 2019 y 2020.

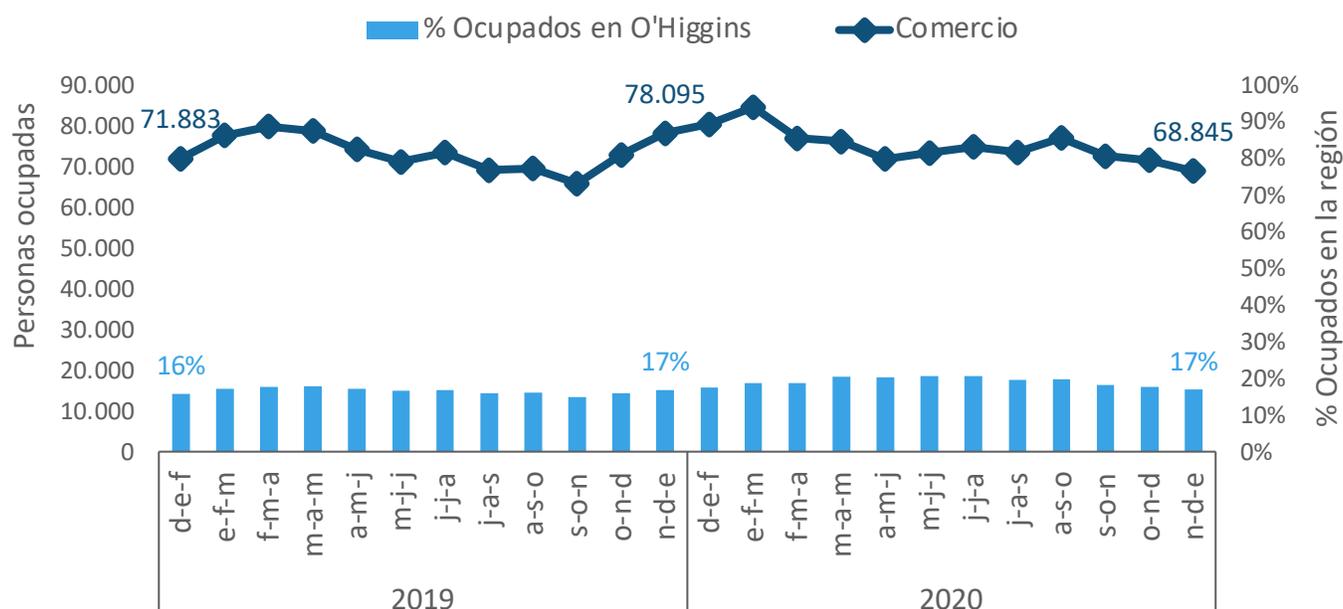


Fuente: ENE, INE.

Es indudable que a nivel mundial, nacional y regional, la pandemia Covid-19 impactó negativamente en materia económica y laboral, causando pérdidas financieras y disminución de puestos de trabajo. Sin embargo, en esta segunda dimensión, el Comercio se encuentra dentro de aquellos sectores que no resultaron particularmente afectados. A diferencia de otros rubros de la región, como pueden ser el Silvoagropecuario y pesca, la Enseñanza y la Minería, durante el año 2020, el Comercio mantuvo una dotación estable cercana a los 70.000 empleos, superior incluso a la del año 2019.

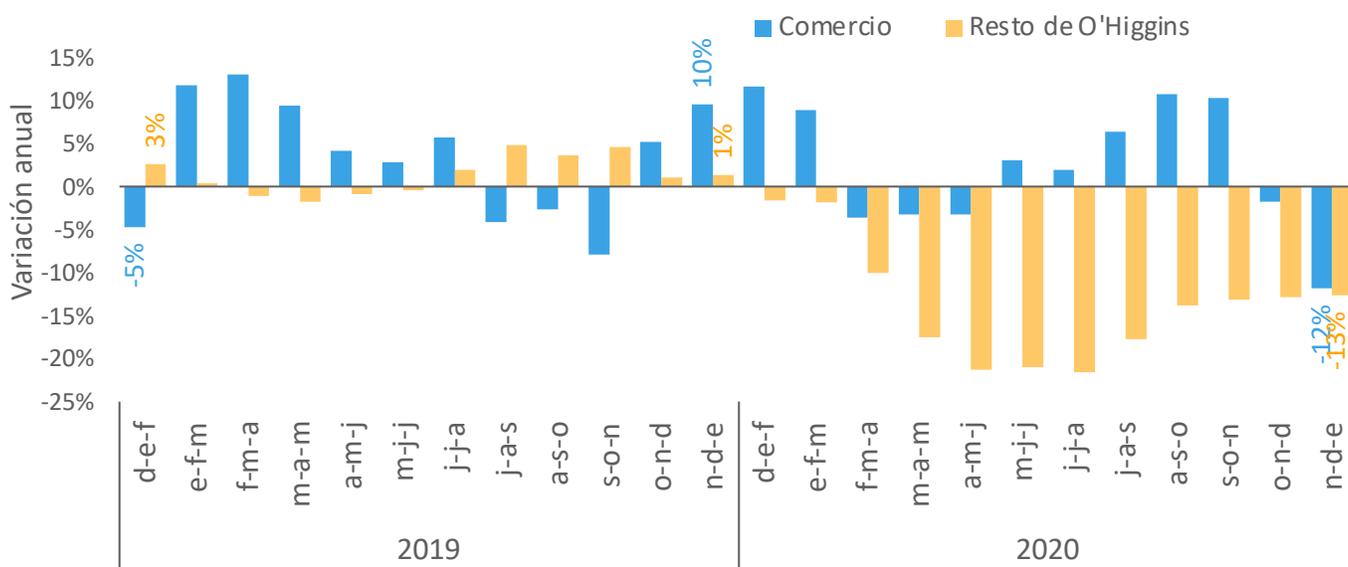
En efecto, la variación anual que presentó la dotación laboral del sector el año 2020 muestra un incremento en el número de personas trabajadoras, sustentado principalmente en el aumento del empleo masculino. De hecho, entre los meses de julio y diciembre del 2020, la plana laboral del Comercio creció cerca del 10% respecto al año 2019. Si bien este hecho coincide con la entrada de la época de cosecha y el dinamismo que envuelve a todos los rubros de la región en el período estival, el aumento en materia de empleo, nos hace pensar que se trata de un sector en manifiesto crecimiento en la región, una alternativa laboral efectiva, relativamente estable para la población en el particular marco que entrega la pandemia.

Gráfico 3: Personas ocupadas en Comercio y porcentaje sobre total de ocupados en la Región, 2019 a 2020.



Fuente: ENE, INE.

Gráfico 4: Variación anual de personas ocupadas en el Comercio, 2019 a 2020.



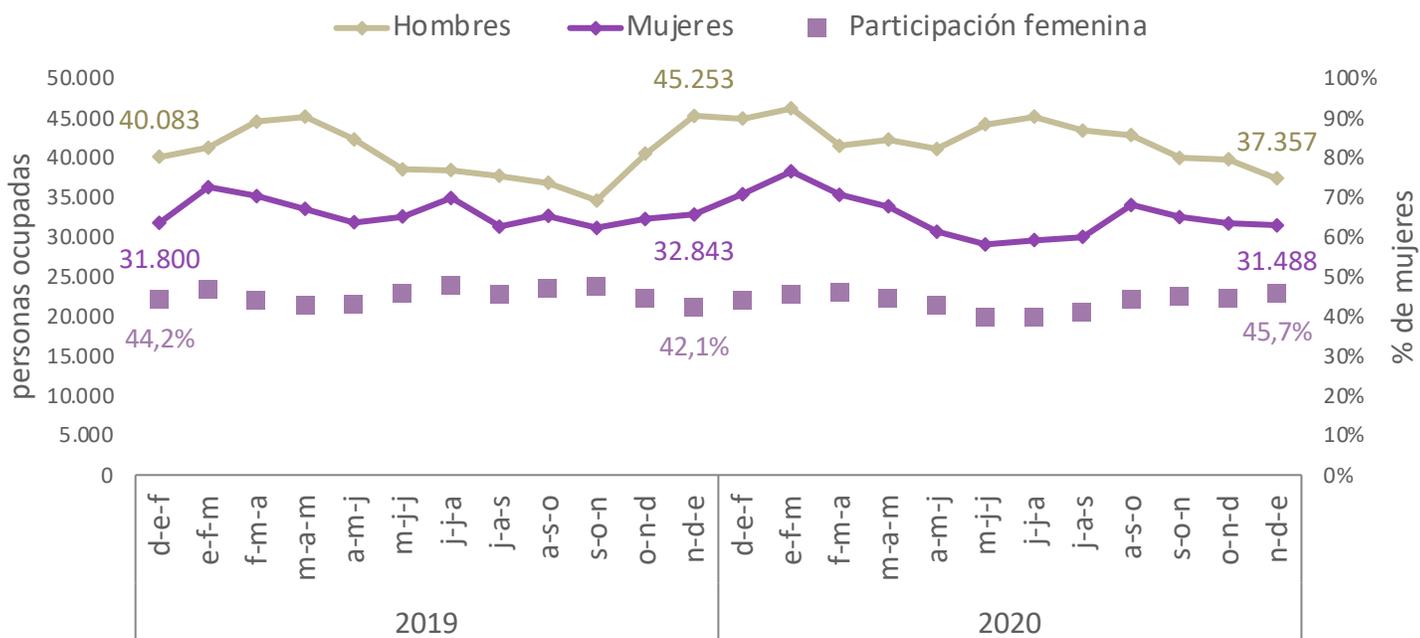
Fuente: ENE, INE.

En contraste con la mayoría de los otros sectores de la región, el Comercio presenta una alta participación femenina, alcanzando una tasa del 45,7% el último trimestre del año 2020, pese a tener una variación anual en torno al -15% respecto al año 2019.

Por otro lado, como se puede ver en el gráfico 5, la permanencia de las mujeres en el sector tiene una fragilidad mayor a la de los hombres, en tanto que la baja en la participación femenina que se observa a

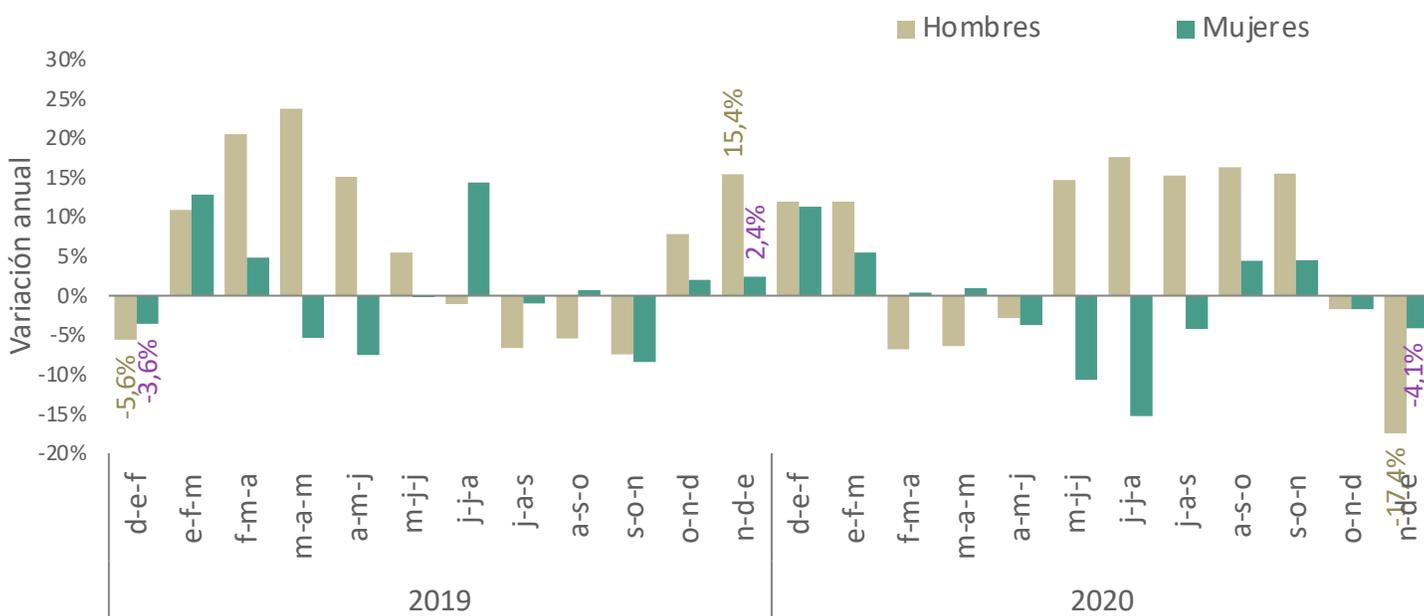
partir del trimestre de enero-febrero-marzo del año 2020, sostenida hasta julio-agosto-septiembre, está acompañada de un relativo aumento en la cantidad de empleados hombres en el mismo período. Si se compara este comportamiento en relación al año 2019, se puede observar que, aunque en un período mucho más acotado, esta diferencia se estrecha.

Gráfico 5: Personas ocupadas en el Comercio según sexo y participación femenina, 2019 a 2020.



Fuente: ENE, INE.

Gráfico 6: Variación anual de personas ocupadas en el Comercio según sexo, 2019 a 2020.



Fuente: ENE, INE.

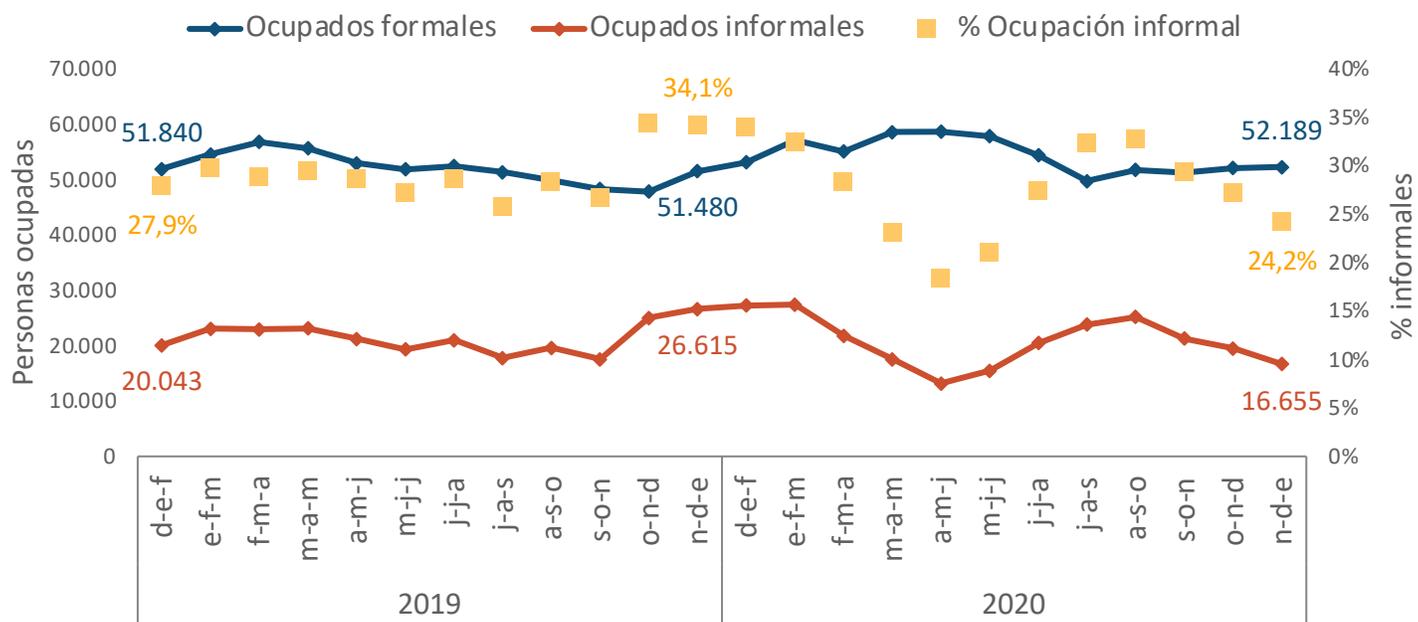
Ocupados formales e informales en el Comercio.

