



# Informe sector **Comercio** 2022

Región de O'Higgins

**ENADEL**

Encuesta Nacional de Demanda Laboral

**UOH** Universidad  
de O'Higgins



## Resumen Ejecutivo

El presente informe se centra en el sector del Comercio en la Región de O'Higgins, analizando diversos aspectos relacionados con la caracterización de los trabajadores, la situación de las empresas, las dificultades de contratación, la capacitación y el uso de la oferta pública. A continuación, se presentan los principales hallazgos del estudio.

En cuanto a la dotación laboral y el tipo de contrato, se encontró que el 87% de los trabajadores en el Comercio de la región tiene contrato directo con su empleador, mientras que el 11% está subcontratado y el 2% trabaja como honorarios. Esto indica una alta proporción de empleados con vínculo directo con las empresas.

En términos de distribución por sexo, se observa que el 68% de los trabajadores en el Comercio son hombres, mientras que el 32% son mujeres. Esta disparidad de género, un tanto mayor a la del mercado del trabajo regional, refleja una brecha que puede ser abordada para promover la equidad en el sector.

En relación a las dificultades de contratación, se destaca que el 62% de las empresas del sector Comercio experimentaron problemas en la contratación en los últimos 12 meses. Las principales razones identificadas fueron la falta de postulantes y la falta de experiencia laboral. Estas dificultades reflejan un desafío para las empresas a la hora de encontrar candidatos adecuados para cubrir vacantes.

En cuanto a la capacitación, se observa que el 67% de las empresas tiene planes de que sus trabajadores participen en un proceso de certificación de competencias laborales en los próximos 12 meses. Sin embargo, se evidencia que la mayoría de las empresas no ha organizado o financiado actividades de capacitación para sus empleados. Esto sugiere la necesidad de promover iniciativas de desarrollo y formación en el sector del comercio.

En relación al uso de la oferta pública, se destaca que el 52% de las empresas del sector comercio en la región conocen alguna institución que certifica a los trabajadores. Esto demuestra un nivel de conocimiento sobre las opciones de certificación disponibles para mejorar las habilidades y competencias de los empleados.

En resumen, el sector del comercio en la Región de O'Higgins se enfrenta a desafíos en términos de contratación y capacitación de los trabajadores. Es importante que las empresas busquen estrategias para atraer candidatos calificados y promover la formación y certificación de competencias laborales. Además, es fundamental fomentar la equidad de género en el sector, promoviendo la participación y el desarrollo profesional de las mujeres.

El **87%** de los trabajadores en el sector del Comercio en la Región de O'Higgins tiene un contrato directo con su empleador.

El **62%** de las empresas del sector tuvo dificultades para cubrir vacantes en los últimos 12 meses.

El **67%** de las empresas proyecta mantener su dotación de trabajadores para el año 2023.

## Agradecimientos

Queremos agradecer de manera especial a todas y todos quiénes hicieron posible el trabajo que hoy concluye con la publicación de la tercera versión de la encuesta. A Dirección Nacional de SENCE y a los departamentos del nivel central que nos han apoyado en el perfeccionar este instrumento y su pertinencia. A los Directores Regionales y a nuestras y nuestros colegas en todas las Direcciones Regionales de SENCE, que nos han acompañado en estos años, por su confianza y colaboración.

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

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

A todos ellos va nuestro sincero agradecimiento.

### **Director Observatorio Laboral de O'Higgins**

Eolo Díaz-Tendero

### **Equipo Observatorio Laboral de O'Higgins**

María Cristina Hernández

Mauricio Muñoz

Francisca Tolosa

Cristián Moreno

Javiera Canales

Carlos Isla

## Índice

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>2</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>3</b>
<b>1. Presentación</b>	<b>5</b>
<b>2. Metodología</b>	<b>11</b>
<b>3. Resultados ENADEL 2022</b>	<b>15</b>
3.1. Cobertura de la encuesta	16
3.2. Caracterización de los trabajadores del Comercio	17
3.3. Situación de las empresas del Comercio	19
3.4. Puestos vacantes en los últimos 12 meses	21
3.5. Uso de tecnologías	24
3.6. Capacitación y uso de oferta pública	26
3.7. Profundización en grupos ocupacionales	32
3.7.1. Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	33
<b>4. Síntesis de resultados</b>	<b>37</b>

The logo for ENADE (Encuesta Nacional de Demanda Laboral) features the word "ENADEL" in a bold, white, sans-serif font. The letter "E" is stylized with an orange square to its left. The background of the entire page is a black and white photograph of a busy outdoor market. In the foreground, a large, shallow, woven basket is filled with round fruits, likely oranges or grapefruits. In the background, several people are seen walking and interacting under a striped awning. A scale is visible hanging from the awning structure. The overall scene conveys a sense of daily commerce and labor.

# ENADEL

Encuesta Nacional de Demanda Laboral

# 1 Presentación

A continuación, se definen algunos conceptos analíticos utilizados en este reporte.

## Tamaño de empresa



Micro:

Empresas de  
**1 a 10**  
Trabajadores



Pequeñas:

Empresas de  
**11 a 49**  
Trabajadores



Medianas:

Empresas de  
**50 a 249**  
Trabajadores



Grandes:

Empresas de  
**250 o más**  
Trabajadores

## Distribución y concentración de empresas

**Distribución de empresas:** cuando cada empresa se clasifica en una y solo una categoría de respuesta. Cada cantidad de categoría se divide por el total de empresas que contestaron. De esa manera, la suma total de categorías es igual a 100%.

**Concentración de empresas:** cuando cada empresa se puede clasificar en una o más categorías de respuesta. Cada cantidad de categoría se divide por el total de empresas que contestaron. Así, la suma total de categorías es superior a 100%, pero cada categoría individual representa un % respecto del total.

## Condición laboral

**Permanente:** trabajadoras y trabajadores con contrato indefinido o a plazo que se renueva de forma permanente

**Temporal:** trabajadoras y trabajadores con contrato por obra, a plazo fijo, estacional, por temporadas o a prueba.

## Grupos ocupacionales: grandes grupos y grupos primarios

Los puestos de trabajos 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.

**Grandes grupos:** es el nivel más agregado de clasificación de puestos de trabajos. Considera 10 grupos diferentes.

**Grupos primarios:** es el nivel más desagregado de clasificación de puestos de trabajos. Considera 444 grupos diferentes.

Más abajo, se definen 9 de los 10 grandes grupos ocupacionales, excluyéndose las fuerzas armadas. Estos son los que se usarán en el análisis de ocupaciones, condicional a que cumplan con el número de observaciones necesarias.

### 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.

### Profesionales



Los profesionales enriquecen el acervo de conocimientos, aplican conceptos y teorías científicas, enseñan sistemáticamente lo que saben en sus respectivos campos o combinan estas actividades. Entre las tareas que desempeñan suelen incluirse: 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.

### 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 la mayoría 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

**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.

**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

**Personal silvoagropecuario 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.

**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 estas tareas, 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.

**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.

**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, mantenimiento de inmuebles, reposición de productos, envío o transporte de mensajes y paquetes, actividades simples sectores silvoagropecuarios, construcción, industria y otros sectores.

## Región de operación

Región del país donde la empresa tiene su casa matriz.

## Actividades de Comercio:

Este sector está compuesto por las siguientes actividades económicas especificadas en la nómina de empresas del Servicio de Impuestos Internos:

- ❖ Venta de vehículos automotores; mantenimiento y reparación de vehículos automotores
- ❖ Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores
- ❖ Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y sus partes, piezas y accesorios
- ❖ Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata
- ❖ Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos
- ❖ Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
- ❖ Venta al por mayor de enseres domésticos
- ❖ Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales
- ❖ Otras actividades de venta al por mayor especializada
- ❖ Venta al por mayor no especializada; venta al por menor en comercios no especializados
- ❖ Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados
- ❖ Venta al por menor de combustibles para vehículos en comercios especializados
- ❖ Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados
- ❖ Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados
- ❖ Venta al por menor de otros productos en comercios especializados; venta al por menor en puestos de venta y mercados
- ❖ Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados

## 2 Metodología

La Encuesta Nacional de Demanda Laboral – ENADEL – es una encuesta probabilística con foco en la demanda de capital humano, confeccionada por el Observatorio Laboral Nacional de SENCE y su red de Observatorios Regionales. ENADEL se realiza desde el año 2019. En su primera versión consideró a los sectores de Industria Manufacturera, Transporte y Almacenamiento, Construcción y Turismo. Posteriormente, el año 2020 y debido a la pandemia, se optó por implementar una muestra no probabilística, donde se levantaron los sectores de Comercio y Silvoagropecuario y Pesca. En 2021, se estudiaron los sectores de Industria Manufacturera, Transporte y Almacenamiento, y Telecomunicaciones. Para 2022, se levantaron los sectores de Comercio y Turismo, que se exponen en informes diferenciados.

