

ÍNDICE DE ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA EN EL COMERCIO MINORISTA, HOTELES Y RESTAURANTES – ENERO 2025

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

El índice se elabora en base a una encuesta a 505 empresa en Gran Santiago, **realizada a principios de cada semestre** y agrupándolas en cuatro subsectores:

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

Principales resultados y comentarios:

La adaptación tecnológica en el comercio y el turismo se ha convertido en un factor clave para la competitividad y el crecimiento en un mercado cada vez más digitalizado.

Los resultados del Índice de Adaptación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes para el inicio del primer semestre de 2025 reflejan una evolución positiva en la incorporación de tecnología, tanto física como digital, en los distintos sectores analizados. Si bien el índice ha mostrado un crecimiento sostenido, aún persisten brechas importantes entre empresas de distinto tamaño y rubro, lo que sugiere la necesidad de estrategias más inclusivas para garantizar que la digitalización beneficie a todo el ecosistema comercial.

La creciente adopción de tecnologías como el comercio electrónico, plataformas de reservas en línea, sistemas de gestión de inventarios automatizados y el uso de aplicaciones móviles refleja la consolidación de una transformación digital que no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también optimiza la experiencia del cliente.

A pesar del avance general, las grandes empresas siguen liderando la implementación tecnológica debido a mayores recursos y capacidades, mientras que las micro y pequeñas empresas enfrentan desafíos en acceso a financiamiento, capacitación y soporte técnico. La reducción de estas brechas requerirá políticas públicas y programas de apoyo específicos.

El uso de múltiples canales de venta e interacción con los clientes continúa creciendo. La integración de estrategias omnicanal—que combinan tiendas físicas, comercio electrónico y redes sociales—se

vuelve fundamental para mejorar la competitividad de las empresas, especialmente en el sector minorista y de restaurantes.

Aunque aún incipiente en algunos sectores, la inteligencia artificial (IA) y la automatización están ganando terreno. Herramientas como chatbots para servicio al cliente, sistemas de recomendación personalizada y tecnología de "scan and go" (autopago) están empezando a ser más utilizadas, especialmente en grandes empresas y supermercados.

Si bien el índice muestra un leve aumento en capacitaciones tecnológicas, sigue siendo un desafío clave la formación de los trabajadores en habilidades digitales. La necesidad de actualizar conocimientos en software de gestión, analítica de datos y herramientas de automatización será crucial para que las empresas logren una transformación digital efectiva.

Se espera que la inversión en tecnologías físicas y digitales continúe en ascenso. La clave para una transformación exitosa será la combinación de estas herramientas con estrategias que consideren la realidad de cada tipo de empresa y sector.

RESULTADOS

El Índice de Adaptación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes alcanzó los 13,1 puntos en enero de este año, nivel superior al neutro (escala de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro, sobre cero implica avances en materia tecnológica y bajo cero implica retroceso) y levemente superior al resultado de julio 2024 (9,2).

Los mayores avances por sector se ven en Tiendas por Departamento y Supermercados y en el rubro de Restaurantes y Hoteles. Por tamaño de empresa, siguen destacando las de mayor tamaño con mayores niveles de adaptación tecnológica, sin embargo, disminuye levemente la brecha con las de menor tamaño. A su vez, se ve un avance en las micro, pequeñas y grandes mientras que las medianas retroceden levemente, en parte por el mayor impulso que habían registrado en el período anterior.

Situación actual

El índice da cuenta de que cerca de un 50,9% de las empresas se califica en un nivel de adaptación tecnológica alto, mayor al 42% reportado en julio del año pasado, mientras que un 26,0% lo califica como bajo. Según tamaño de empresa se ve un cambio frente a pedidos anteriores, destacando las pequeñas y medianas, donde 59,3% y 63,7% respectivamente consideran que tienen un nivel alto, por sobre las grandes. Por el contrario, se ve que a menor tamaño de empresa aumenta el porcentaje que considera que su nivel es bajo.

La gran mayoría (63,4%) considera que la tecnología ha tenido un positivo impacto en su empresa, aumentando en las más grandes y alcanzado un 100% en las Tiendas por Departamento y Supermercados.

Un 28,9% de las empresas dispuso de más tecnologías durante el segundo semestre de 2024 al comparar con el semestre anterior, destacando Comprar Venta de Automóviles y Tiendas por departamento y Supermercados. Un 37,8% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, como uso de aplicaciones (apps), venta en línea o agendamiento.

Según tamaño de empresa, se evidencia que a mayor tamaño aumenta el porcentaje de empresas que incrementaron el apoyo tecnológico en el segundo semestre del año pasado, alcanzando un 23,7% en las microempresas y un 43% en las grandes. Sin embargo, en cuanto al aumentó en el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, destacan las medianas, donde un 52,3% de estas reportan avances versus 35% en las microempresas.