Junto con la estabilidad de su dotación laboral, el sector Comercio muestra una mejoría relevante respecto a la tasa de informalidad del año 2019. Así lo expresa la tasa de 24,2% del año 2020, frente al 34,1% del mismo trimestre del año anterior. Si bien las cifras podrían señalar avances en la materia, estas deben analizarse con mayor detenimiento.

El Gráfico 8 (página siguiente) muestra la variación en términos porcentuales de los trabajadores informales respecto del año 2019. En éste se puede apreciar que, al contrario de la disminución en la tasa de informalidad a finales del 2020, la variación anual aumentó en torno al 30%.

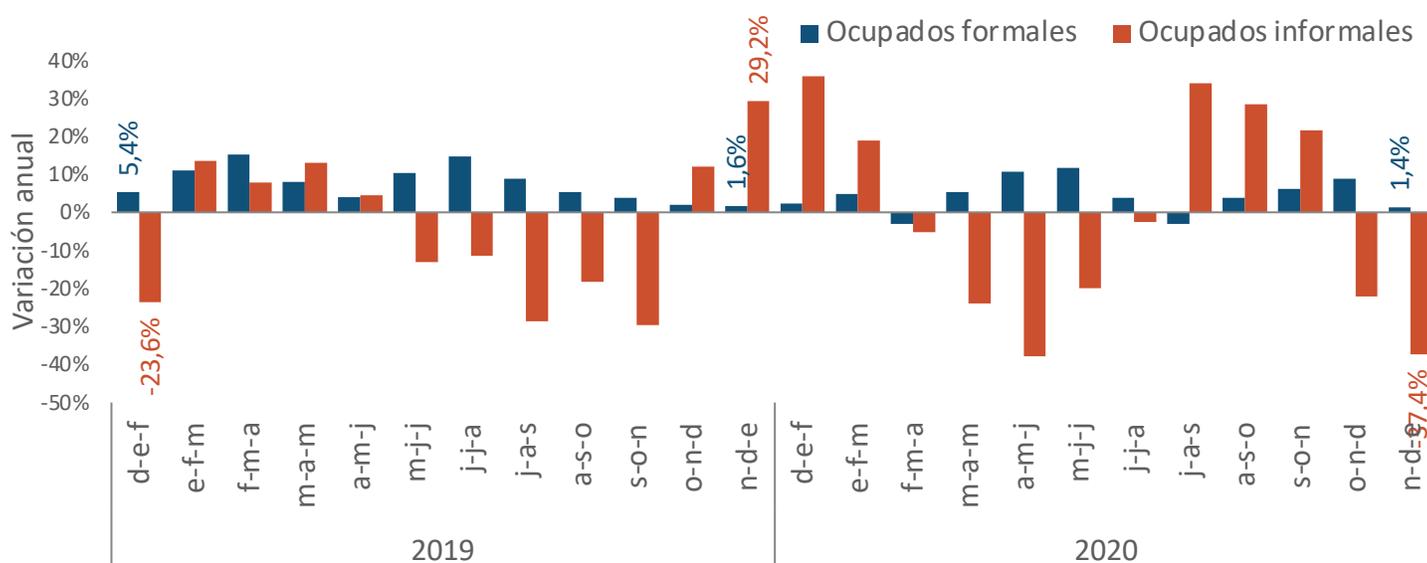
La disminución del empleo en gran parte de los casos trae consigo una baja en la tasa de informalidad, pues en crisis los trabajadores informales son los primeros en perder su empleo, manteniéndose en sus puestos las personas formalmente contratadas (con su correspondiente pago de previsión y salud). De allí se deduce entonces, que pase a su baja tasa, todo indica que la informalidad en el sector no mermó durante el año 2019.

Gráfico 7: Personas ocupadas en el Comercio según formalidad e informalidad, 2019 a 2020.



Fuente: ENE, INE.

Gráfico 8: Variación anual de personas ocupadas en el Comercio según formalidad e informalidad, 2019 a 2020.

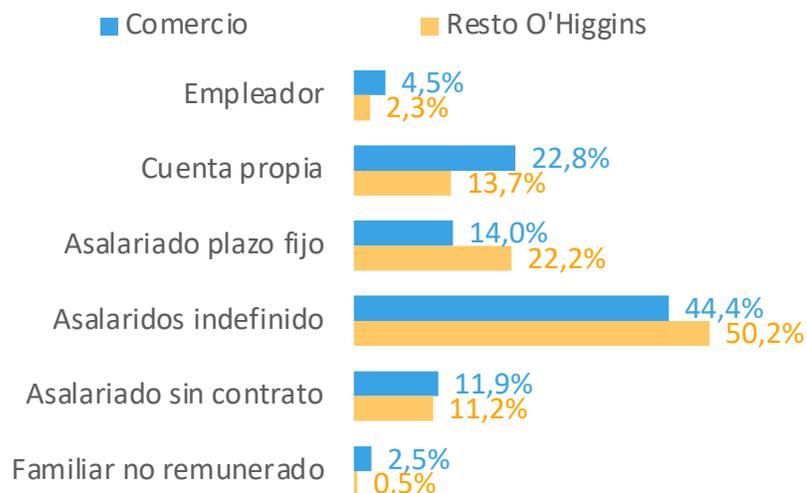


Fuente: ENE, INE.

Características del empleo generado por el Comercio en la Región.

La dotación laboral en el sector Comercio en la región se concentra principalmente en asalariados con contrato indefinido (44,4%), seguido por un 22,8% de trabajadores por cuenta propia. Destaca que el sector tiene una mayor proporción de empleadores (4,5%) y trabajadores por cuenta propia (22,8%) que los demás rubros de la región.

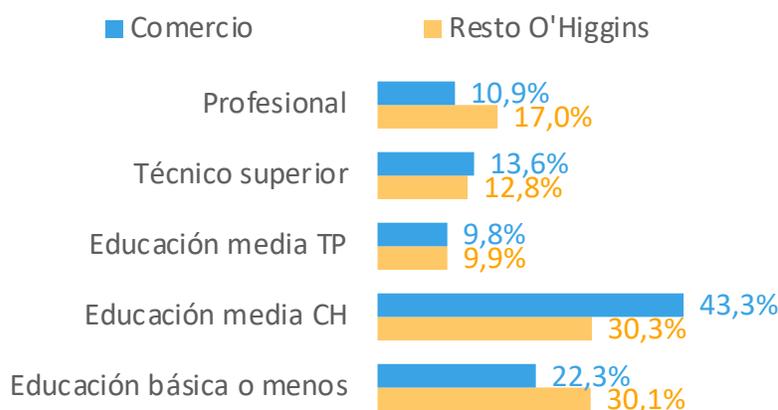
Gráfico 9: Distribución de personas ocupadas según categoría ocupacional en el Comercio, 2020.



Por otra parte, el 43,3% de los empleos de la región en el Comercio corresponde a personas con educación media científico-humanista. Esta cifra en sí misma representa una diferenciación con los demás rubros.

A su vez, la mayoría de estos puestos son de vendedores y vendedoras, siendo el 48,1% de la dotación en el Comercio. Al mismo tiempo, destaca la baja participación de puestos para profesionales o técnicos superiores, siendo ambos significativamente menores que en los otros rubros de la región.

Gráfico 10: Distribución de personas ocupadas según nivel educacional en el Comercio, 2020.



Fuente: ENE 2020, INE.

Gráfico 11: Distribución de personas ocupadas según grupo ocupacional en el Comercio, 2020.



Fuente: ENE 2020, INE.

Ingresos mensuales de los trabajadores del Comercio en la Región.

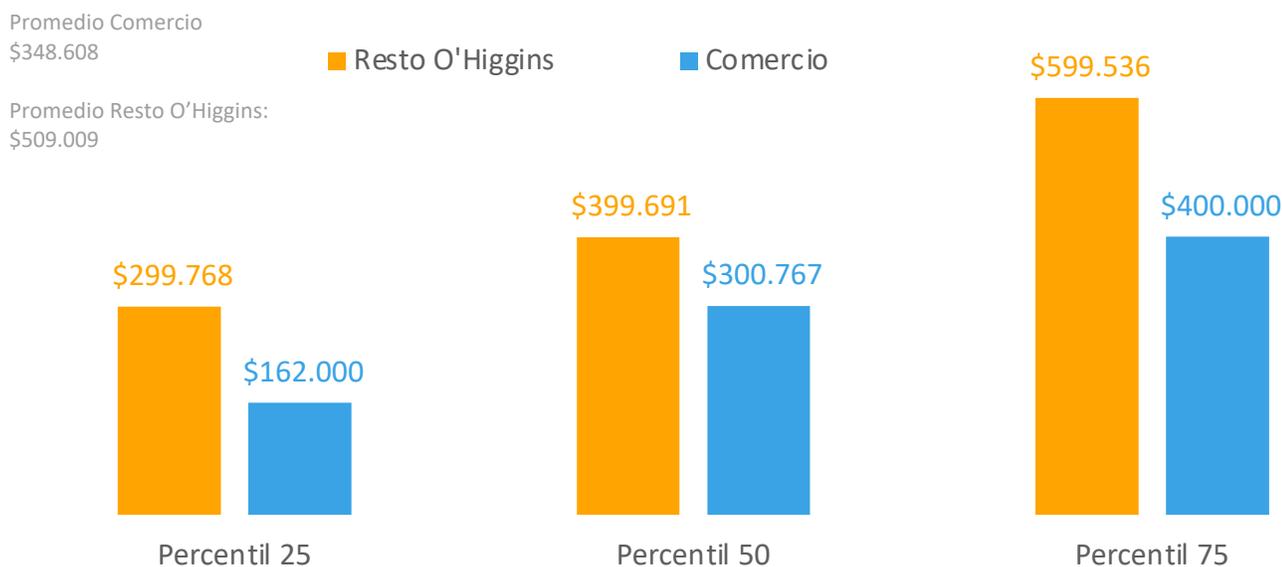
Los ingresos de los trabajadores del Comercio se encuentran por debajo del promedio de trabajadores de otros rubros, con un promedio mensual de \$348.608 líquido. Esta situación es aún más crítica en los percentiles de menores ingresos, siendo para el sector Comercio un 46% inferior que para el mismo percentil de los demás rubros. Es decir, los trabajadores con menores ingresos dentro del sector ganan casi la mitad menos que los trabajadores equivalentes en otros rubros.

Percentiles de ingreso

Los percentiles se construyen ordenando los ingresos de la población de menor a mayor. Así, los percentiles indican el ingreso igual o menor que tiene determinado porcentaje de la población. De este modo:

- El percentil 25, indica el ingreso igual o menor que tiene el 25% de las personas con ingresos más bajos.
- El percentil 50, indica el ingreso igual o menor que tiene la mitad de la población.
- El percentil 75, indica el ingreso igual o menor que tiene el 75% de las personas con ingresos más bajos.

Gráfico 12: Percentiles de ingreso líquido mensual de trabajadores del Comercio, 2019.

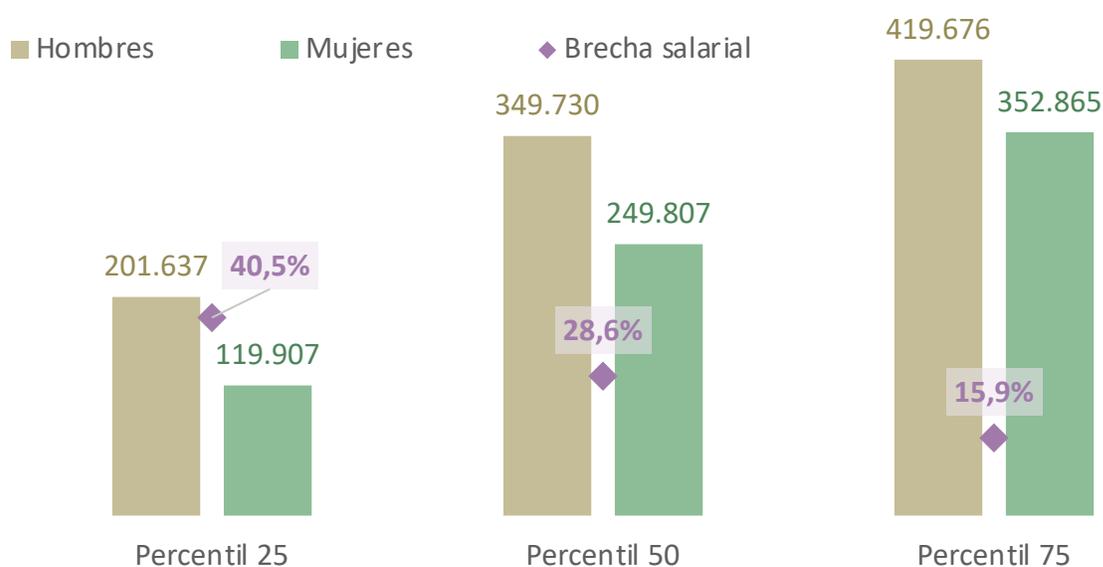


Fuente: ESI 2019, INE.

Esta situación es aún mas grave en el caso de las mujeres de este mismo percentil, quienes tienen una brecha salarial de un 40,5% respecto a los hombres. Si bien, como se mencionó anteriormente, el sector Comercio representa un rubro de acceso igualitario, no lo es en cuanto a sus ingresos, sobre todo en el segmento de los más bajos.

A su vez, es posible apreciar en el gráfico 13, que a medida que los ingresos son más altos, la brecha salarial es menor, pasando de un 40,5% en el percentil de menor ingresos, a una brecha de 28,6% para el segundo percentil, y de un 15,9% para el percentil de los ingresos más altos en el rubro.