## Objetivo general y objetivos específicos

La Encuesta Nacional de Demanda Laboral – ENADEL – tiene por objetivo general caracterizar la demanda de capital humano de las empresas, a nivel de perfiles laborales, requeridos por los sectores productivos que se priorizan cada año. ENADEL 2022 tuvo los siguientes objetivos específicos:

### 1. Caracterizar la dotación de trabajadores



Caracterizando a los trabajadores propios según sexo y tramo de edad.

### 2. Identificar los puestos de trabajo con dificultades de contratación



Caracterizando y cuantificando los puestos de trabajo difíciles de cubrir, así como los canales de reclutamiento utilizados.

### 3. Caracterizar las necesidades de Capacitación



Indagar en las necesidades de capacitación de las empresas a nivel de perfiles laborales.

### 4. Caracterizar uso y conocimiento de la oferta pública de capacitación y empleo

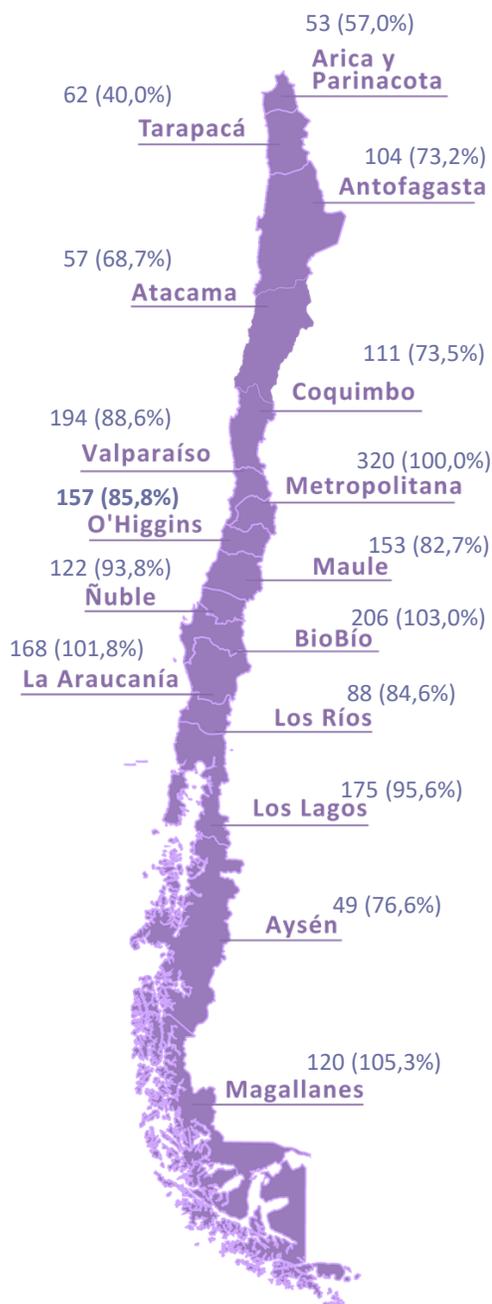


Caracterizar el uso y conocimiento de distintos programas de capacitación e instrumentos de capacitación y empleo.

## Ficha metodológica ENADEL 2022

<b>Población objetivo</b>	Empresas formales que desarrollan su actividad económica principal en alguna de los sectores económicos en estudio (Comercio al por mayor, Comercio al por menor, Actividades de alojamiento, Actividades de servicio de comidas y bebidas, y Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos) dentro de los límites geográficos del país, y que durante este año 2021 y el año 2022 tuvieron 5 o más trabajadores
<b>Dominios de estudio</b>	Los tamaños muestrales fueron determinados con el objetivo de tener estimaciones precisas para los siguientes niveles de estimación: nacional, regional, actividad económica y tamaño de empresa según número de trabajadores.
<b>Período de recolección</b>	El período de recolección fue entre mayo y septiembre de 2022.
<b>Cobertura temática</b>	Los sectores económicos en estudio son: Comercio al por mayor y al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas, así como su reparación y mantención (división 46 y 47 del CIIU.CL 2012); Actividades de alojamiento (división 55 de CIIU.CL 2012); Actividades de servicio de comidas y bebidas (división 56 del CIIU.CL 2012); Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos (grupo 791 del CIIU.CL 2012).
<b>Cobertura geográfica</b>	La cobertura geográfica del estudio comprende a todas las empresas formales que se ubican en el territorio nacional continental, en las 16 regiones del país.
<b>Marco muestral</b>	Empresas formales (con iniciación de actividades en el SII, poseen RUT, cuentan con contabilidad propia y declaran IVA) que durante el año comercial 2020 desarrollaron su actividad económica principal en alguno de los sectores económicos en estudio dentro de los límites geográficos del país y que durante el año comercial 2020 declararon tener 5 o más trabajadores dependientes (en formulario 1887 del SII). Se utilizó la Nómina de empresas personas jurídicas año comercial 2020 del SII.
<b>Unidades estadísticas</b>	La unidad de muestreo es la empresa formal que cumple con los requisitos para ser considerada parte de la población objetivo y que se encuentra en el marco muestral. La unidad de análisis e información corresponde a la empresa formal que cumple con los requisitos de ser parte de la población objetivo.
<b>Diseño muestral</b>	Probabilístico y estratificado, siendo los estratos de muestreo definidos por el cruce de las variables región, actividad económica y tamaño según número de trabajadores.
<b>Variable de estudio</b>	Proporción de empresas con dificultades para reclutar trabajadores dentro de aquellas que tuvieron vacantes ( $\hat{P}$ )

Mapa 1: Encuestas levantadas y porcentaje de logro respecto a muestra objetivo, ENADEL 2022 Comercio



### Diseño muestral y muestra objetivo

El marco muestral corresponde a la Nómina de empresas de personas jurídicas del SII del año comercial 2021. Se estratificó según región, actividad y tamaño (número de trabajadores) con la finalidad de mejorar las medidas de precisión de las estimaciones finales.

#### Resumen de variables de estratificación para la actividad de Comercio:

Nombre Variable	Descripción de variable de estratificación
Región	La variable región corresponde a la ubicación de la casa matriz de la empresa de acuerdo a la división político administrativa existente en Chile que divide al país en 16 regiones.
Actividad económica	Las actividades económicas en estudio se basan en el CIIU.CL 2012 y corresponden a Comercio ((división 46 y 47 del CIIU.CL 2012)
Tamaño	El tamaño de empresa según número de trabajadores se divide en cinco categorías: micro (5 a 9 trabajadores), pequeña (10 a 49 trabajadores), mediana (50 a 249 trabajadores) y grande (más de 250 trabajadores).

El diseño muestral de la ENADEL 2022 es de tipo probabilístico y estratificado, siendo los estratos definidos por el cruce de las variables región, tamaño de la empresa según ventas y actividad económica.

El parámetro de interés del diseño muestral es la proporción de empresas que tuvo dificultades para reclutar trabajadores durante los últimos 12 meses, sobre las empresas que declaran haber tenido vacantes o haber contratado trabajadores en el mismo período. En el diseño muestral este parámetro se fijó en 50% con el propósito de considerar varianza máxima.

La muestra objetivo a partir de este diseño, fue de **4.523 empresas** para ambos sectores, lográndose levantar 4.240 empresa obteniendo un porcentaje de logro general de 93.7%. En particular para la actividad de Comercio, la muestra objetivo fue de 2.491 empresas, se encuestaron 2.139 del comercio, dando un porcentaje de logro de 85,9% para este sector a nivel país.

La muestra lograda y el porcentaje de logro para cada región se muestra en el Mapa 1.