Respecto a los puestos de trabajo relacionados con tecnología, un 82,6% de los encuestados dijo que no hubo variaciones durante la segunda mitad del año pasado, diferenciándose Tiendas por Departamento y Supermercados, donde poco más de un cuarto reportó aumentos y, según tamaño, las empresas más grandes reportan mayores contrataciones.

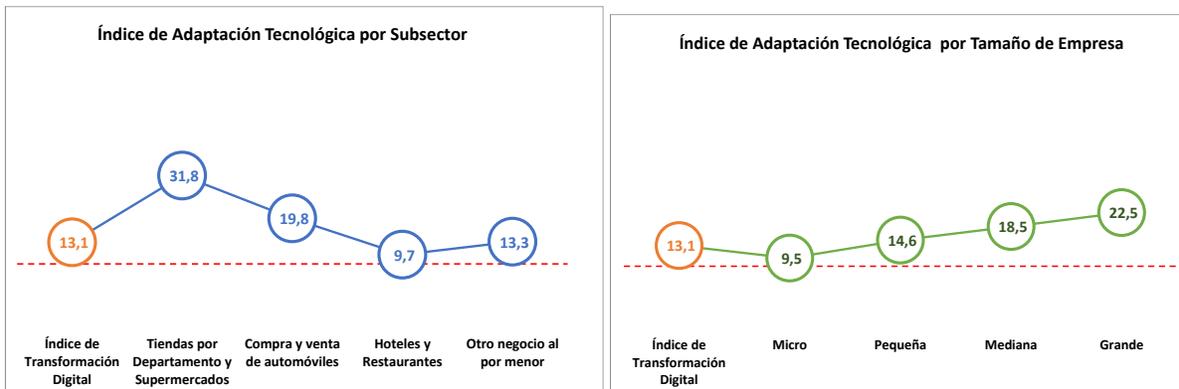
En cuanto a las capacitaciones en temas tecnológico a sus trabajadores la mayoría no tuvo grandes cambios durante el segundo semestre de 2024, un 73,9% de las empresas encuestadas no hizo cambios y un 18,2% reportó aumento en capacitaciones, porcentaje mayor a lo registrado en el período anterior, destacando Compra y Venta de Automóviles y Tiendas por departamento y Supermercados, con 34,9% y 28,6%. Por tamaño, destacan las grandes empresas, donde un 27,5% de estas reportaron incrementos en capacitaciones relacionadas a tecnología.

Visión a futuro

Hacia adelante, un 29% de las empresas encuestadas cree que aumentará sus niveles de tecnología física (robots, tótems automáticos, embalaje automático, etc.) durante este primer semestre, bastante superior a lo reportado en julio 2024 (13,2%), destacando las empresas grandes con una mayor disposición a adquirir estas tecnologías (40,1%). Por su parte, un 65,2% dice que mantendrá los niveles ya adquiridos.

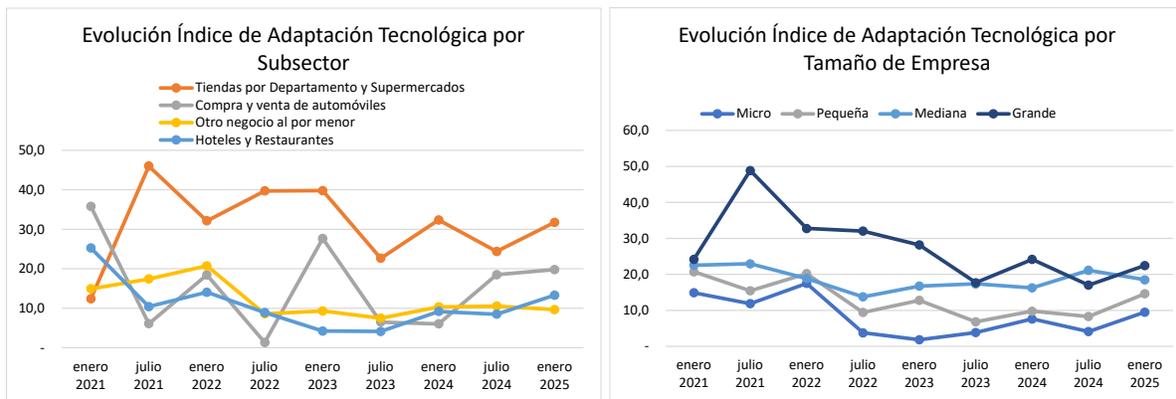
En cuanto a tecnologías digitales, como software de programación, chat bots, scan and go, automatización o tecnología de nube, entre otros, un 60% de las empresas no ven variaciones este semestre y un 37,5% anticipa aumentos, superior a lo reportado en julio 2024, destacando las grandes. A la vez, se evidencia un mayor interés de adquirir este tipo de tecnologías en las empresas de menor tamaño al comparar con mediciones anteriores.