Gráfico 13: Percentiles de ingreso y brecha salarial en el Comercio por sexo, 2019.



Fuente: ESI 2019, INE.

Síntesis de estadísticas laborales del Comercio.

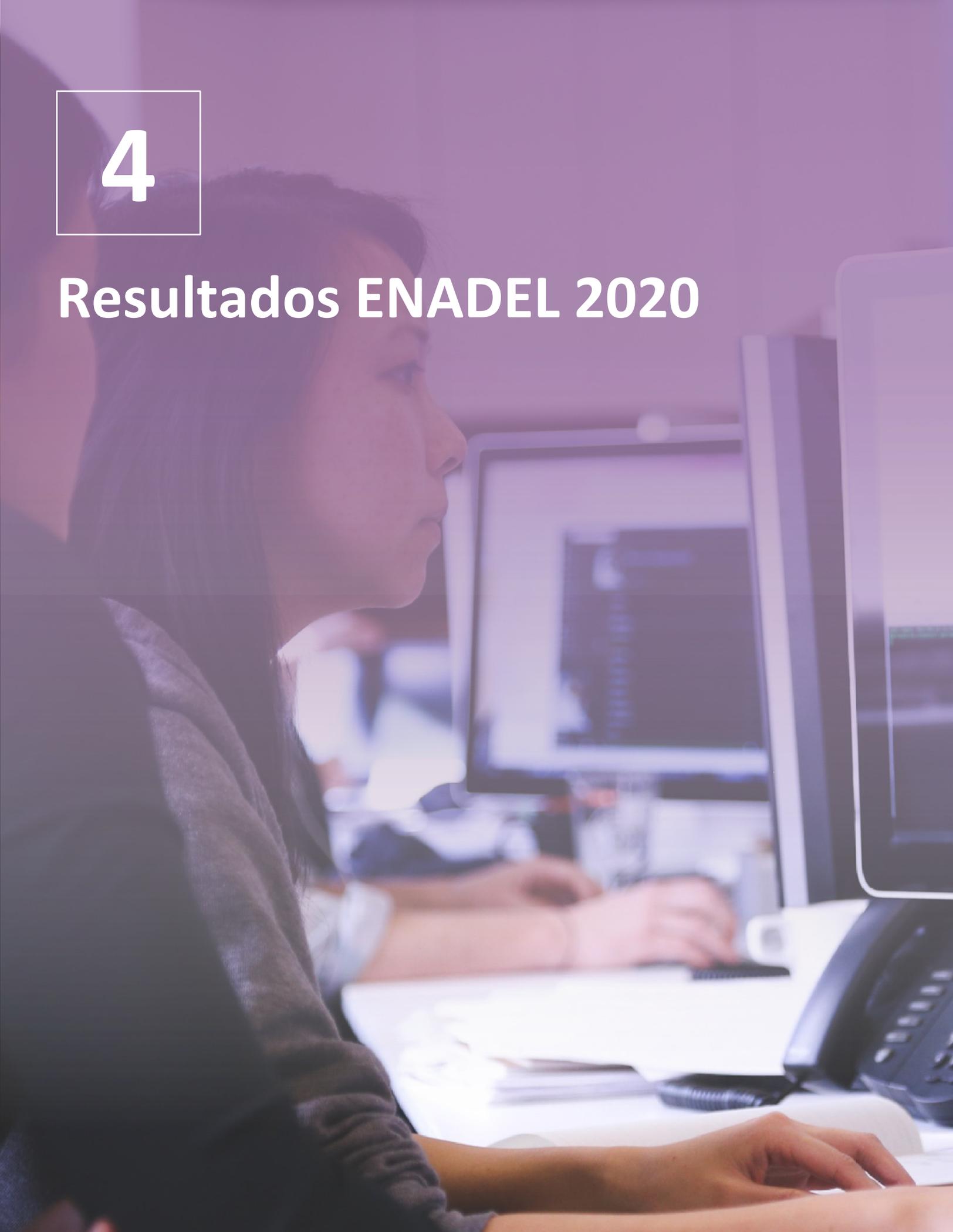
Se observa una particular relevancia del sector Comercio en materia de empleo en la región, con una concentración promedio de 19,1% de los ocupados durante el año 2020. Además, se puede afirmar que el sector cuenta con una estabilidad relativa que, incluso, tiende al crecimiento, aumentando la cantidad de personas ocupadas en un momento crítico para la economía como ha sido la pandemia Covid-19.

Por otro lado, la brecha de género en la participación laboral es menor en comparación con otros sectores, alcanzando una tasa del 45,7% el último trimestre del año 2020. Sin embargo, estos puestos de trabajo femeninos son particularmente frágiles, en tanto que, cuando el sector tiende a variar negativamente en términos de empleo, el efecto más pronunciado y sostenido recae sobre las mujeres.

En cuanto a la dotación laboral en el sector, esta se concentra principalmente en asalariados con contrato indefinido, con un 44,4%, seguido por un 22,8% de trabajadores por cuenta propia. En relación al nivel educacional, el 43,3% de los empleos corresponde a personas con educación media científico-humanista. Y el grupo ocupacional más poblado es el de vendedores y vendedoras, quienes representan el 48,1% de la dotación en el Comercio.

Respecto a los ingresos, en relación con otros rubros de la región, el sector Comercio se encuentran por debajo del promedio mensual, con \$348.608 líquido. Esta situación es aún más crítica en los percentiles más bajos. Es decir, mientras menor sea el ingreso de las personas, la brecha respecto del promedio del resto de los sectores productivos de la región de O'Higgins será mayor. Cuestión que se agrava aún más en el caso de las mujeres, quienes, si bien acceden de manera más igualitaria al Comercio que a otros sectores, tienen una brecha salarial de un 40,5% respecto a los hombres.

Finalmente, en relación a la formalidad/informalidad del sector, el año 2020, respecto al 2019, muestra una disminución en los niveles de informalidad, con una tasa promedio de 24,2%. Si bien esta caída puede señalar avances al respecto, el comportamiento de estas cifras debe analizarse considerando las particularidades del período en materia sanitaria y sus impactos en el mercado del trabajo. Es decir, la baja en la tasa de informalidad no necesariamente puede vincularse a la formalización de la situación de los trabajadores informales, sino que, más bien, podría deberse a la caída en el empleo que, en tanto pérdida de puestos de trabajo, afecta de manera transversal a formales e informales y, de hecho, más fuertemente a estos últimos.

A woman with long dark hair is shown in profile, looking at a computer monitor. She is wearing a grey sweater. In the background, another person is visible working at a computer. The entire image has a purple overlay. A white square with the number 4 is in the top left corner.

4

Resultados ENADEL 2020

4.1. Contratación de personas y dificultades de reclutamiento

De un total de 54 empresas de Comercio consultadas en la región de O'Higgins, se proyecta la demanda de 193 empleos para el año 2021, cifra levemente mayor a la demanda entre fines de 2019 y 2020 que se situó en 154 puestos de trabajo.

Si bien se trata de una cifra que representa una proyección positiva para el presente año, su discreta diferencia, más bien, deja ver una proyección bastante moderada. Se debe hacer notar que el terreno de este estudio tuvo lugar en el momento en que las empresas venían reiniciando actividades recientemente, sin señales de un posible control efectivo de la situación pandémica en el corto plazo.

No obstante, la tendencia evidente es que la mayoría de las empresas del sector (68,5%) no abrió vacantes durante el año recién pasado y las que si lo hicieron (31,5%), reportan que el proceso no estuvo exento de dificultades.

Ninguna empresa de las consultadas señaló haber tenido vacantes durante el año 2019, así como haber llenado esas vacantes sin dificultades.

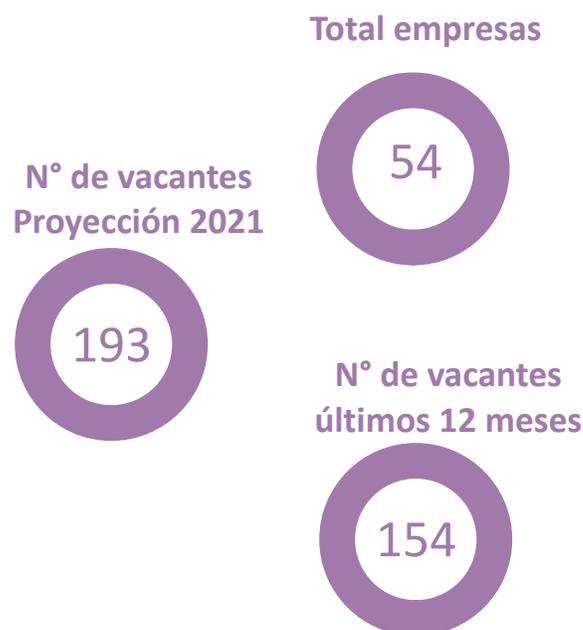
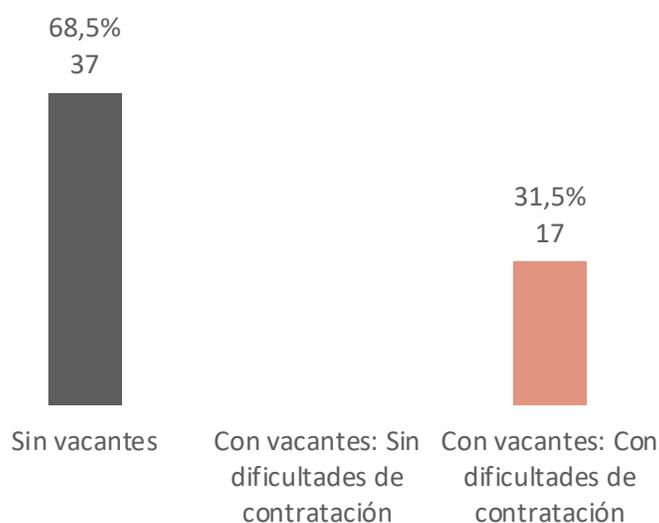


Gráfico 14: Distribución de empresas según situación de vacantes de contratación, 2020



Fuente: ENADEL 2020

Si bien se observa un abanico importante de dificultades a las que se enfrentan las empresas del sector Comercio para contratar personas, destacan entre ellas la poca formación y/o habilidades técnicas de los candidatos (47,1%), la falta de experiencia laboral (40,5%) y la falta de interés en este tipo de trabajos (39,7%).

A nivel cualitativo, las explicaciones se centran en torno al aumento de la demanda de profesionales preparados en canales de venta digitales y en procesos de logística, surgido tras el escenario de las ventas en pandemia. La emergencia de esta ocupación, de forma transversal a todos los rubros, ha llevado a una reorientación de los procesos de reclutamiento y, por lo tanto, a la emergencia de dificultades asociadas.

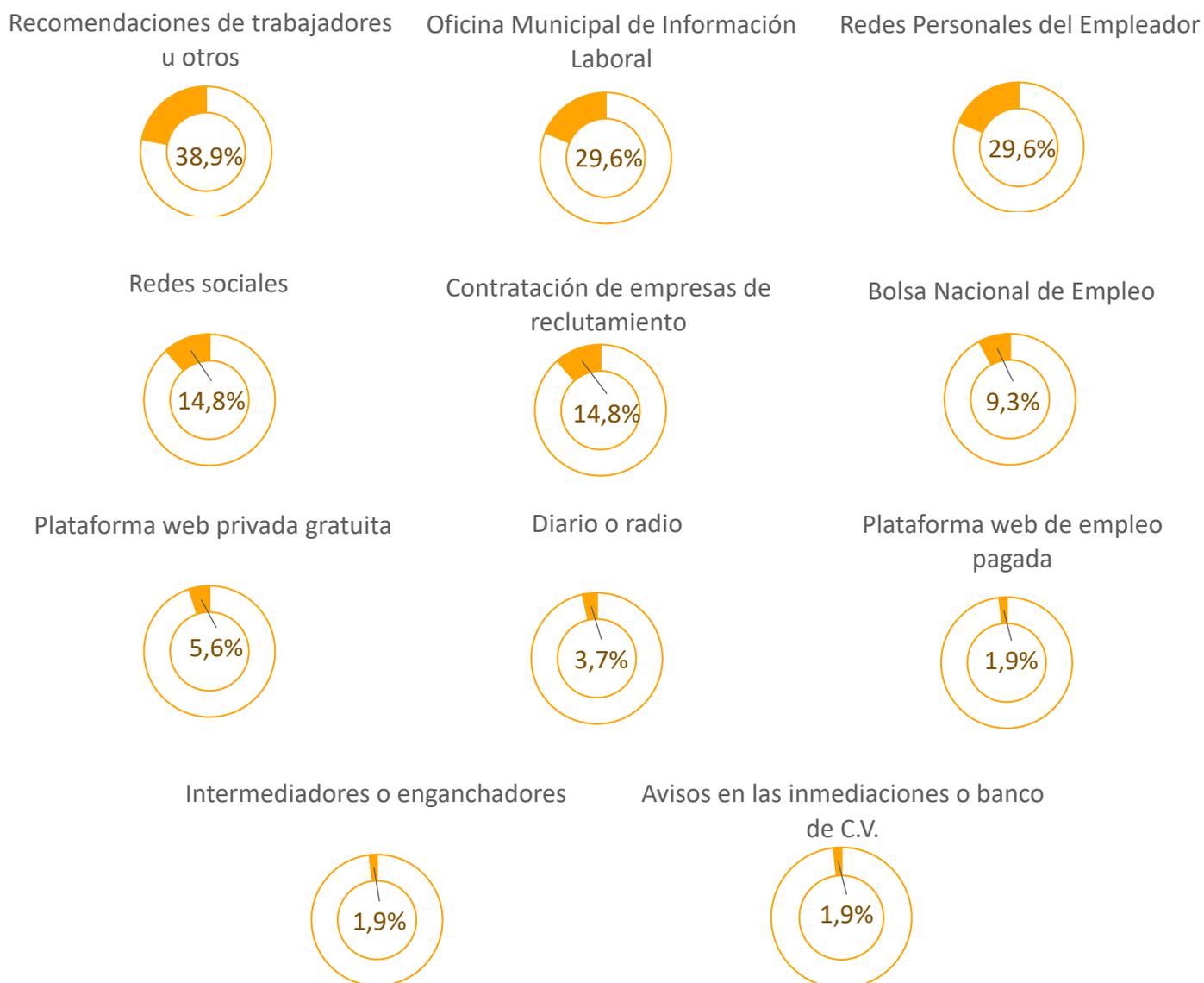
Gráfico 15: Porcentaje de empresas según dificultades de contratación en los últimos 12 meses, 2020 (Macrozona central)



Fuente: ENADEL 2020

Los canales predilectos mediante los cuales las empresas de la región reclutan nuevos trabajadores son las recomendaciones de los propios trabajadores (38,9%), las OMIL (29,6%) y las redes personales (29,6%). En la región, sólo las grandes empresas asociadas al retail, cubren los puestos vacantes por medio de avisos y procesos de selección más estructurados o formales. Las empresas más pequeñas suelen recurrir a sus propios/as trabajadores/as, contactos personales y las OMIL para el reclutamiento.