**3**

# Resultados **ENADEL 2022**

### 3.1 Cobertura de la encuesta

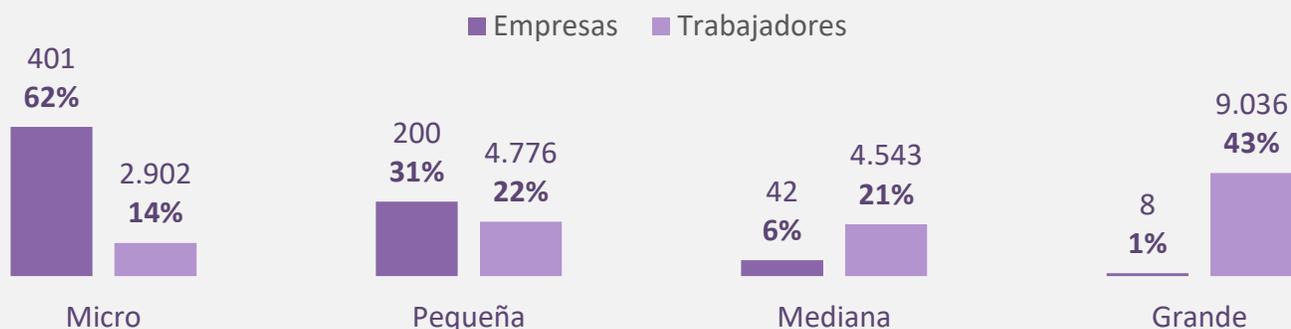
El Comercio comprende la venta al por mayor y al por menor de todo tipo de productos y la prestación de servicios accesorios a la venta de esos productos. Se considera que la venta sin transformación comprende las operaciones habituales que entraña el comercio; por ejemplo, la selección, la clasificación y el montaje de productos, la mezcla de productos, el embotellado, el embalaje, la división de las mercancías a granel y el re-ensado para su distribución en lotes más pequeños.

Al analizar la distribución de empresas del Comercio

de la región de O'Higgins que participaron de la ENADEL según tamaño, un 62% corresponde a Micro empresas, un 31% a Pequeña, un 6% a Mediana y un 1% a Grande.

Al ver la distribución de trabajadores según el tamaño de la empresa, se observa que las Micro empresas del Comercio consideradas en la encuesta tienen la menor cantidad de personas empleadas. Con 2.902 registros representan el 14%. Por el contrario, las empresas grandes, tienen la mayor cantidad de empleados. Con 9.036, equivalen al 43% de los ocupados del sector.

**Gráfico 1:** Número de empresas y de trabajadores abarcados en ENADEL 2022, según tamaño de empresa



Fuente: ENADEL 2022

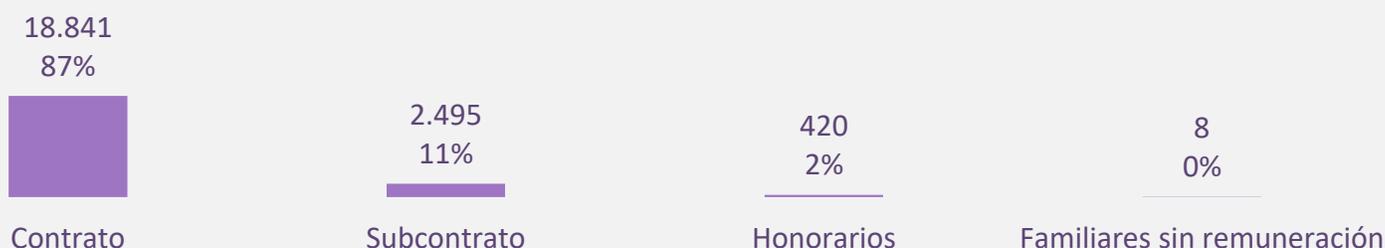
## 3.2 Caracterización de los trabajadores del Comercio

En cuanto a la dotación por trabajadores según vínculo laboral, en las empresas del Comercio de la región de O'Higgins el 87% de los trabajadores, es decir, 18.841 personas, tiene contrato y un vínculo directo con su empleador. Luego, 2.495 trabajadores, lo que equivale a un 11% del total de ocupados en el Comercio, está subcontratado, lo que quiere decir que la relación laboral está mediatizada por un tercero que opera como contratista. En tercer lugar, con un 2%, 420 empleados son honorarios, y en cuarto lugar, sólo 8 se clasifican como familiares sin remuneración (gráfico 2).

Ahora, en cuanto al promedio de trabajadores por empresas del Comercio según tipo de contrato, en la región, existen 29 trabajadores con contrato, 3,5 subcontratados, 0,4 honorarios y 0 familiares sin remuneración (tabla 1).

Respecto de la dotación de trabajadores con contrato según sexo, con un 68%, la mayor parte de los trabajadores del Comercio de la región de O'Higgins son hombres, mientras que el 32% son mujeres, esto es 12.821 y 6.020 respectivamente (gráfico 3).

**Gráfico 2:** Dotación de trabajadores según tipo de contrato, 2022



Fuente: ENADEL 2022

**Tabla 1:** Promedio de trabajadores en empresas según tipo de contrato, 2022

<b>Contrato</b>	29,0
<b>Subcontrato</b>	3,5
<b>Honorarios</b>	0,4
<b>Familiares sin remuneración</b>	0,0

Fuente: ENADEL 2022

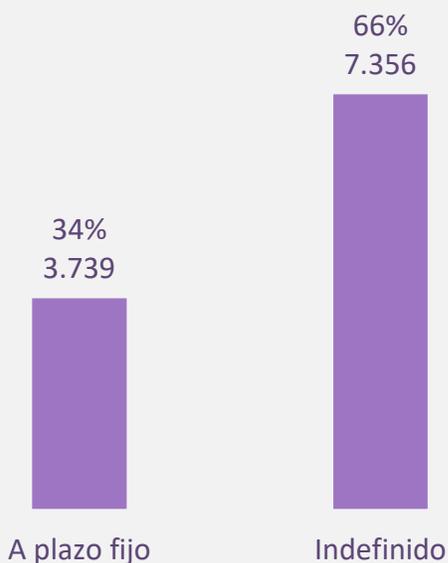
**Gráfico 3:** Dotación de trabajadores con contrato según sexo, 2022



Fuente: ENADEL 2022

En el Comercio, el tipo de jornada predominante es la presencial, régimen bajo el cual se encuentran 10.783 empleados, lo que representa un 93%. En segundo lugar, con un 4%, se encuentra la jornada mixta. Y en tercer lugar, con sólo un 2%, los empleados que realizan trabajo remoto.

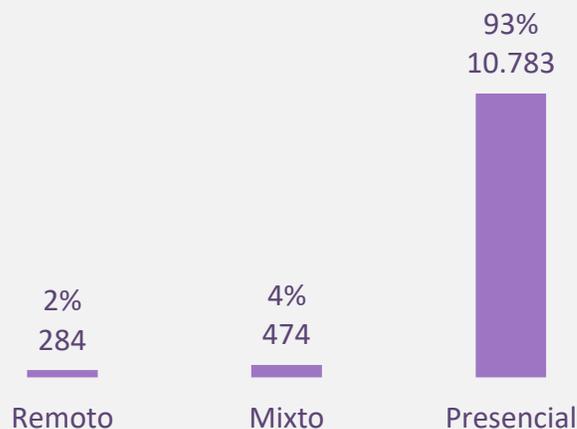
**Gráfico 5: Trabajadores según tiempo de duración de contrato, 2022**



Fuente: ENADEL 2022

En cuanto a las personas de grupos prioritarios que se emplean en el sector, 1.380 corresponden trabajadores a migrantes, es decir, el 7% del total de ocupados, mientras que las personas en situación de discapacidad sólo llegan a 42, con lo cual alcanzan apenas 0,2% de quienes trabajan en el comercio regional.

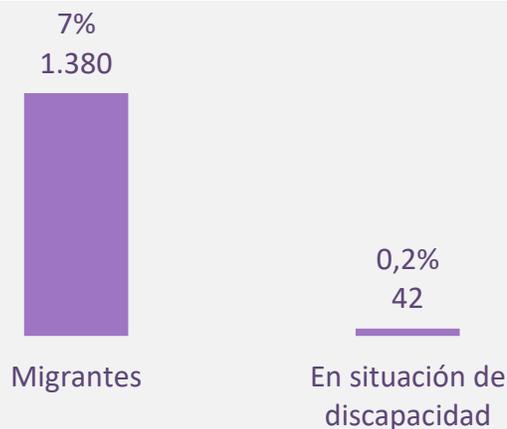
**Gráfico 4: Tipo de jornada de trabajo en el sector Comercio, 2022**



Fuente: ENADEL 2022

Como se puede apreciar en el Gráfico 5, el 66% de los puestos de trabajo en el rubro tienen duración indefinida (equivalente a cerca de 7.000 puestos de trabajo), mientras que el 34% restante (casi 4.000 personas) tienen contrato a plazo fijo.