Finalmente, aún no se ven fuertes efectos en el reemplazo de personal por tecnología, un 83,3% de las empresas encuestadas ven una baja probabilidad de reemplazo durante este semestre, en línea con lo marcado en mediciones anteriores. De las 505 empresas encuestadas solo un 4,4% ve una alta posibilidad de reemplazo y un 10,7% ve una posibilidad media, sin diferencias significativas según tamaño de empresa.



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

Fuente: Departamento de Estudios CNC

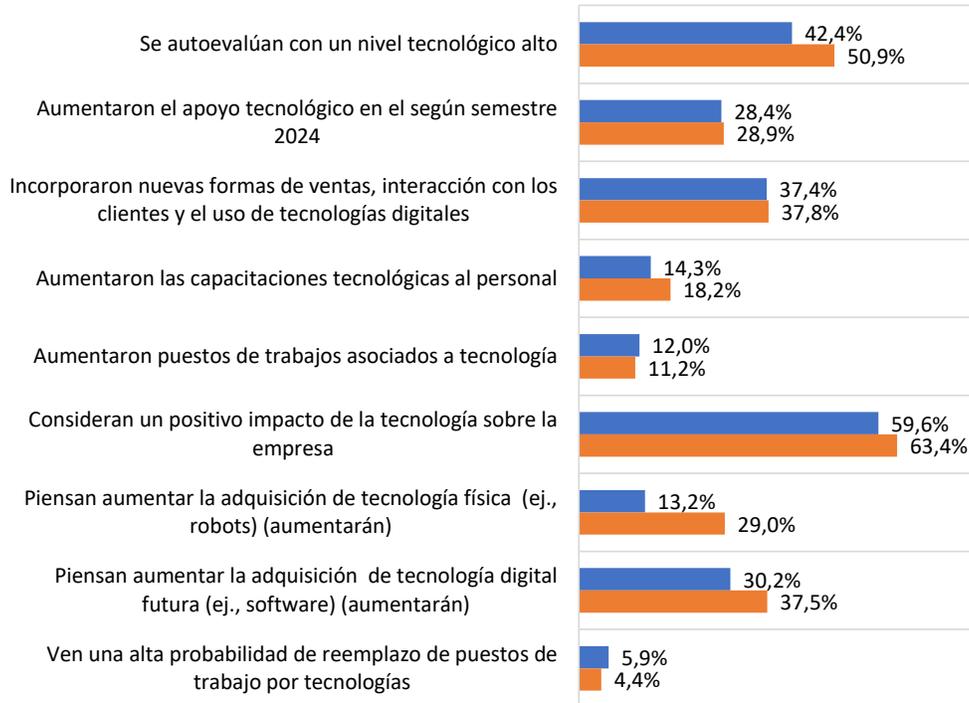


Escala de transformación tecnológica y digital de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Transformación Tecnológica CNC - Porcentaje de empresas que:

■ jul-24 ■ ene-25



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis por Subsectores

Según rubro, las **Tiendas por Departamento y Supermercados**, continúan mostrando un avance más rápido en la incorporación de tecnologías que el resto de los sectores analizados, alcanzando los 31,8 pts. en índice de adaptación tecnológica (escala de -100 a 100 pts. donde 0 implica nivel neutro, sobre cero implica avances en materia tecnológica y bajo cero implica retroceso), superior a lo marcado a inicios de la segunda mitad de 2024 y dando cuenta de un nivel de adaptación medio/alto. El 100% de las empresas de este grupo reconoce el positivo impacto de la tecnología. A su vez un 83,5% se autoevalúa con un alto nivel de incorporación tecnológica, tanto física como digital, en su quehacer diario y ninguna lo considera bajo. Por su parte, sobre un 40% aumentó el apoyo tecnológico en la segunda mitad del año pasado, un 26,4% incrementó puestos de trabajos asociados a temas tecnológicos y un 28,6% de estas empresas aumentaron sus capacitaciones a sus colaboradores en materia tecnológica. Hacia adelante un 57,1% cree que aumentará el apoyo de tecnología física y un 69,2% aumentará la tecnología digital en su empresa, superando ambos aspectos lo marcado en julio de 2024.