Gráfico 16: Concentración de empresas según principales canales de reclutamientos, 2020



4.1.1. Ocupaciones Requeridas en el país

A continuación, se presenta la demanda de grupos ocupacionales a nivel nacional. Lidera esta lista la demanda por personal de comercio y ventas, con una proyección de contratación para el presente año de 1.600 puestos de trabajo en 477 empresas; luego encontramos la demanda por ocupaciones elementales (1.305 puestos a contratar este año en 202 empresas) y oficios (1.107 puestos en 277 empresas).

Se trata al mismo tiempo de los grupos ocupacionales con los cuales hubo mayores dificultades de contratación, pero de los que, a su vez, se esperar tener mayores puestos de trabajo. Esta situación evidencia un escenario más positivo a nivel nacional que el que se tiene en la región de O'Higgins, donde, recordemos, si bien se presenta un aumento proyectado en la contratación de puestos de trabajo, esta proyección es más bien cauta. La calidad estacional de la matriz productiva de la región podría explicar este desequilibrio de expectativas.

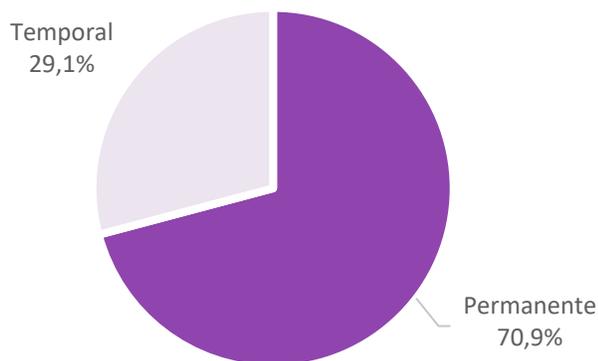
Gráfico 17: Grandes grupos ocupacionales requeridos en el país según número de vacantes y número de empresas que los solicitan

	N° de vacantes difíciles de llenar últimos 12 meses	N° de vacantes proyectadas para el 2021	N° de empresas con vacantes difíciles de llenar
Personal de comercio, ventas y servicios	915	1.600	176
Oficios	555	1.107	86
Ocupaciones elementales	454	1.305	73
Personal de oficina y administrativo	370	601	67
Operadores de planta y máquinas	333	486	72
Profesionales	145	177	38
Técnicos	145	282	36
Directores y Gerentes	17	34	9
Personal silvoagropecuario y pesquero	0	4	2
Total	2.934	5.596	403

Fuente: ENADEL 2020

4.1.1.1. Personal de comercio, ventas y servicios.

Gráfico 18: Distribución de tipo de contrato ofrecido a Personal de comercio, ventas y servicios, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

Para los puestos de trabajo del personal de comercio, ventas y servicios en la Región de O'Higgins, se estima que el 70,9% de éstos son de carácter permanente, mientras que un 29,1% de forma temporal (Gráfico 18)

Para el 48% de esta demanda laboral no se exige experiencia, mientras que un 41,9% de esta demanda es para puestos con dos años o menos de experiencia. Apenas un 9,9% exige sobre los tres años de experiencia (8% entre tres y cinco años más 1,9% sobre los cinco años, Gráfico 19).

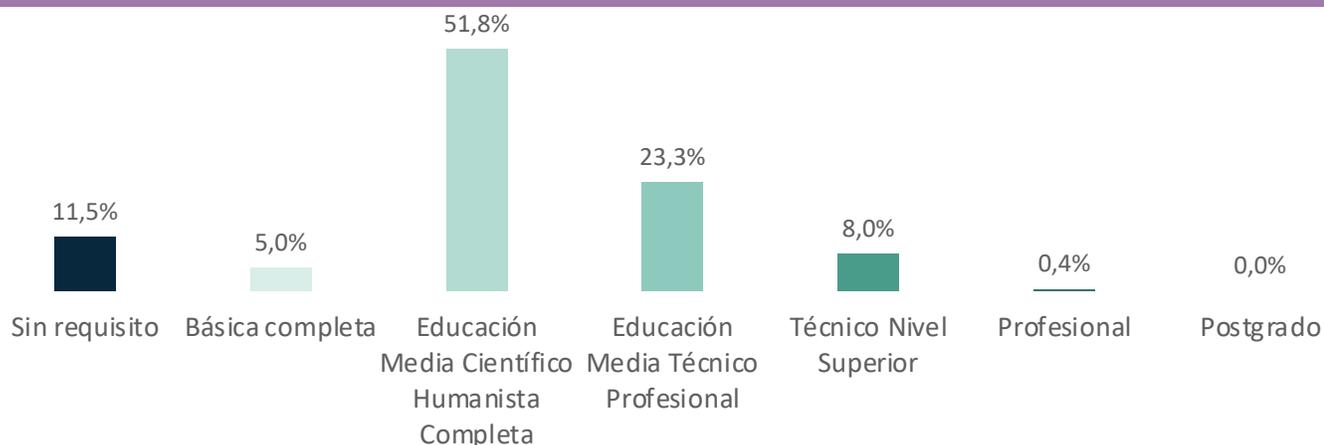
Por otra parte, el nivel educacional medio, es el más solicitado en esta ocupación. 51,8% de tales puestos están destinados a personas con educación científico humanista y un 23,3% a la educación técnico profesional. Ello se ajusta a la matriz del rubro, donde, como se mencionó, este nivel educativo tiene mayor presencia y hay una baja presencia de profesionales técnicos. Esta situación pareciera contraponerse al juicio de expertos sobre el aumento de puestos con capacidades técnicas en ventas durante la pandemia, mas se podría señalar que, en general, las empresas no estiman en su proyección a corto plazo la incorporación de este tipo de profesional o, al menos, no los identifican con un vendedor.

Gráfico 19: Distribución experiencia requerida a Personal de comercio, ventas y servicios, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 20: Distribución de nivel educacional requerido para Personal de comercio, ventas y servicios, a nivel nacional 2020



Al igual que a nivel total, en esta ocupación en particular se indica mayoritariamente la falta de experiencia (23%) y la falta de habilidades blandas (18%) como principales dificultades a la hora de llenar vacantes de empleo. El comercio, principalmente ventas, es un rubro que atrae mucho a la gente joven, incluso, como se indicó más arriba, muchos lo ven como un empleo de transición, entre el egreso de la enseñanza media y los estudios superiores.

Gráfico 21: Distribución de principales dificultades de contratación para Personal de comercio, ventas y servicios, a nivel nacional, 2020



Fuente: ENADEL 2020

El oficio mayormente demandado en este grupo ocupacional corresponde a los vendedores de tiendas, almacenes y puestos de mercado, quienes concentran un 59,1% de la demanda laboral para el año 2021. Muy por detrás le siguen vendedores asociados a eventos de entretenimiento (con una concentración del 19,7%) y los guardias de seguridad, con una concentración del 6,6%.

Tabla 2: Principales ocupaciones requeridas del Personal de comercio, ventas y servicios, a nivel nacional, 2020

Principales ocupaciones requeridas del gran grupo Personal de comercio, ventas y servicios	% del total de vacantes del gran grupo	
	Difíciles de llenar Últimos 12 meses	Proyectadas para el 2021
Vendedores y asistentes de venta de tiendas, almacenes y puestos de mercado	57,6%	59,1%
Vendedores de entradas (entretenciones y eventos deportivos) y cajeros de comercio	18,6%	19,7%
Guardias de seguridad	8,3%	6,6%
Bomberos de gasolineras	6,6%	6,3%
Vendedores por internet y otros medios de comunicación	1,4%	3,3%
Supervisores de locales comerciales, tiendas y almacenes	3,0%	2,6%
Representantes de ventas de puerta a puerta (venta a hogares)	3,9%	1,0%
Total	915	1.600

Fuente: ENADEL 2020

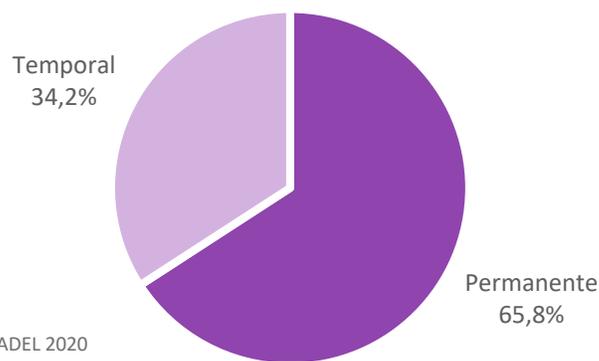
4.1.1.2 Ocupaciones elementales.

En el segundo grupo ocupacional más demandado en el rubro del comercio: las ocupaciones elementales (con ocupaciones como como auxiliares de aseo, obreros, cocineros de comida rápida, etcétera), se estima que el 65,8% de los puestos estimados para el presente año corresponden a trabajos permanentes, mientras que un 34,2% son de carácter temporal.

A su vez, el 74,3% apunta a personas sin experiencia previa, mientras que un 23,3% indica que exige una experiencia previa entre uno y dos años (Gráfico 23.).

Por otra parte, el nivel educativo más demandado en el presente año para las ocupaciones elementales, es la Educación Media Científico Humanista, con un 42,6%. Luego, el 31,2% de la demanda de ocupaciones elementales no exige requisito educativo alguno.

Gráfico 22: Distribución de tipo de contrato ofrecido a Ocupaciones elementales, a nivel nacional 2020



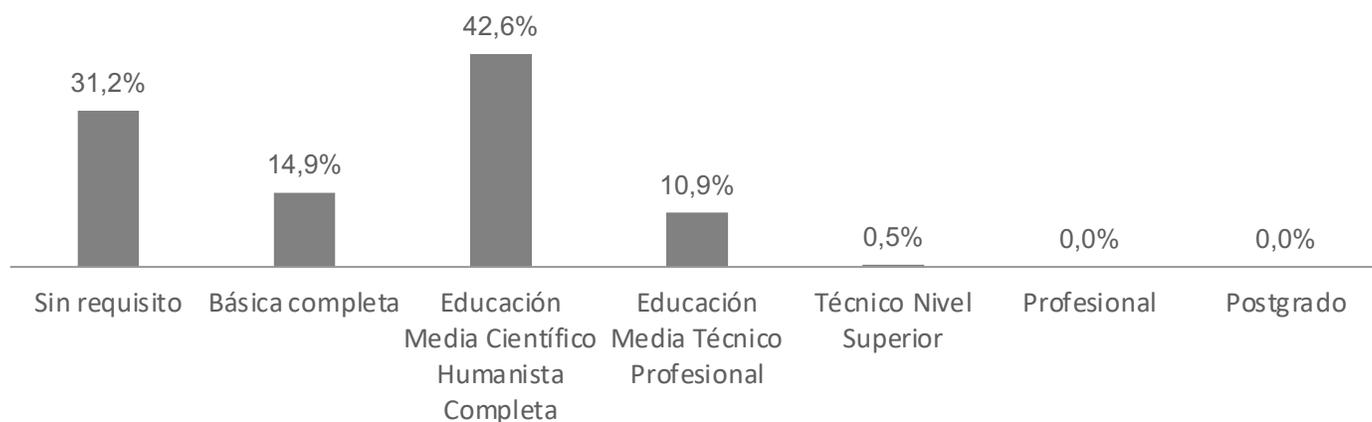
Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 23: Distribución experiencia requerida a Ocupaciones elementales, a nivel nacional 2020



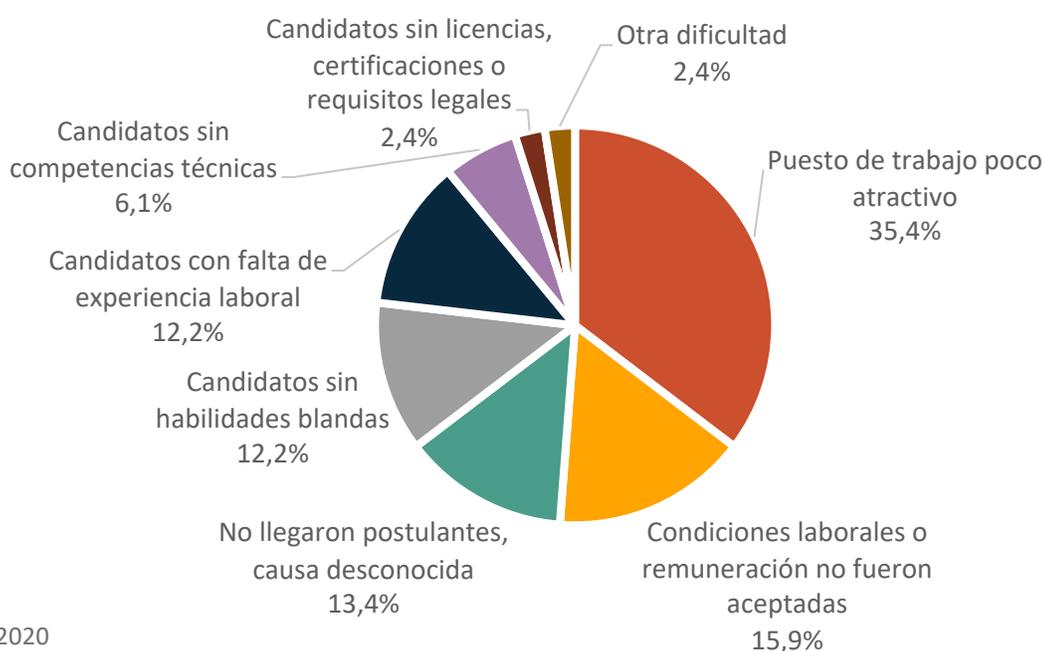
Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 24: Distribución de nivel educacional requerido para Ocupaciones elementales, a nivel nacional 2020



A nivel nacional, la dificultad más mencionada por las empresas para contratar este tipo de oficio es mayoritariamente por lo poco atractivo que resulta el puesto para los candidatos (35,4%) o que las condiciones de remuneración no fueron aceptadas (15,9%). Es decir, la principal dificultad del sector en la contratación de este tipo de profesionales pasa por las malas condiciones ofrecidas. Cabe señalar que tal situación es común en otros rubros para este grupo ocupacional.

Gráfico 25: Distribución de principales dificultades de contratación para Ocupaciones elementales, a nivel nacional, 2020



Fuente: ENADEL 2020

La mayor demanda proyectada de puestos dentro de este grupo ocupacional, se concentra en los obreros de carga (25,4%), obreros de explotaciones agrícolas (17,3%) y auxiliares de aseo (10,5%). La concordancia con las explotaciones agrícolas es otra señal de la asociación existente entre la actividad del Comercio y el rubro Silvoagropecuario en la región.