**Gráfico 6: Prevalencia de grupos prioritarios en el sector Comercio, 2022**

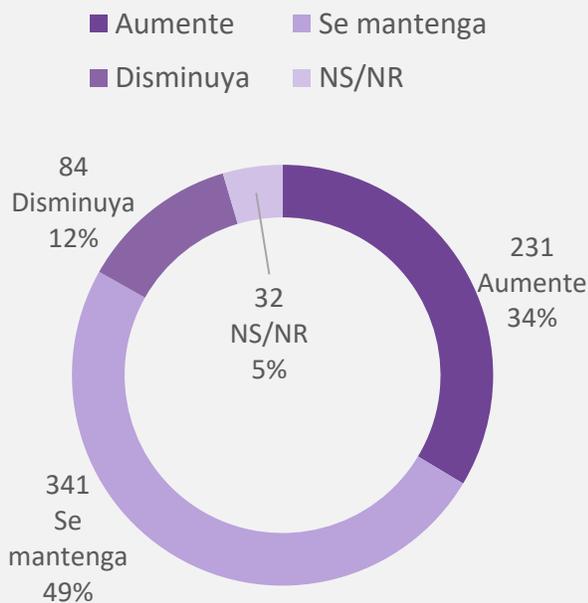


Fuente: ENADEL 2022

### 3.3 Situación de las empresas del Comercio

Respecto de la distribución de empresas según tamaño de ventas, en primer lugar, con un 35%, existen 239 empresas del sector Comercio que venden entre 2.400 y 25.000 UF. En segundo lugar, con un 27%, 183 empresas dicen vender 2.400 UF o menos. En tercer lugar, con un 15%, 103 empresas registran ventas que están entre las 25.000 y 99.000 UF.

**Gráfico 8:** Distribución empresas en proyección de dotación de trabajadores para 2023



Fuente: ENADEL 2022

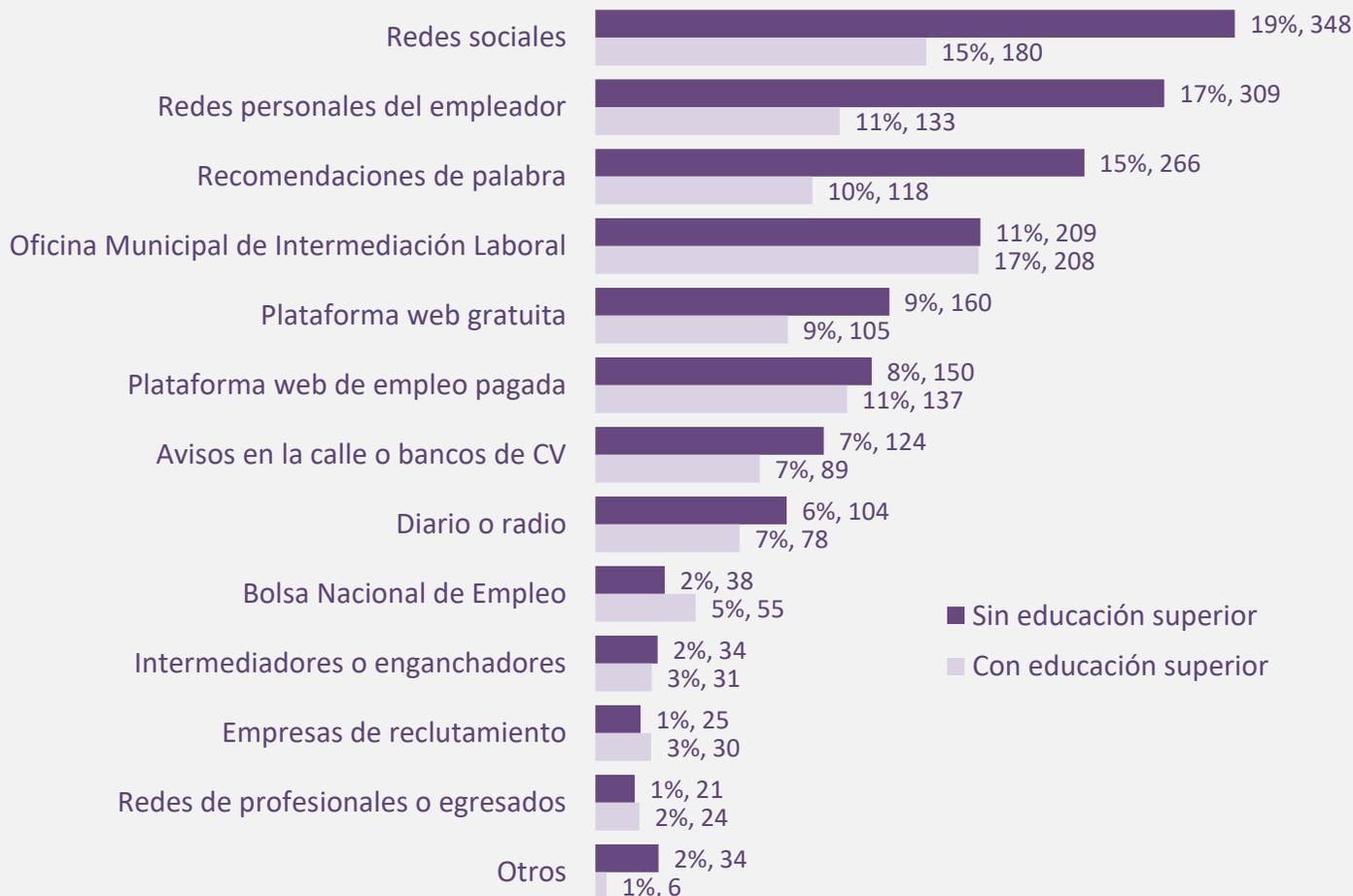
**Gráfico 7:** Distribución de empresas según tramo de ventas



Fuente: ENADEL 2022

La mayor parte de las empresas del sector Comercio en la región de O'Higgins, que representan el 49% del total, con 341 unidades productivas, proyectan un mantenimiento de la dotación de trabajadores para el año 2023. Con un 34%, 231 empresas sostienen que su dotación aumentará, y un 12%, es decir 84 empresas, sostienen que su dotación de trabajadores para el año 2023 disminuirá (gráfico 8).

**Gráfico 9: Proporción de empresas según canales de reclutamientos usados, 2020**



En cuanto a los canales de reclutamiento, entre las empresas que requieren trabajadores “Sin educación superior”, las “Redes sociales” se encuentran en primer lugar, con un 19%. En segundo lugar, con 17%, correspondiente a 309 respuestas, se encuentran las “Redes personales del empleador”. En tercer lugar, con 15%, es decir, 266 respuestas, se ubican las “Recomendaciones de palabra”. Mientras que, en cuarto lugar, con un 11%, la opción “Oficina Municipal de Intermediación Laboral” tuvo 209 respuestas. En cuanto a las empresas que buscan trabajadores “Con educación superior”, con 17% y 208 respuestas, el principal canal de reclutamiento es “Oficina Municipal

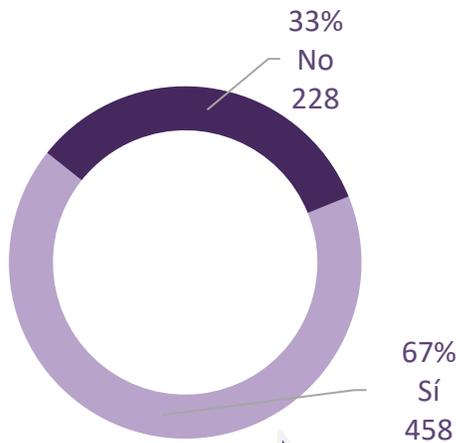
de Intermediación Laboral”, seguido de “Redes sociales” con 15%, proporcional a 180 respuestas. En tercer lugar, está “Plataforma web de empleo pagada”, que con 11% registra 137 respuestas. En cuarto lugar, con 11% y 133 respuestas, encontramos la opción “Redes personales del empleador”. Ahora, con una visión panorámica de las tendencias, se puede observar que en el sector Comercio, el reclutamiento de personal a través de la mayoría de los canales – excepto “Bolsa Nacional de Empleo”, “Empresas de reclutamiento” y “Redes de profesionales o egresados” – demanda principalmente trabajadores “Sin educación superior”.