El sector de **Compra y Venta de Automóviles** alcanzó un índice los 19,8 pts., bastante en línea con lo registrado en el período anterior donde se evidenció una fuerte aceleración en la adopción tecnológica del sector frente a enero 2024. Un 52,7% de las empresas de este sector se autoevalúa con un nivel tecnológico alto, 12,7 pp. más que en julio del año pasado y un 26,1% en nivel medio. Un 42,9% aumentó el apoyo tecnológico durante el segundo semestre de 2024 y un 38,7% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, como uso de aplicaciones (apps), venta en línea o agendamiento. También se ven avances por el lado laboral, donde un 34,9% aumentó las capacitaciones en materia tecnológica a sus trabajadores, sin embargo, solo un 14,5% incrementó los puestos de trabajos asociados a tecnologías y el 83,8% los mantuvo. El 72,5% cree que la tecnología ha tenido un impacto positivo en su empresa y hacia adelante el 26,8% ve incrementos en tecnología física para este primer semestre y un 37,3% ve avances en temas de tecnología digital.

Otros negocios minoristas, alcanzaron 13,3 pts., levemente por encima de la medición de julio 2024, dando cuenta de un nivel de adaptación tecnológica leve. Un 52,7% se autoevalúa con un nivel tecnológico alto, un 21,3% lo evalúa como medio y 26% bajo, a su vez un 64,1% de las empresas de este grupo ven un impacto positivo de la tecnología y un 30,5% cree que el impacto es neutro. Un 27,7% de estas empresas incorporó mayores tecnologías en el segundo semestre de 2024 y un 36,4% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías, pero sin mayores incorporaciones de trabajadores y donde un 17,3% aumentó capacitaciones en temas tecnológicos. Para este semestre, cerca de un tercio de este grupo de empresas ve avances en la incorporación de tecnología física y un 40% prevé mayor incorporación de tecnología digital.

Finalmente, **Hoteles y Restaurantes**, con 9,7 pts., marcan un nivel de adaptación tecnológica más leve, con un 42,6% de empresas que cree tener un nivel alto, pero a su vez cerca de un tercio lo evalúa como bajo. Por su parte, un 56,7% considera que la tecnología tiene un impacto positivo en su quehacer diario. Un 28% de las empresas de estos sectores aumentó el apoyo tecnológico durante el segundo semestre de 2024 y un 42,5% aumentó el uso de nuevas formas de venta e interacción con el cliente que impliquen tecnologías. En cuanto al personal, sobre el 80% no ha realizado cambios en relación con labores asociadas a tecnologías y solo un 8,8% aumentó puestos de este tipo. Por su parte, un 15,6% aumentó capacitaciones asociadas a tecnologías en la segunda mitad del año pasado. Para este primer semestre cerca de un cuarto de las empresas de este grupo cree que incorporará más tecnología física y un 27,3% prevé mayor incorporación de tecnología digital.

Índice de Transformación Tecnológica del Comercio Minorista, Hoteles y Restaurantes

	Total	Tipo de empresa				Tamaño de empresa			
		Compra y venta de automóviles	Grandes Tiendas y Supermercados	Hoteles y Restaurantes	Otro negocio al por menor	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Promedio Nota de nivel tecnológico	5,8	4,3	23,2	2,8	6,7	-1,8	10,2	14,3	16,7
Aumento del apoyo tecnológico en la empresa	24,7	42,9	34,6	21,0	23,9	18,2	28,3	38,0	21,9
Tecnología en ventas y ss cliente	27,7	36,6	34,6	31,5	25,9	23,6	27,6	43,3	43,0
Capacitaciones tecnológicas al personal	11,9	27,7	28,6	12,4	10,2	8,1	14,1	12,3	25,9
Puestos de trabajos asociados a tecnología	6,2	13,7	18,1	4,6	5,8	4,1	7,1	5,2	20,5
Impacto de la tecnología sobre la empresa	59,3	71,7	100,0	50,4	60,3	53,3	62,2	68,4	69,7
Adquisición de tecnología física futura	25,4	23,4	57,1	21,0	26,5	26,0	23,6	25,7	40,1
Adquisición de tecnología digital futura	35,9	37,3	69,2	26,2	38,1	30,3	39,2	40,1	48,4
Reemplazo de personal por tecnología	-78,9	-79,5	-79,7	-83,0	-77,8	-76,2	-80,6	-80,8	-84,1
Índice de Transformación Digital	13,1	19,8	31,8	9,7	13,3	9,5	14,6	18,5	22,5

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

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ficha técnica

Target	Comerciantes -hombres y mujeres- dueños, administradores o encargados de locales del comercio, localizados en el Gran Santiago.
Técnica	Encuesta telefónica con la aplicación de un cuestionario standard con ocho preguntas cerradas.
Muestra	En total se realizaron 505 entrevistas, segmentadas por rubro o sector.
Trabajo de campo	Realizado por Ekhos en enero 2025