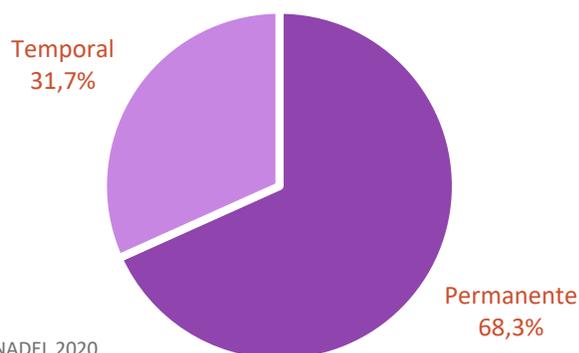
Tabla 3: Principales ocupaciones requeridas de Ocupaciones elementales, a nivel nacional, 2020

Principales ocupaciones requeridas del gran grupo Ocupaciones elementales	% del total de vacantes del gran grupo	
	Difíciles de llenar Últimos 12 meses	Proyectadas para el 2021
Obreros de carga	48,7%	25,4%
Obreros de explotaciones agrícolas	0,0%	17,3%
Auxiliares de aseo de oficinas, hoteles y otros establecimientos	12,1%	10,5%
Reponedores de estanterías	11,9%	9,0%
Empacadores manuales	1,5%	6,7%
Ayudantes de cocina	15,6%	5,7%
Limpiadores de vehículos	2,2%	2,4%
Mensajeros, estafetas, maleteros y repartidores de folletos y diarios a domicilio	1,8%	0,9%
Total	454	1.305

Fuente: ENADEL 2020

4.1.1.3. Oficios.

Gráfico 26: Distribución de tipo de contrato ofrecido a Oficios, a nivel nacional 2020



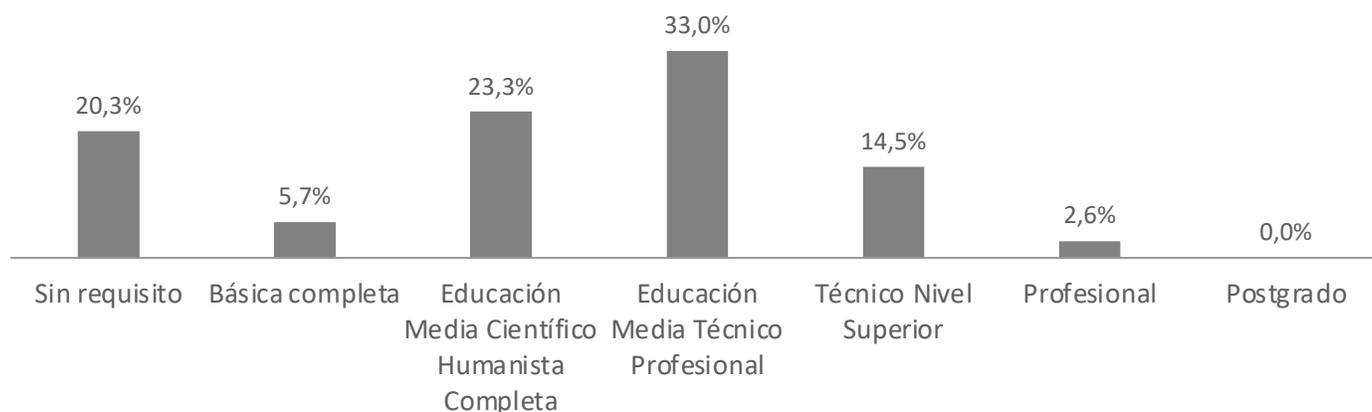
Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 27: Distribución experiencia requerida a Oficios, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 28: Distribución de nivel educacional requerido para Oficios, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

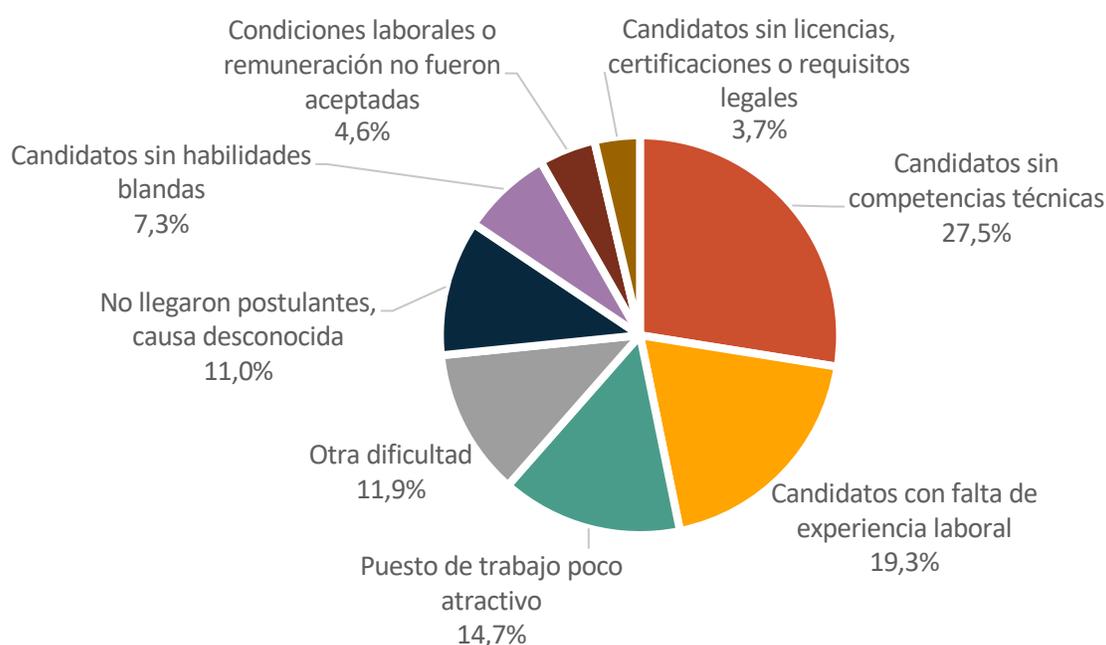
Para el grupo ocupacional Oficios, que agrupa entre muchas otras actividades a panaderos, albañiles, mecánicos, artesanos, etc., se ofrecen mayoritariamente puestos permanentes 68,3% (Gráfico 28).

Respecto a los niveles de experiencia requeridos prima los puestos para personas con entre uno y dos años (46,7), sin experiencia previa (25,6%) y con experiencia entre 3 a 5 años (22%). (Gráfico 29).

El nivel educativo más buscado para estos puestos es la educación técnico profesional (33%) y científico humanista (23,3%). A su vez, el 20,3% de estas ocupaciones no exige nivel educativo alguno. Nuevamente, los puestos para candidatos con capacidades técnicas son más bien acotados (Gráfico 28).

La principal dificultad para la contratación de Oficios señalada por las empresas, es la falta de competencias técnicas (27,5%) y la poca experiencia laboral (19,3%). Oficios agrupa ocupaciones directamente relacionadas con procesos productivos (mecánicos, panaderos, carniceros, etc.), lo que implica que las habilidades de los candidatos se miden en mayor medida con la experiencia laboral que estos posean y las capacidades técnicas para llevar a cabo la tarea. De hecho, el 33% de la demanda corresponde a educación técnico profesional.

Gráfico 29: Distribución de principales dificultades de contratación para Oficios, a nivel nacional, 2020



Fuente: ENADEL 2020

Dentro del grupo ocupacional de los oficios, el que concentra la mayor demanda proyectada corresponde a Carniceros y pescaderos (40,7%) seguidos muy de lejos por catadores, clasificadores y controladores de calidad con un 9,2%.

Tabla 4: Principales ocupaciones requeridas de Oficios, a nivel nacional, 2020

Principales ocupaciones requeridas del gran grupo Oficios	% del total de vacantes del gran grupo	
	Difíciles de llenar Últimos 12 meses	Proyectadas para el 2021
Carniceros y pescaderos	32,8%	40,7%
Catadores, clasificadores y controladores de calidad de alimentos y bebidas	2,7%	9,2%
Mecánicos y reparadores de vehículos de motor	10,6%	8,3%
Mecánicos y reparadores de máquinas agrícolas e industriales	0,5%	5,1%
Soldadores y oxicortadores	2,3%	4,7%
Mecánicos y ajustadores electricistas	4,7%	3,4%
Clasificadores, probadores de productos e inspectores de calidad (excluyendo alimentos y bebidas)	8,8%	2,7%
Panaderos, pasteleros y confiteros	6,3%	2,5%
Reguladores y operarios de máquinas herramientas	1,6%	1,1%
Chapistas y caldereros	2,2%	0,7%
Total	555	1.107

Fuente: ENADEL 2020

4.1.1.4. Personal de oficina y administrativo.

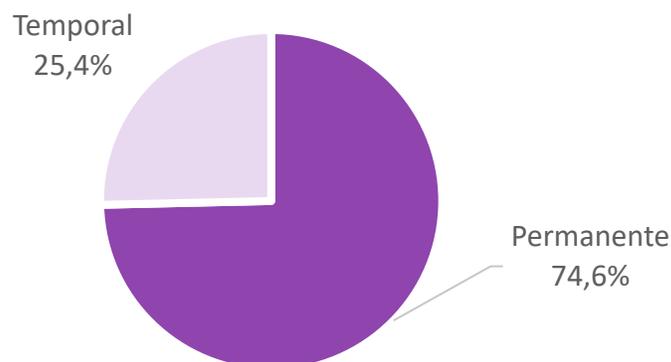
El 74,6% de los puestos proyectados para el presente año, al interior de este grupo, son de duración permanente, mientras que un 25,4% son temporales.

La experiencia más mencionada para estos puestos se encuentra entre uno y dos años (34,4%) o sin experiencia previa (34,4%). En contraste, un 11% apunta a personas con entre tres y cinco años de experiencia y sólo el 1,4% a personas sobre cinco años de experiencia (Gráfico 31).

La mayor parte de los puestos proyectados se orientan a personas con educación media científica humanista (34%) y técnico profesional (27,8%).

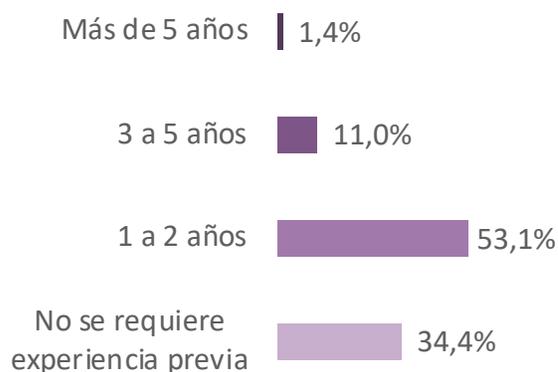
A diferencia de los grupos ya mencionados, para el caso de personal de oficina y administrativo, se abre un canal más amplio de entrada para los trabajadores con nivel técnico superior, llegando al 24,4%.

Gráfico 30: Distribución de tipo de contrato ofrecido a Personal de oficina y administrativo, a nivel nacional 2020



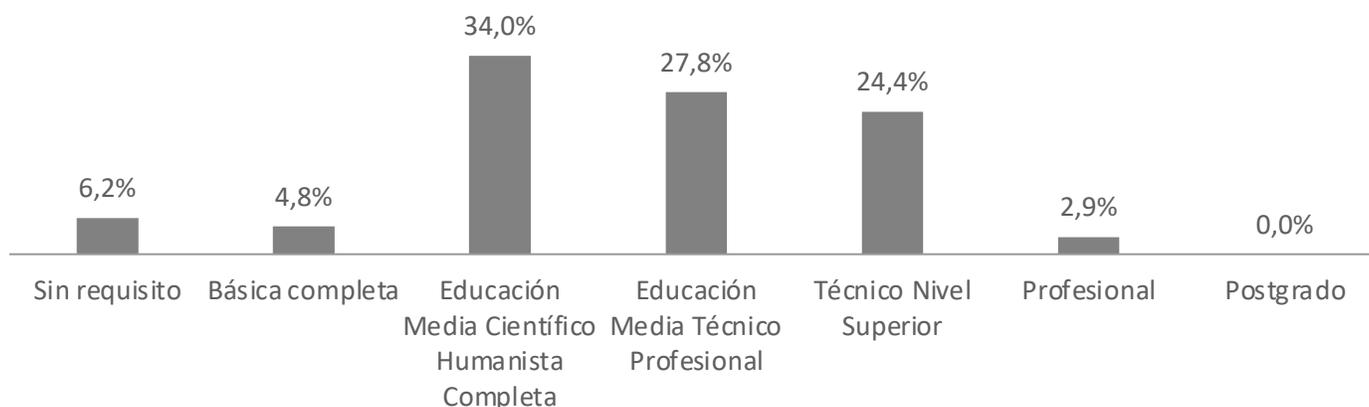
Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 31: Distribución experiencia requerida a Personal de oficina y administrativo, a nivel nacional 2020



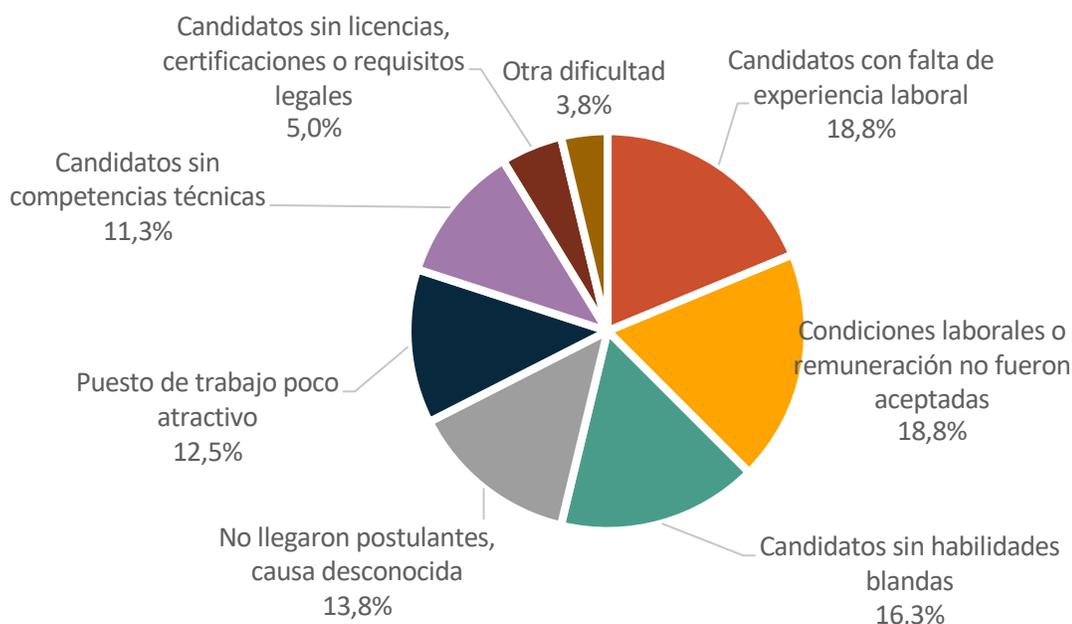
Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 32: Distribución de nivel educacional requerido para Personal de oficina y administrativo, a nivel nacional 2020



Las dificultades de contratación para este grupo son más bien variadas, destacando la falta de experiencia de los candidatos (18,8%), las condiciones de remuneración no aceptadas (18,8%) y los candidatos sin habilidades blandas (16,3%). En otras palabras, no existen trabas provenientes de una situación estructural, sino que, más bien, estas remiten a un factor circunstancial.