### 3.4 Puestos vacantes en los últimos 12 meses

En la región de O'Higgins, el 67% de las empresas del sector Comercio contrató personal en los últimos 12 meses, mientras que el 33% no (gráfico 10).

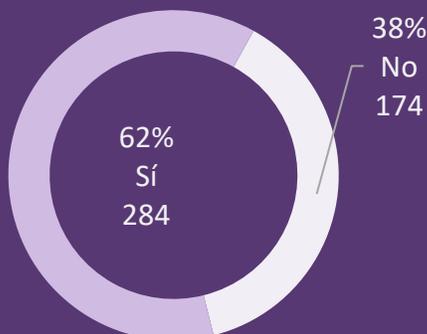
Ahora, en específico, entre las 458 empresas que realizaron contrataciones, el 62%, es decir, 284 compañías, afirma haber tenido alguna dificultad en la contratación, mientras que el 38%, esto es 174 empresas, no registró problemas asociados a la contratación (gráfico 11).

**Gráfico 10: ¿Contrató personal nuevo en los últimos 12 meses?**



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 11: ¿Tuvo alguna dificultad en la contratación?**



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 12: Razones por las que tuvo dificultad de contratación en 2022**



Fuente: ENADEL 2022

Entre las empresas con dificultad de contratación, la principal razón, con un 39%, lo que equivale a 182 empresas, es que "No llegaron postulantes". A esta razón, en segundo lugar, con un 21%, equivalente a 99 casos, le sigue la "Falta de experiencia laboral". Luego, en tercer lugar, con un 20% y 94 empresas, se encuentra como razón "Candidatos sin competencias técnicas". Estas tres alternativas de respuestas agrupan el 80% de las razones que indican las empresas respecto de las dificultades de contratación durante el 2022 (gráfico 12).

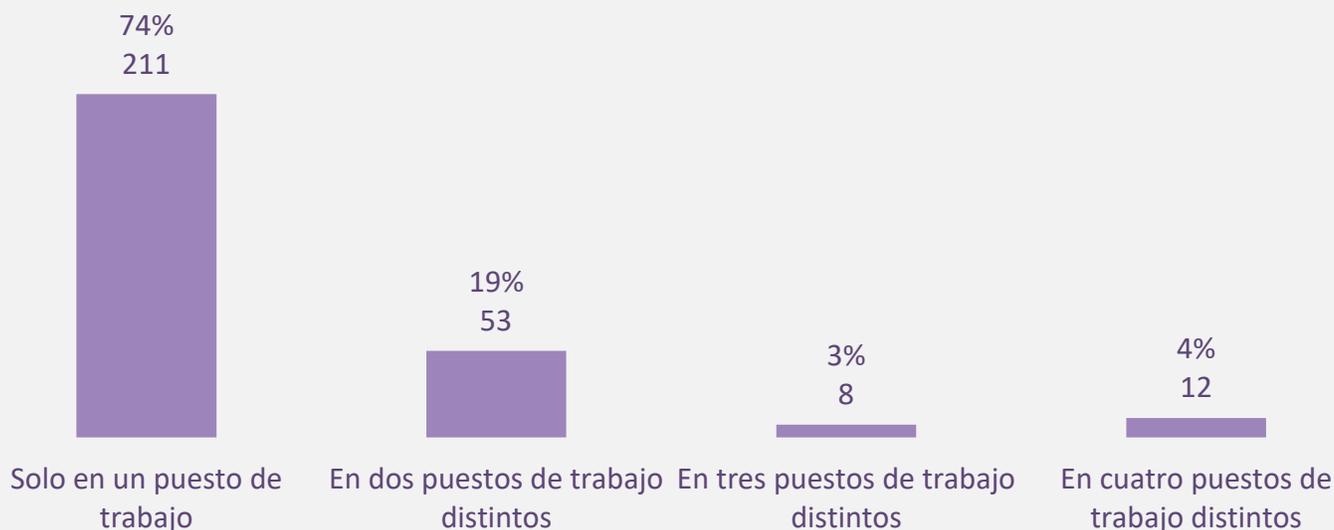
Con un 74%, la mayor parte de las empresas de Comercio en la región de O'Higgins que respondieron la encuesta afirmando que durante el año 2022 tuvieron dificultad para la contratación, indicaron que tales dificultades fueron acotadas a un puesto de trabajo. Con 19%, les siguen 53 empresas que contestaron haber tenido dificultad en dos puestos. Luego, sólo un 3%, es decir, 8 empresas, indicaron dificultad para la contratación en tres puestos de trabajo, y un 4%, o sea, 12 empresas, afirman haber tenido dificultades en cuatro puestos de trabajo distintos (gráfico 13).

La principal consecuencia derivada de la dificultad para cubrir vacantes de parte de las empresas es la "Recarga de otros trabajadores", que con un 48%, representa 186 respuestas. En segundo lugar, con un

16%, está "Dificultades en atención al cliente". Luego, en tercer lugar, todas con un 8%, están "Perdiendo negocios o pedidos", "Dificultades en gestión y administración" y "retrasando el desarrollo de nuevos productos" (gráfico 14).

En cuanto a las medidas adoptadas por las empresas para resolver problemas por vacantes difíciles de cubrir, en primer lugar, con un 42%, está "Aumentar esfuerzos de reclutamiento", seguida por "Reasignar puestos existentes", con un 19%, y "Capacitar trabajadores", con 14%. En cuarto y quinto lugar, con 7% y 6% respectivamente, están "Aumentar remuneración" e incorporar "Tecnología o maquinaria" (gráfico 15).

**Gráfico 13:** Cantidad de puestos de trabajo con dificultad en la contratación en 2022



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 14:** Consecuencias de las dificultades para cubrir vacantes para las empresas



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 15:** Medidas adoptadas por las empresas para resolver problemas por vacantes difíciles de cubrir



Fuente: ENADEL 2022

### 3.5 Uso de tecnologías

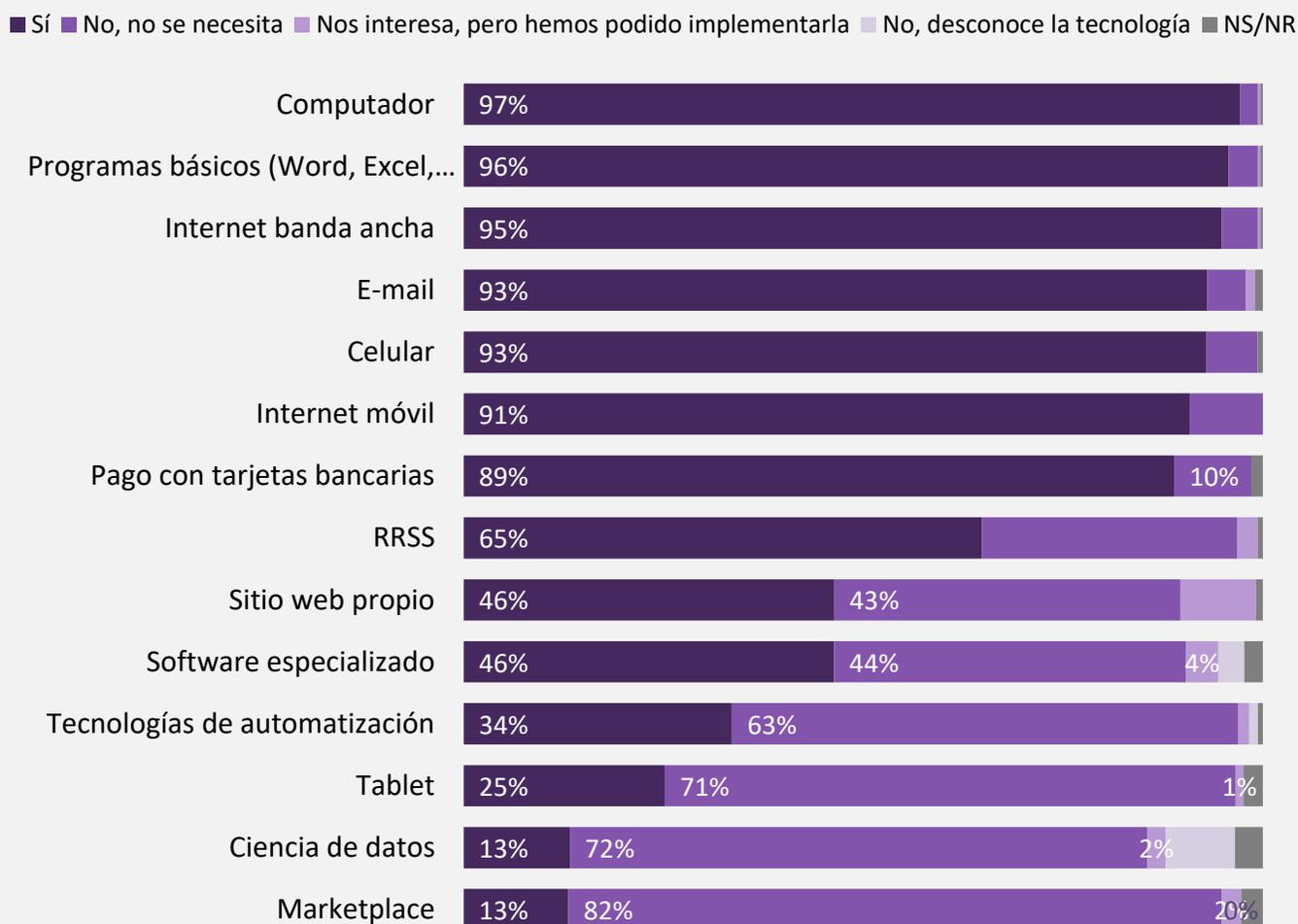
En cuanto a la tecnología que durante el año 2022 utilizaron empresas y trabajadores, destacan, con sobre un 90% de las respuestas “Sí”, el “Computador”, “Programas básicos” de ofimática, “Internet banda ancha”, “E-mail”, “Celular” e “Internet móvil”.