Gráfico 33: Distribución de principales dificultades de contratación para Personal de oficina y administrativo, a nivel nacional, 2020



Fuente: ENADEL 2020

Dentro de la demanda de puestos de trabajo para este grupo, los empleados encargados del control de abastecimiento e inventario, concentran el 68,9% de la proyección. Considerando las señales del año anterior, este puesto es donde se abre la mayor demanda por profesionales con preparación técnica, a la luz de la situación pandémica. Muy por detrás queda el requerimiento por tareas administrativas generales (12,5%) y empleados de informaciones, reclamos o sugerencias (4,5%).

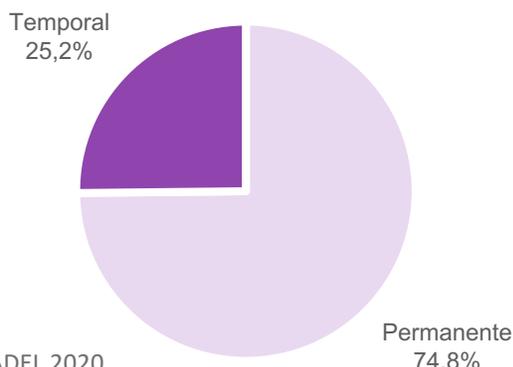
Tabla 5: Principales ocupaciones requeridas del Personal de oficina y administrativo, a nivel nacional, 2020

Principales ocupaciones requeridas del gran grupo Personal de oficina y administrativo	% del total de vacantes del gran grupo	
	Difíciles de llenar Últimos 12 meses	Proyectadas para el 2021
Empleados encargados del control de abastecimiento e inventario	80,5%	68,9%
Trabajadores de tareas administrativas generales	5,1%	12,5%
Empleados de informaciones, reclamos o sugerencias	0,3%	4,5%
Recepcionistas (funciones generales)	1,1%	2,0%
Auxiliares y ayudantes de registros de contabilidad y cálculo de costos	4,3%	2,0%
Digitadores de datos	1,9%	1,8%
Cobradores	0,8%	1,3%
Empleados encargados de las nóminas o registros de remuneraciones	0,5%	1,0%
Total	370	601

Fuente: ENADEL 2020

4.1.1.5. Operadores de planta y máquinas.

Gráfico 34: Distribución de tipo de contrato ofrecido a Operadores de planta y máquinas, a nivel nacional 2020

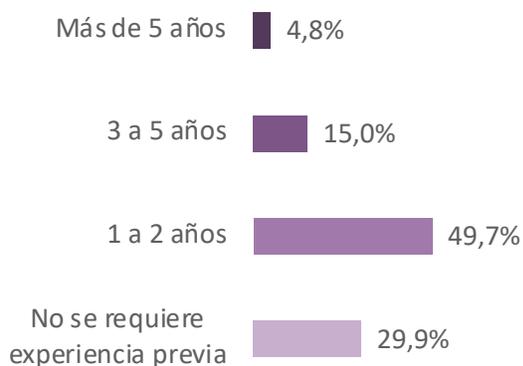


Fuente: ENADEL 2020

Para las ocupaciones de operadores de planta y máquinas en el rubro, en la Región de O'Higgins el 74,8% de los puestos proyectados para este año son de calidad permanente, y un 25,2% obedecen a puestos temporales..

La experiencia solicitada es entre uno o dos años (49,7%) o sin experiencia (29,9%). Sólo un 15% de estos puestos apuntan a personas con entre tres a cinco años y un 4,8% a personas sobre los cinco años de experiencia en este puesto de trabajo (Gráfico 34)

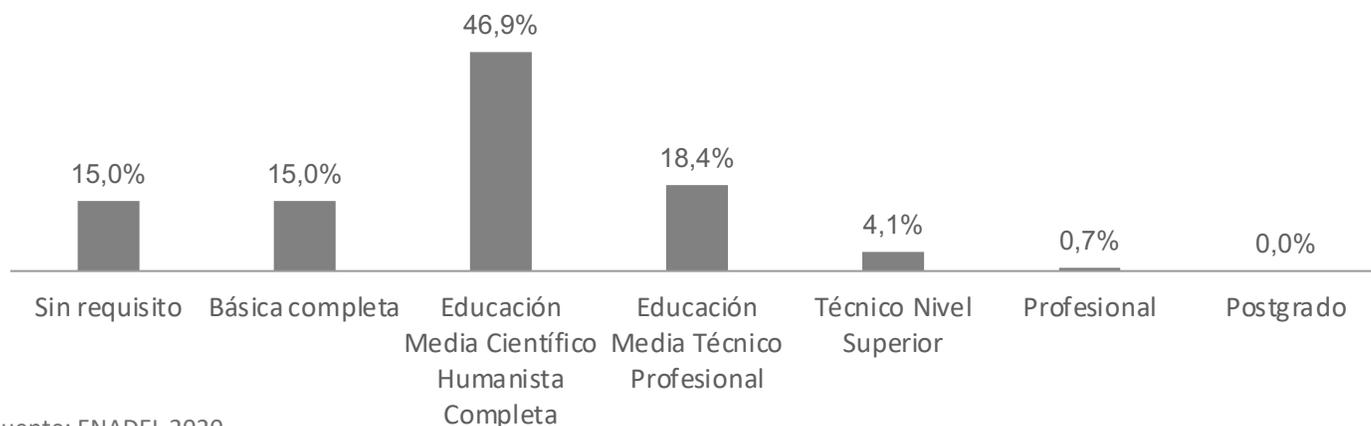
Gráfico 35: Distribución experiencia requerida a Operadores de planta y máquinas, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

El 46,9% de estos empleos se enfoca a personas con educación media científico humanista, mientras que un 18,4% lo hace a personas con educación técnico profesional. Nuevamente, se trata de un grupo de oficios en los que no se requiere de profesionales con mayor capacidad técnica.

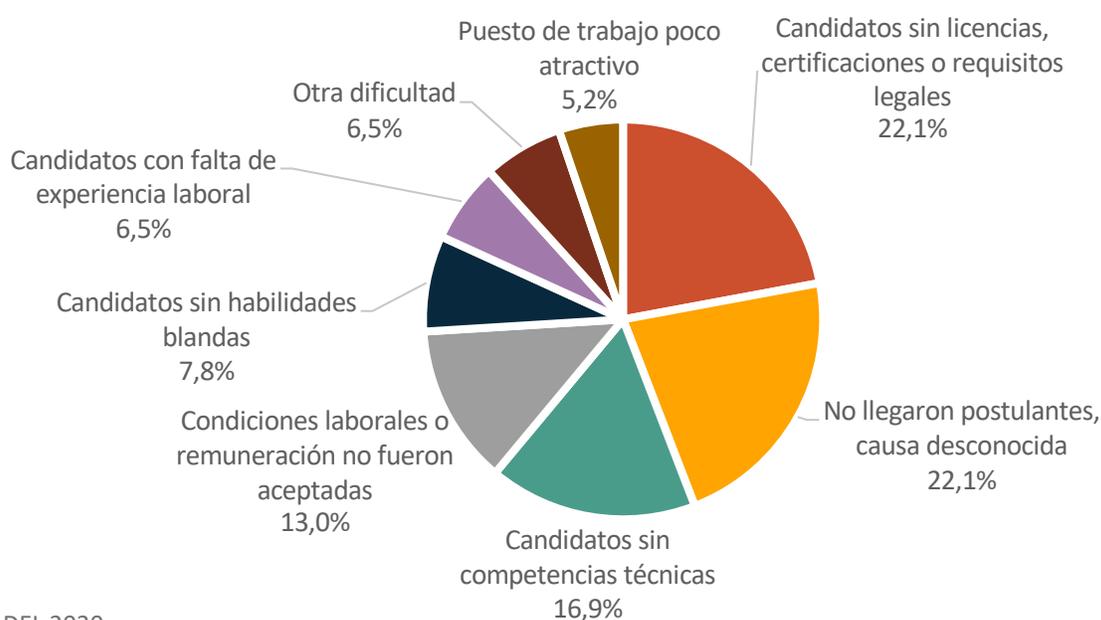
Gráfico 36: Distribución de nivel educacional requerido para Operadores de planta y máquinas, a nivel nacional 2020



Fuente: ENADEL 2020

Las principales dificultades señalada por las empresas a la hora de contratar puestos para estos trabajos es la falta de certificaciones o la no llegada de postulantes (ambos con un 22,1% de las menciones), otro 16,9% apunta a las capacidades técnicas (a nivel experiencial, no educativo). En este oficio surge una situación que ha sido señalada no solo por empresas del Comercio durante el año pasado: la falta de postulantes.

Gráfico 37: Distribución de principales dificultades de contratación para Operadores de planta y máquinas, a nivel nacional, 2020



Fuente: ENADEL 2020

El oficio más demandado dentro de este grupo ocupacional son los operadores de máquinas para la elaboración de alimentos (50,4%), conductores de automóviles, taxis o camionetas (12,3%) y conductores de camiones pesados (12,1%). Es decir, oficios asociados al proceso productivo y a la logística relacionada, evidenciándose el efecto de la pandemia en esta etapa del proceso de venta.

Tabla 6: Principales ocupaciones requeridas de Operadores de planta y máquinas, a nivel nacional, 2020

Principales ocupaciones requeridas del gran grupo Operadores de planta y máquinas	% del total de vacantes del gran grupo	
	Difíciles de llenar Últimos 12 meses	Proyectadas para el 2021
Operadores de máquinas para elaborar alimentos, bebidas y cigarrillos	41,1%	50,4%
Conductores de automóviles, taxis y camionetas	13,2%	12,3%
Conductores de camiones pesados y de alto tonelaje	21,9%	12,1%
Operadores de autoelevadoras y montacargas	7,8%	6,4%
Operadores de maquinaria agrícola y forestal móvil	1,2%	3,7%
Operadores de instalaciones de procesamiento de la madera	3,0%	3,3%
Operadores de grúas y aparatos elevadores	3,9%	2,5%
Total	333	486

Fuente: ENADEL 2020

4.1.2. Análisis de ocupaciones escasas.

Las principales dificultades para la contratación en el Comercio están dadas por la falta de competencias y habilidades técnicas, la falta de experiencia laboral, luego la falta de interés en el tipo de trabajo, siendo los que presentan mayor dificultad para la contratación en el sector comercio los siguientes:

Personal de ventas, comercio y servicios.

El mayor déficit está dado por vendedores y asistentes de ventas de tiendas, almacenes y puestos de mercado. La principal dificultad que se encuentra para la contratación es la falta de experiencia y habilidades blandas. Lo que está en sintonía con lo que detectan los líderes sectoriales de la Región de O'Higgins, quienes indican que, si bien en el último año han podido contar con personal suficiente para los trabajos de venta, observan un déficit en las habilidades necesarias para la atención al público y también en la experiencia requerida para toda la gestión de venta.

Oficios elementales.

El mayor déficit está dado por obreros de carga. Las principales dificultades para la contratación remiten a puestos de trabajo poco atractivos y con condiciones laborales o de remuneración no aceptadas. Lo anterior está en sintonía con lo que identifican los líderes regionales, en torno al desinterés general que existe entre los/as trabajadores/as por puestos simples y que requieren gran esfuerzo físico, asociado también a un tema de estatus laboral por las malas condiciones en que se realiza la actividad.

Oficios.

El mayor déficit, por lejos, está dado por los Carniceros y pescaderos. Las principales dificultades para la contratación encontradas son las competencias técnicas y la experiencia. Si bien en la región los líderes sectoriales no se refieren específicamente a este oficio, es posible suponer que, por su carácter tradicional, quienes lo realizan no necesariamente están formados en las competencias asociadas a los aspectos sanitarios que se demandan en la actualidad. Además, por esta misma razón, muchos de quienes tratan de entrar por primera vez a este trabajo, no adquieren tan rápidamente la experiencia necesaria.

Personal de oficina y administrativo.

La mayor dificultad está dada en los puestos de Encargados del control de abastecimiento e inventario, encontrándose entre las principales dificultades la falta de experiencia laboral, así como que las condiciones laborales o remuneraciones no fueron aceptadas. En la región, los líderes sectoriales, si bien consideran que se observa falta de experiencia para este tipo de trabajos, sostienen además que, pese a existir una importante oferta de carreras de liceos técnicos en áreas de administración, quienes egresan no sólo carecen de experiencia, sino también de competencias técnicas que el sector requiere.

Operadores de planta o maquinas.

El mayor déficit se encontró en Operadores de máquina para elaboración de alimentos, seguidos de conductores de camiones pesados y de alto tonelaje, donde la principal dificultad se asocia a la falta de certificaciones y licencias, como a que efectivamente no llegan candidatos a los llamados a concurso

En la región, este tipo puestos son altamente requeridos en el sector silvoagropecuario y minería, rubros que pudieran tener mayores remuneraciones (sobre todo minería), captando primero a los candidatos que cuentan con los requisitos. Este tipo de empleos, sobre todo en lo relacionado con la obtención de licencias requeridas, presentan un déficit importante para el que se debiera reforzar la oferta regional de capacitación.

En general, más allá de las competencias técnicas y la experiencia, los líderes sectoriales de la región identifican la necesidad de una mayor formación para el trabajo, donde se deben fortalecer las capacidades complementarias a lo técnico, como el trabajo en equipo, el autocuidado, la responsabilidad, comunicación, etcétera.

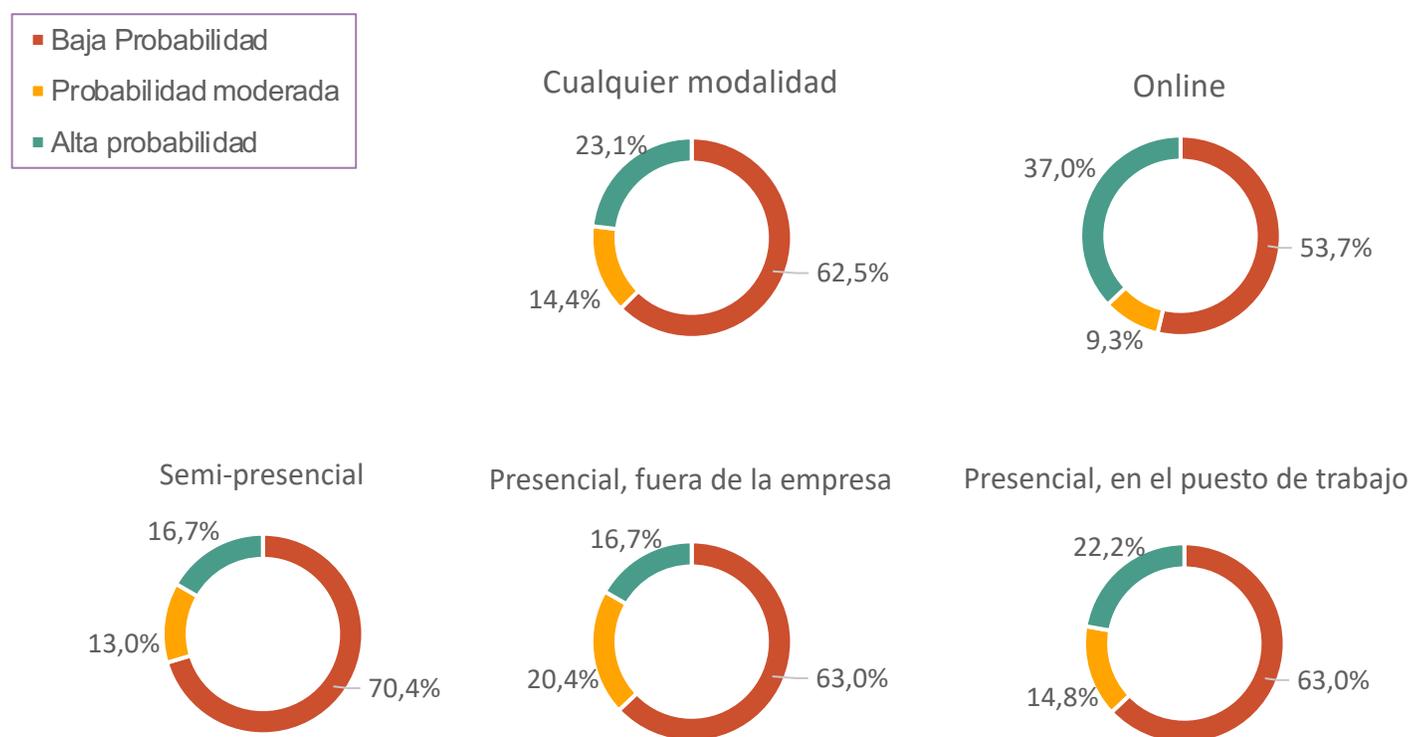
Por otra parte, quienes lideran el sector en la región, consideran necesario fortalecer el nexo con la oferta formativa, a fin de que ésta se encuentre acorde a las necesidades reales del mercado laboral, y no en base a formatos estandarizados.

4.2. Capacitación y uso de oferta pública

Las principales vías mediante las cuales las empresas de la región preferirían llevar a cabo capacitación para sus trabajadores corresponde a clases online (37% alta probabilidad y un 9,3% probabilidad moderada), presencial en el puesto mismo de trabajo (22,2% alta probabilidad y 14,8% probabilidad moderada).

Sin duda, la elección de ambas modalidades es reflejo de la situación de pandemia, que, de manera incipiente, ha dado paso al teletrabajo. Por otro lado, la inclinación de la modalidad presencial, considera la capacitación en el puesto mismo de trabajo por sobre la capacitación fuera de las oficinas de la empresa.

Gráfico 38: Probabilidad de capacitar trabajadores según modalidad de capacitación, 2020

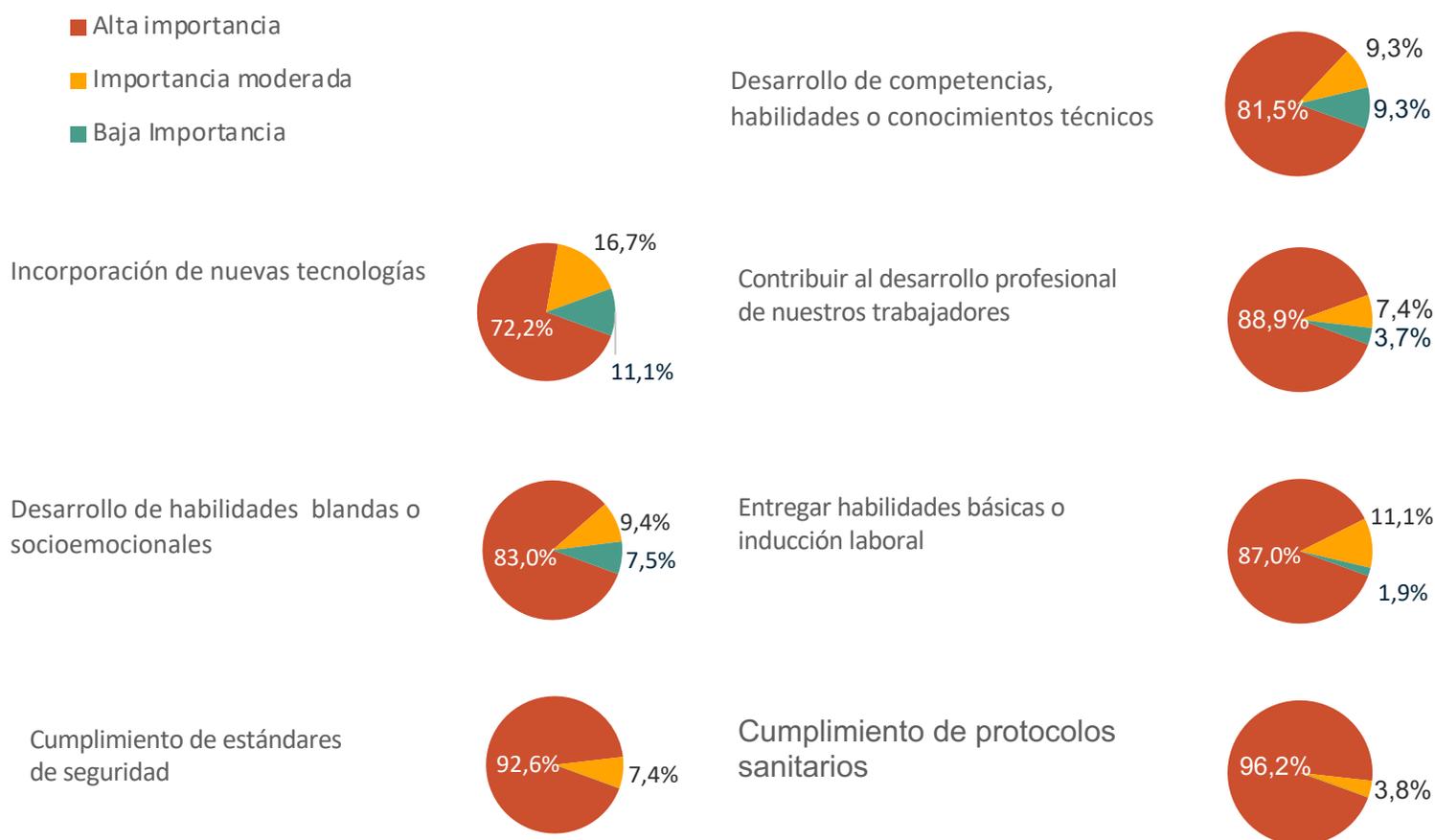


Fuente: ENADEL 2020

Por otra parte, existe una alta valoración de la importancia de capacitar, destacando el cumplimiento de estándares ante el Covid-19 (96,2%), cumplimiento de estándares de seguridad (92,6%), su contribución al desarrollo profesional (88,9%) y al desarrollo de habilidades blandas (83%). Como se mencionó, la demanda específica en términos de capacitación señalada por los expertos del sector se enfoca a tareas de contabilidad, marketing digital y venta online.

No obstante, más allá de esta valoración, los líderes de este sector estiman que hay una subutilización de los instrumentos de SENCE, por desconocimiento, pero también porque los Contadores no incentivan su uso. En el caso de los/as emprendedores/as, es más frecuente encontrar experiencias de capacitación a través de SERCOTEC.

Gráfico 39: Distribución de asignación de importancia según propósitos de capacitación, 2020

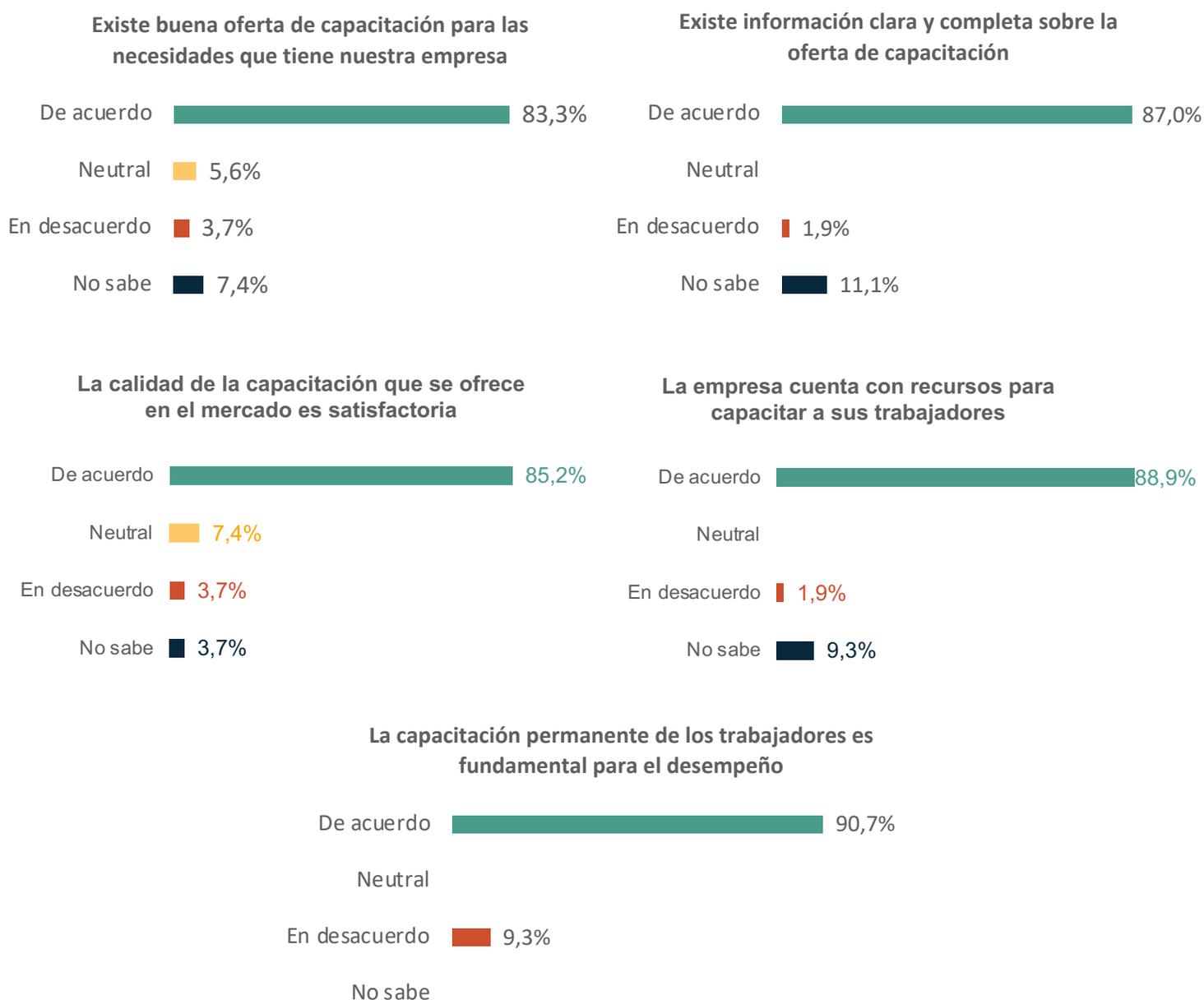


Fuente: ENADEL 2020

En línea con lo anteriormente señalado, existe un alto grado de acuerdo en relación con afirmaciones sobre la capacitación, destacando la relevancia de ésta en el desempeño de los trabajadores (90,7%), la disponibilidad de recursos (88,9%), la información disponible (87%), su calidad (85,2%) y su oferta (83,3%); no obstante, el acceso a estas herramientas es más bien limitado.

A su vez, contrasta la imagen de calidad de la capacitación entre líderes y empresas, siendo las segundas más proclives a su valoración positiva. En otras palabras, si bien se valora públicamente la capacitación, no se hace uso de ella, ya sea por recomendaciones de ciertos oficios o por falta de iniciativa y conocimiento.

Gráfico 40: Distribución de grados de acuerdo según afirmaciones sobre capacitación, 2020

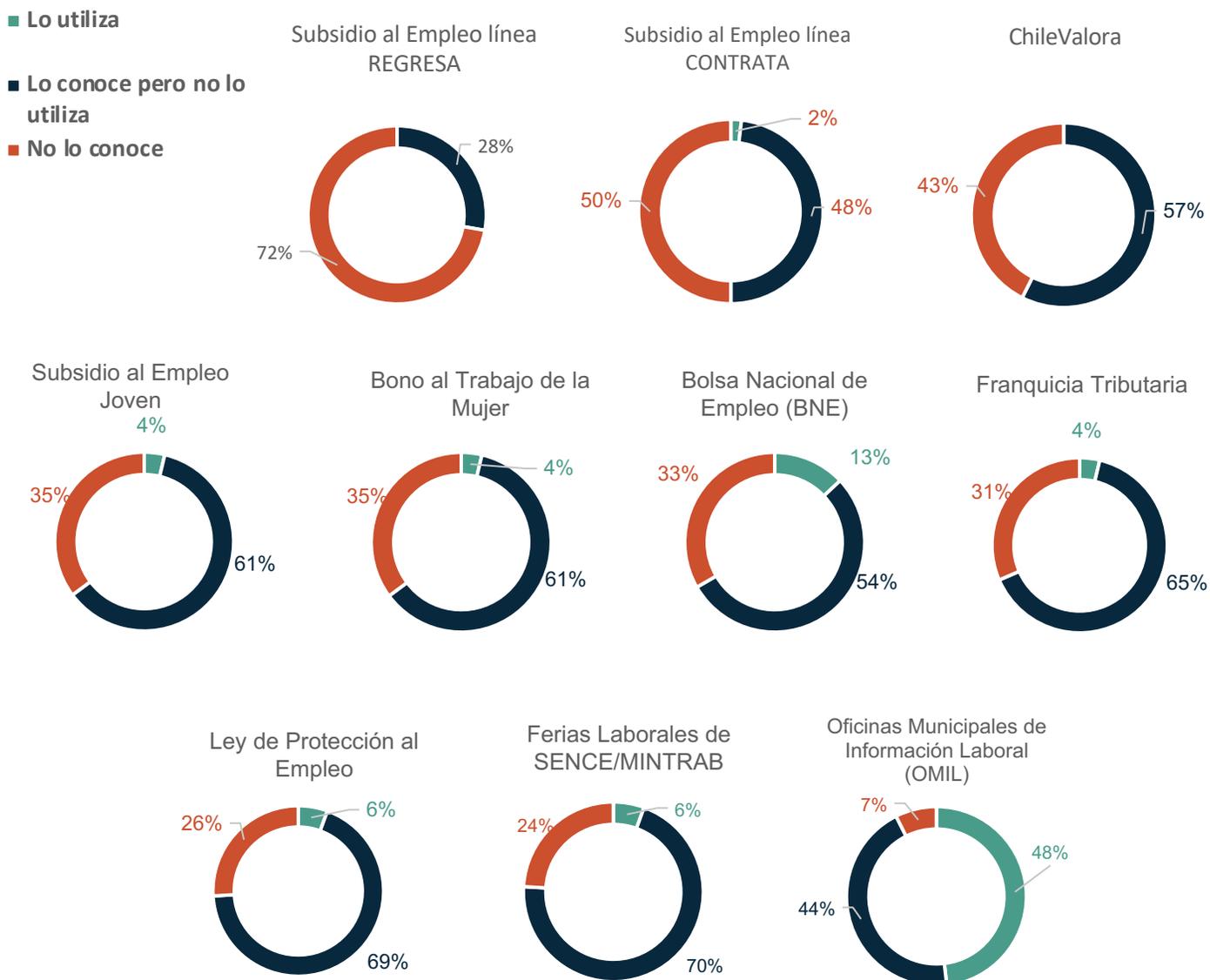


Fuente: ENADEL 2020

Por otra parte, hay un bajo conocimiento de los programas públicos específicos, siendo los más utilizados las OMIL (48,1%). Como se mencionó en la sección que presenta las reflexiones de líderes del sector, la baja utilización de los programas y servicios públicos, es un fenómeno transversal sector. En ella se conjugan desconfianza y, principalmente, desconocimiento ante la oferta de programas de formación.