Por otro lado, entre las tecnologías que se consideran innecesarias para el negocio, con un 82% de respuestas “No, no se necesita”, aparece “Marketplace”, seguida, con un 72%, por “Ciencia

de datos”, un 71 “Tablet” y un 63% “Tecnologías de automatización”.

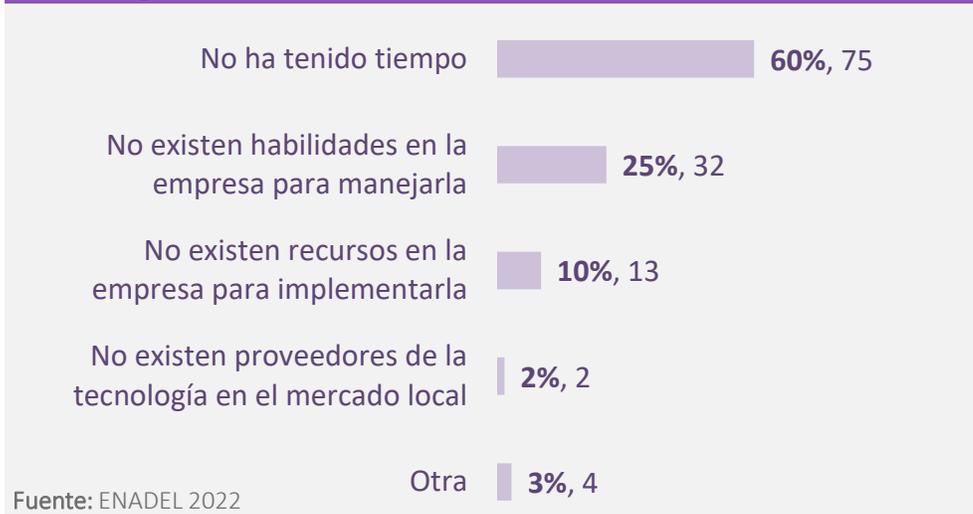
Se puede observar que en la medida que avanza en grados de complejidad del medio tecnológico existe menor nivel de incorporación en el proceso productivo del comercio, el cual se soporta principalmente con tecnología que apareció la última década del siglo XX.

**Gráfico 16:** Tecnologías que utilizaron en 2022 empresas y trabajadores



Fuente: ENADEL 2022

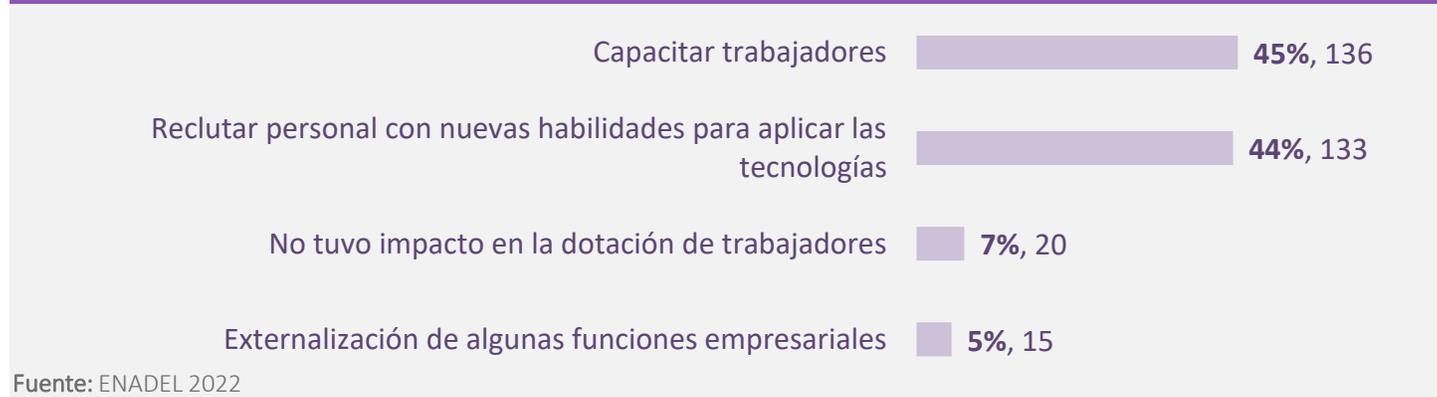
### Gráfico 17: Razones por no haber podido implementar tecnologías



Fuente: ENADEL 2022

Entre quienes no han implementado tecnología, un 60% indica que la razón es “No ha tenido tiempo”, un 25% dice “No existen habilidades en la empresa para manejarla” y un 10% que “No existen recursos en la empresa para implementarla” (gráfico 17)

### Gráfico 18: Medidas tomadas tras implementar tecnología de automatización o ciencia de datos

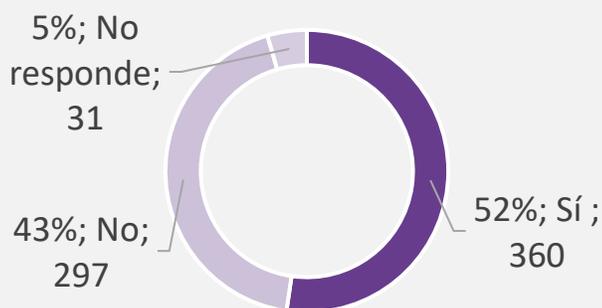


Fuente: ENADEL 2022

Respecto a las medidas tomadas tras implementar tecnología de automatización o ciencia de datos, el 45% de las empresas indicó “Capacitar trabajadores”, seguido de un 44% que optó por “Reclutar personal con nuevas habilidades para aplicar las tecnologías”, un 7% que afirma que “No tuvo impacto de la dotación de trabajadores” y un 5% que declaró “Externalización de algunas funciones empresariales” (gráfico 18).

### 3.6 Capacitación y uso de oferta pública

**Gráfico 19:** ¿Conoce alguna institución pública o privada en Chile que certifique a trabajadores?



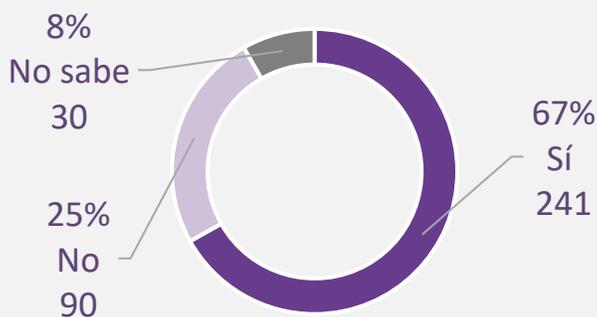
Fuente: ENADEL 2022

El 52% de las empresas encuestadas del sector Comercio en la región de O'Higgins indican conocer alguna institución pública o privada en Chile que certifique a trabajadores (gráfico 19).

Por su parte, el 67% de las empresas afirma que en los próximos 12 meses planea que sus trabajadores participen de un proceso de certificación de competencias laborales, mientras que un 25% no lo proyecta y un 8% no sabe (gráfico 20).

En cuanto a la percepción de las empresas respecto a

**Gráfico 20:** En los próximos 12 meses, ¿planea que sus trabajadores participen de un proceso de certificación de competencias laborales?



Fuente: ENADEL 2022

procesos de certificación y capacitación, la mayor parte de las respuestas son positivas. En efecto, un 78% está "De acuerdo" en que "Contar con trabajadores certificados permite definir mejor funciones y responsabilidades en la empresa", así como un 71% en coincide que "En un proceso de selección es más probable que la empresa contrate a una persona certificada que una no certificada", y un 78% afirma que "Contar con trabajadores certificados se ha vuelto cada vez más importante para nuestros clientes (mercado) (gráfico 21).

**Gráfico 21:** Percepción de las empresas respecto a procesos de certificación y capacitación

■ De acuerdo    ■ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo    ■ En desacuerdo

Contar con trabajadores certificados permite definir mejor funciones y responsabilidades en la empresa



En un proceso de selección es más probable que la empresa contrate a una persona certificada que una no certificada

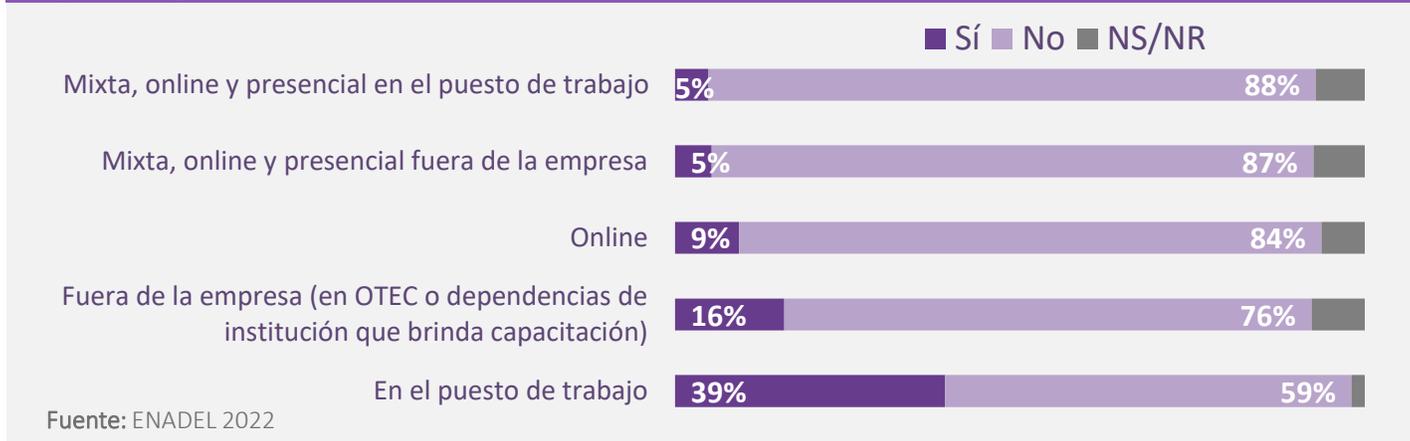


Contar con trabajadores certificados se ha vuelto cada vez más importante para nuestros clientes (mercado)



Fuente: ENADEL 2022

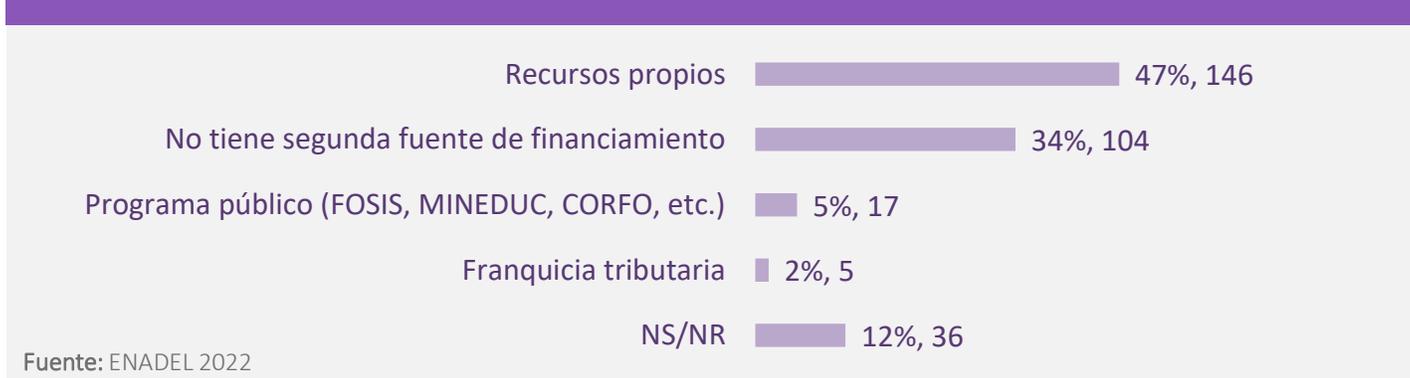
**Gráfico 22:** Durante los últimos 12 meses ¿su empresa ha organizado o financiado alguna capacitación o programa de desarrollo formativo para los trabajadores de su empresa bajo las siguientes modalidades?



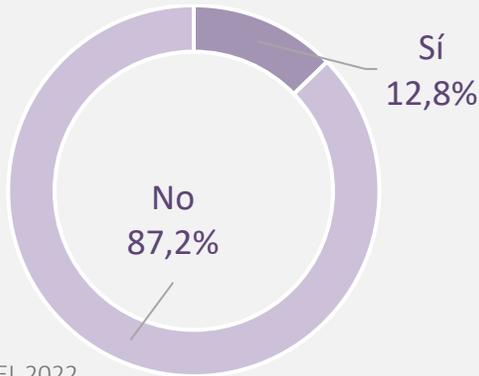
La mayor parte de las empresas del Comercio no han organizado o financiado actividades de capacitación o programas de desarrollo formativo para los trabajadores. De hecho, entre las empresas que sí han capacitado a sus trabajadores, el porcentaje más alto, esto es, un 39%, lo ha realizado “En el puesto de trabajo”, seguido de un 16% que ha capacitado “Fuera de la empresa (en OTEC o dependencias de instituciones que brindan capacitación)” y un 9% o menos representan aquellas iniciativas de desarrollo formativo online o mixtas (gráfico 22).

Luego, respecto de la principal fuente de financiamiento de la capacitación, en primer lugar, con un 47%, están los “Recursos propios”. En segundo lugar, con un 34%, las empresas indican que “No tiene segunda fuente de financiamiento”. Posteriormente, con porcentajes menores, en tercer lugar, con un 5%, la fuente de financiamiento de la capacitación es un “Programa público (FOSIS, MINEDUC, CORFO, etc.)”, y sólo con un 5%, las empresas utilizan la “Franquicia tributaria” de SENCE (gráfico 23).

**Gráfico 23:** ¿Cuál fue la principal fuente de financiamiento de la capacitación?

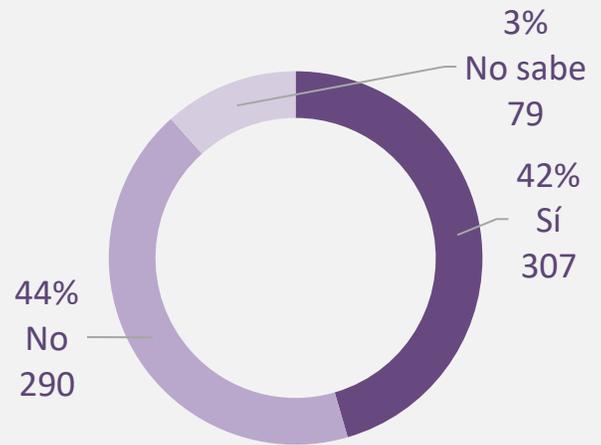


**Gráfico 24:** Durante los últimos 12 meses, ¿trabajadores de su empresa asistieron a cursos que organizó y/o financió su empresa (en capacitación dentro o fuera de la empresa)?



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 25:** En los próximos 12 meses, su empresa, ¿tiene planificado capacitar a sus trabajadores?