Aquello, es reflejo de la concentración de demanda laboral en puestos de trabajo que no requieren muchas capacidades técnicas y con alto nivel de estacionalidad, lo que pone a la capacitación por sobre las necesidades específicas del rubro. Si bien se vislumbra la necesidad de contar con profesionales capaces de hacer frente a las nuevas necesidades que trajo el fenómeno de la pandemia (vinculadas a la digitalización y el trabajo a distancia), el énfasis pareciera estar puesto en la búsqueda de nuevos empleados y no en la capacitación de la actual dotación.

Gráfico 41: Distribución de nivel de conocimiento y uso de programas y servicios públicos, 2020



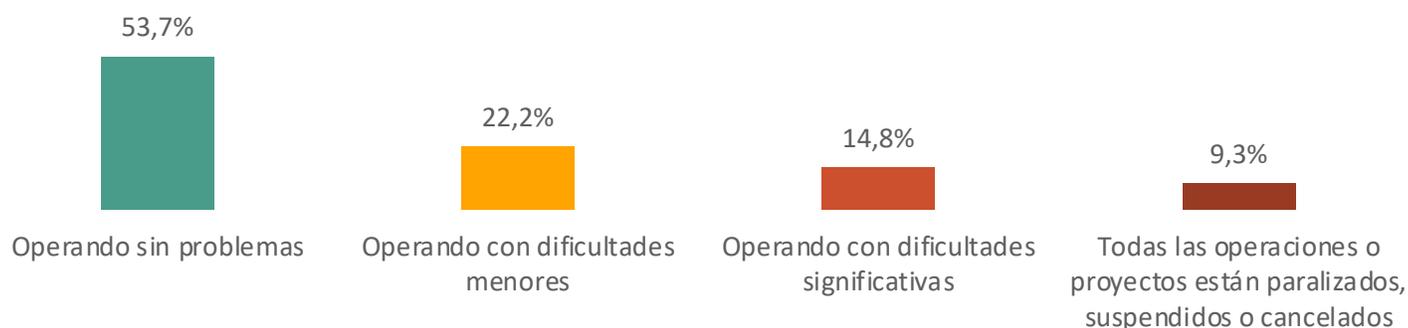
Fuente: ENADEL 2020

4.3. Situación de las empresas en crisis sanitaria

El 53,7% de las empresas de la región señalaron estar operando sin dificultades durante el levantamiento de información del presente estudio. Por su parte, el 22,2% señaló tener dificultades menores, un 14,3% dificultades significativas y un 9,3% indica estar paralizado.

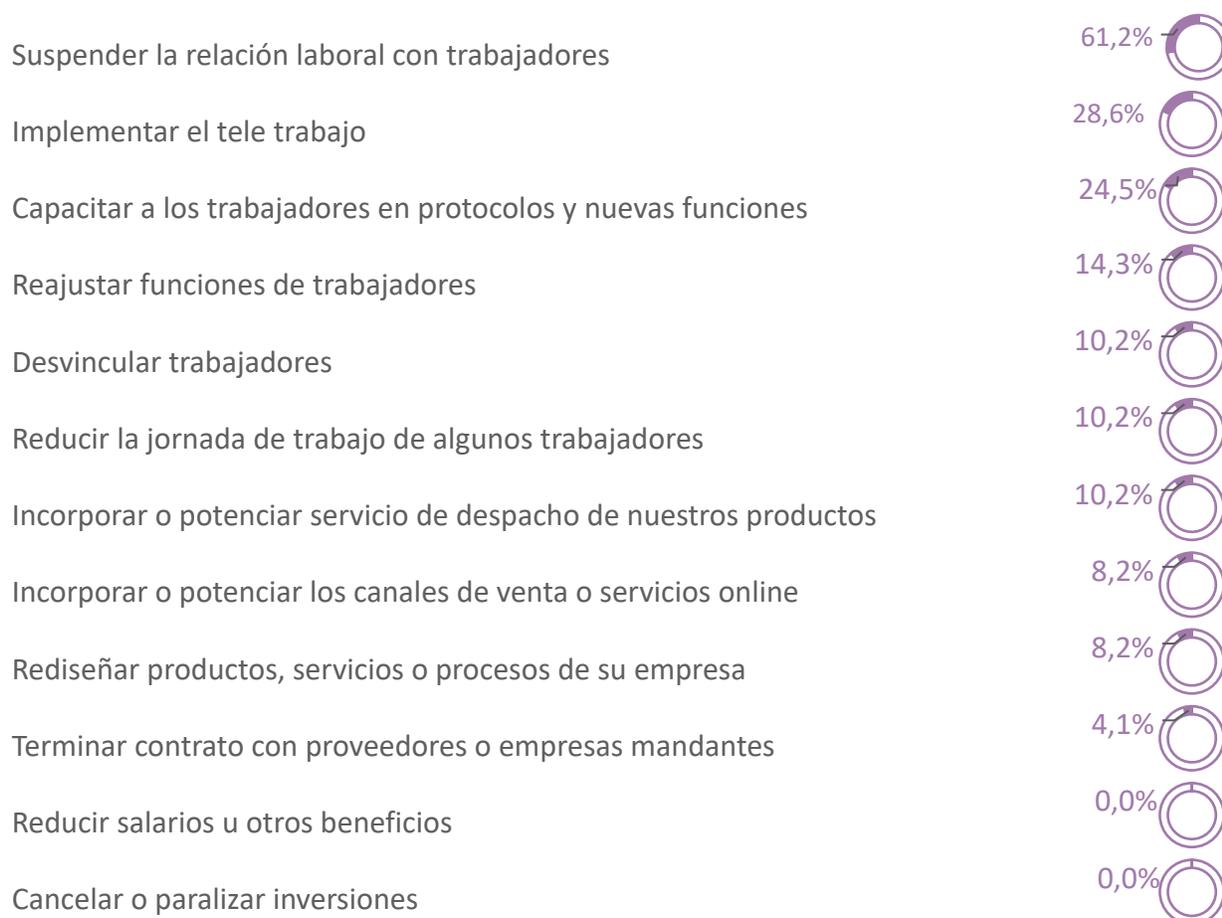
La medida de implementación mayormente considerada por las empresas del Comercio en la región es la suspensión de contrato (61,2%) y el teletrabajo (28,6%).

Gráfico 42: Distribución de situación operacional de las empresas, 2020



Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 43: Porcentaje de empresas según implementación de medidas sanitarias, 2020



Fuente: ENADEL 2020

Gráfico 44: Distribución de empresas según nivel de implementación de protocolos sanitarios, 2020

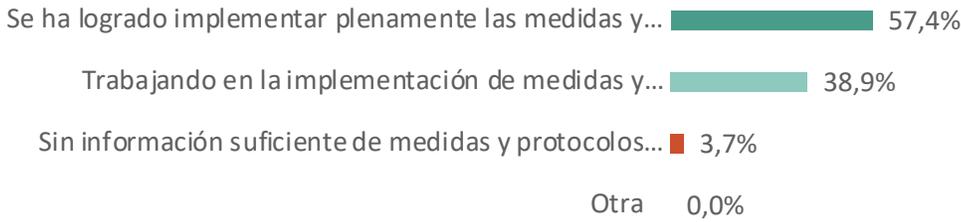
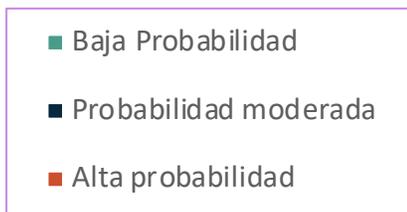


Gráfico 45: Distribución de empresas según probabilidad ocurrencia de eventos en 2021



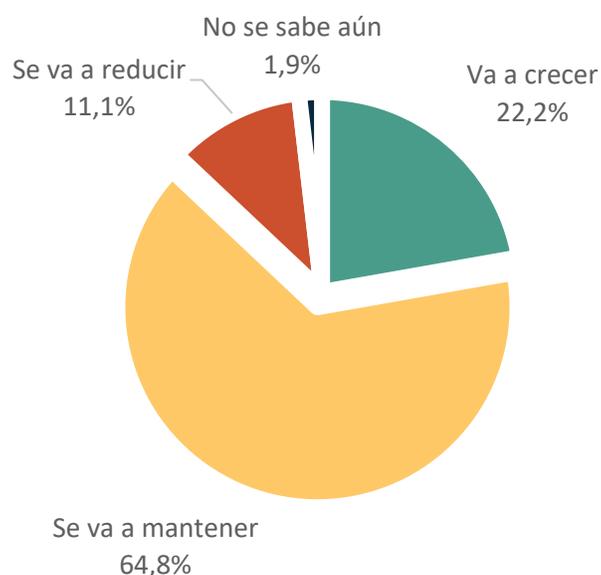
Fuente: ENADEL 2020

Respecto a las medidas tomadas por estas empresas para enfrentar la pandemia, el 57,4% señaló ya estar aplicando tales medidas, mientras que un 38,9% indicó estar trabajando para su implementación. Las principales medidas que se consideraron a corto plazo son: implementar y ejecutar las medidas de seguridad por pandemia (46,3%), retomar operaciones (37%) y cambios en su modelo de negocio (25,9%).

Proyectando hacia el presente año, el 64,8% de las empresas del comercio de la región indicó que su planta se mantendría, un 22,2% que crecería y un 11,1% proyecta su reducción.

Cualitativamente, los líderes de este sector señalan que el año 2021 supondrá la necesidad de realizar ajustes a su estrategia de ventas para hacer frente a la pandemia, cuestión que se relaciona con adaptaciones sostenidas en estrategias de marketing y venta digitales. En tanto se ve con incertidumbre la posibilidad de volver a operar durante el 2021, de la misma forma que se hacía previo a la crisis sanitaria.

Gráfico 46: Distribución empresas en proyección de dotación de trabajadores para el 2021



5

Síntesis resultados

Síntesis resultados

Siendo uno de los rubros con mayor concentración de trabajadores en la Región de O'Higgins, el Comercio es también el sector económico con los promedios de ingresos más bajos en la región. Así, las 75.277 personas ocupadas en el comercio, tienen un ingreso líquido mensual promedio de \$348.608.

En el sector, la brecha salarial de género es mayor en los percentiles que agrupan a las personas de menores ingresos. Así, se transita de un 40,5% de brecha en el percentil de menor ingresos, a una brecha de 28,6% para el segundo percentil, y de un 15,9% para el percentil de los ingresos más altos en el rubro.

Tal situación surge en el contexto de la figura del vendedor como oficio mayormente demandado por este sector, seguida por ocupaciones elementales y oficios, ambos históricamente asociados a bajos ingresos.

Las exigencias técnicas son mínimas (y los procesos de reclutamiento simples) y se trata de un rubro con menor compromiso temporal que el que supone el trabajo agrícola (de alta presencia en la región), lo que atrae principalmente a los segmentos más jóvenes, que ven en ella un trabajo transitorio con miras a la educación superior.

Esto ha llevado a un 47% de las empresas del sector a declarar que una de las principales dificultades para la contratación sea la falta de experiencia laboral.

Por otra parte, el sector supone la oportunidad del autoempleo y la posibilidad de ascenso en las condiciones de vida de personas adultas asociadas al sector por décadas.

75.277

Personas ocupadas en el Comercio

20%

de los/as trabajadores/as de la región

En la medida que **aumentan los salarios disminuye la brecha** de género

Los **jóvenes** que trabajan en el sector tienen las **expectativas** puestas en la **Educación Superior**

Falta de experiencia laboral como **dificultad** para la **contratación**

Síntesis resultados

En lo que a capacitaciones respecta, si bien se reconoce su valor, específicamente en lo que guarda relación con las funciones contables, de marketing digital y venta on-line, se advierte una escasa vinculación de los empresarios del rubro con las instituciones de educación, y una subutilización de los instrumentos de capacitación disponibles, principalmente a raíz del desconocimiento de los procedimientos para el uso de los recursos.

En cuanto a las consecuencias de la pandemia Covid-19 en las operaciones del sector, esta afectó de diversas maneras al rubro, siendo un amortiguador de este impacto la diversidad propia del Comercio, su vinculación a la venta de insumos básicos o esenciales y la reactivación del sector tras los retiros de los fondos provisiones de la población trabajadora.

Finalmente, el sector proyecta un escenario favorable en el futuro, aunque condicionado por ciertas amenazas, debilidades e incertidumbres propias del actual contexto sanitario y económico. Así, al mismo tiempo que gran parte de los actores empresariales, un 64,8%, indica que mantendrá su dotación, y un 57,4% ya activó los protocolos sanitarios correspondientes para la continuidad operativa, se vislumbra la necesidad de incluir nuevas estrategias de ventas y digitalización de las empresas como medidas para la sostenibilidad del negocio.

Marketing Digital

se valora la **capacitación** y se promueve en materia de

Contabilidad

Venta online

consecuencias

COVID-19

operaciones suspendidas

9,3%

53,7%

opera sin problemas

22,2%

proyecta que su **dotación** **crecerá** el año **2021**