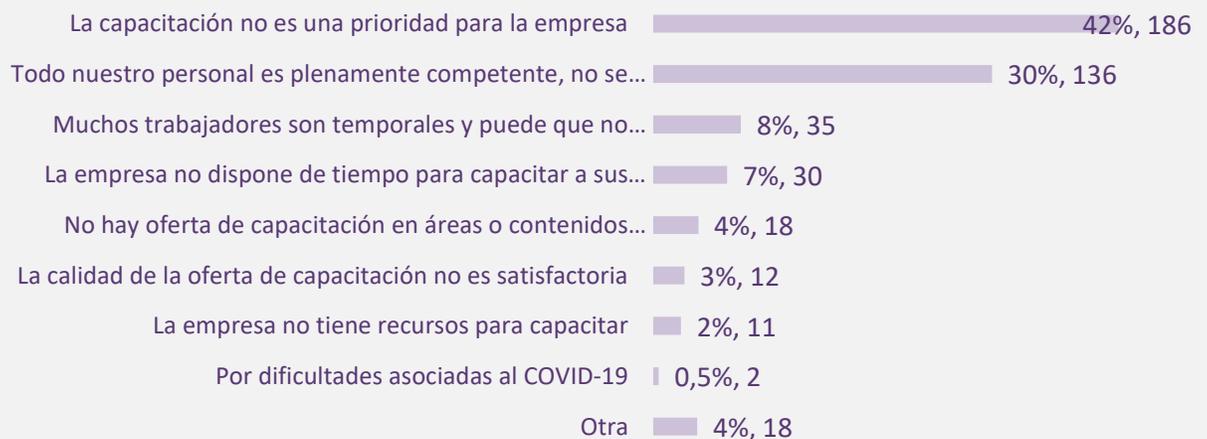


Fuente: ENADEL 2022

Un 87,2% de las empresas del Comercio señaló que sus trabajadores “No” asistieron a cursos que organizados y/o financiados por las empresas, mientras que un 12,8% “Sí” lo hizo (gráfico 24). Por otra parte, un 44%, la mayor parte de las empresas “No” tiene planificado capacitar a sus trabajadores, mientras que un 42% “Sí” espera hacerlo y un 3% “No sabe” (gráfico 25).

En específico, las razones por las que las empresas del Comercio no tienen planificado capacitar a trabajadores son, primero, en un 42%, porque “La capacitación no es una prioridad para la empresa”; en segundo lugar, con un 30%, porque “Todo nuestro personal es plenamente competente, no se necesita capacitación”. Luego, con porcentajes menores, aparecen las razones de “Muchos trabajadores son temporales y puede que no permanezcan en nuestra empresa” (8%), “La empresa no dispone de tiempo para capacitar a sus trabajadores” (7%), “No hay oferta de capacitación en áreas o contenidos relevantes para la empresa” (4%), “La calidad de la oferta de capacitación no es satisfactoria” (3%), “La empresa no tiene recursos para capacitar” (2%) y “Por dificultades asociadas al COVID-19” (0,5%) (gráfico 26).

**Gráfico 26:** Razones por las que no tiene planificado capacitar a trabajadores



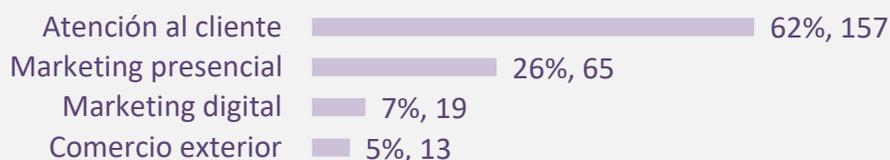
Fuente: ENADEL 2022

### Interés en capacitar según área y actividades

A continuación, se presentarán las principales tendencias relacionadas con el interés de las empresas del Comercio de la región de O'Higgins en capacitar según área y actividades. Para esto, se considerarán cursos asociados a las áreas de "Ventas y marketing" (gráfico 27), "Administración, contabilidad y gestión" (gráfico 28), "Transformación digital, desarrollo y programación" (gráfico 29), "Gastronomía, hotelería y turismo" (gráfico 30) y "Otros" (gráfico 31).

Así, en el área de capacitación "Ventas y marketing", los cursos con mayor demanda son "Atención al cliente", con 62%, y "Marketing presencial", con 26%. Con porcentajes menores aparecen "Marketing digital", registrando 7%, y "Comercio exterior", con 5% (gráfico 27).

#### Gráfico 27: Ventas y marketing



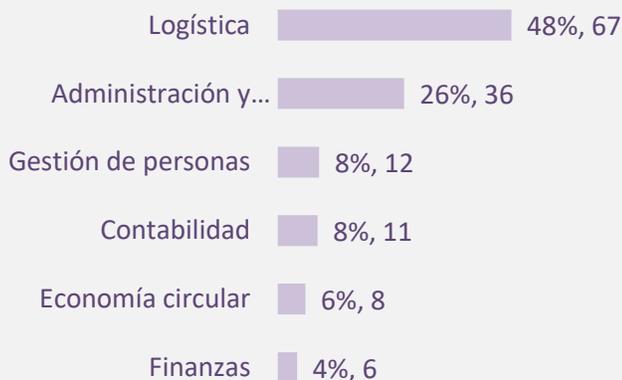
Fuente: ENADEL 2022

En el área de "Administración, contabilidad y gestión", en primer lugar, con un 48%, la actividad "Logística" es la más demandada. Le sigue, en segundo lugar, "Administración y planificación", con 26%. En tercer lugar, están "Gestión de personas" y "Contabilidad", ambas con 8%, seguidas de "Economía circular" y "Finanzas", con 6 y 4% respectivamente (gráfico 28).

En cuanto al área "Transformación digital, desarrollo y programación", con 27%, el curso con mayor

demanda es el de "Community Manager". Luego, en segundo lugar, está "Computación nivel usuario", con 19%. En tercer lugar, los dos con 13%, están "Administración de página web y aplicaciones" y "Comercio electrónico". Posteriormente, en cuarto lugar, con 12%, está "Alfabetización digital"; en quinta posición, con 8%, "Diseño y desarrollo web y aplicaciones"; y finalmente, con 6%, "Facturación electrónica" (gráfico 29).

#### Gráfico 28: Administración, contabilidad y gestión



Fuente: ENADEL 2022

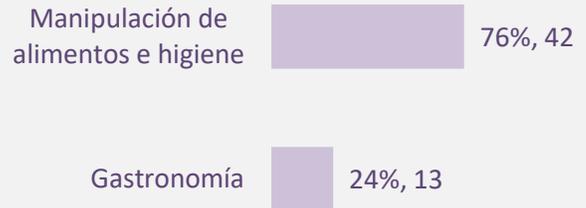
#### Gráfico 29: Transformación digital, desarrollo y programación



Fuente: ENADEL 2022

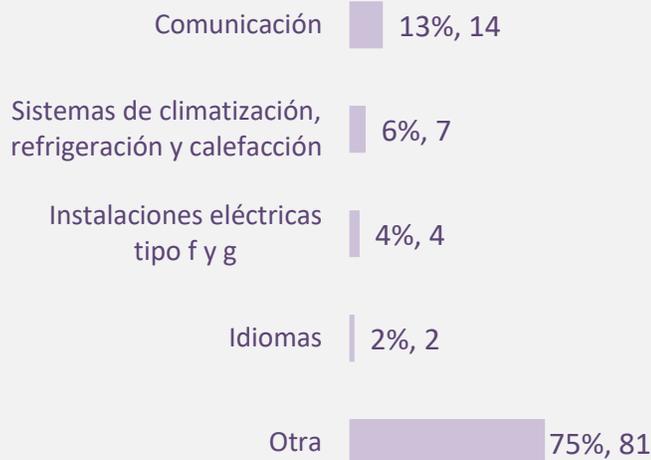
En cuanto al área “Gastronomía, hotelería y turismo”, el interés de las empresas de Comercio en la región de O’Higgins se acota a dos cursos: “Manipulación de alimentos e higiene”, con 76%, y “Gastronomía”, con 24% (gráfico 30).

**Gráfico 30: Gastronomía, hotelería y turismo**



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 31: Otros**



Fuente: ENADEL 2022

Finalmente, en “Otros”, destacan las actividades “Comunicación”, con 13%; “Sistemas de climatización, refrigeración y calefacción”, con 6%; “Instalaciones eléctricas tipo f y g”, con 4%; e “Idiomas”, con 2% (gráfico 31).

### Gráfico 32: Uso de servicios públicos para ofertar empleos

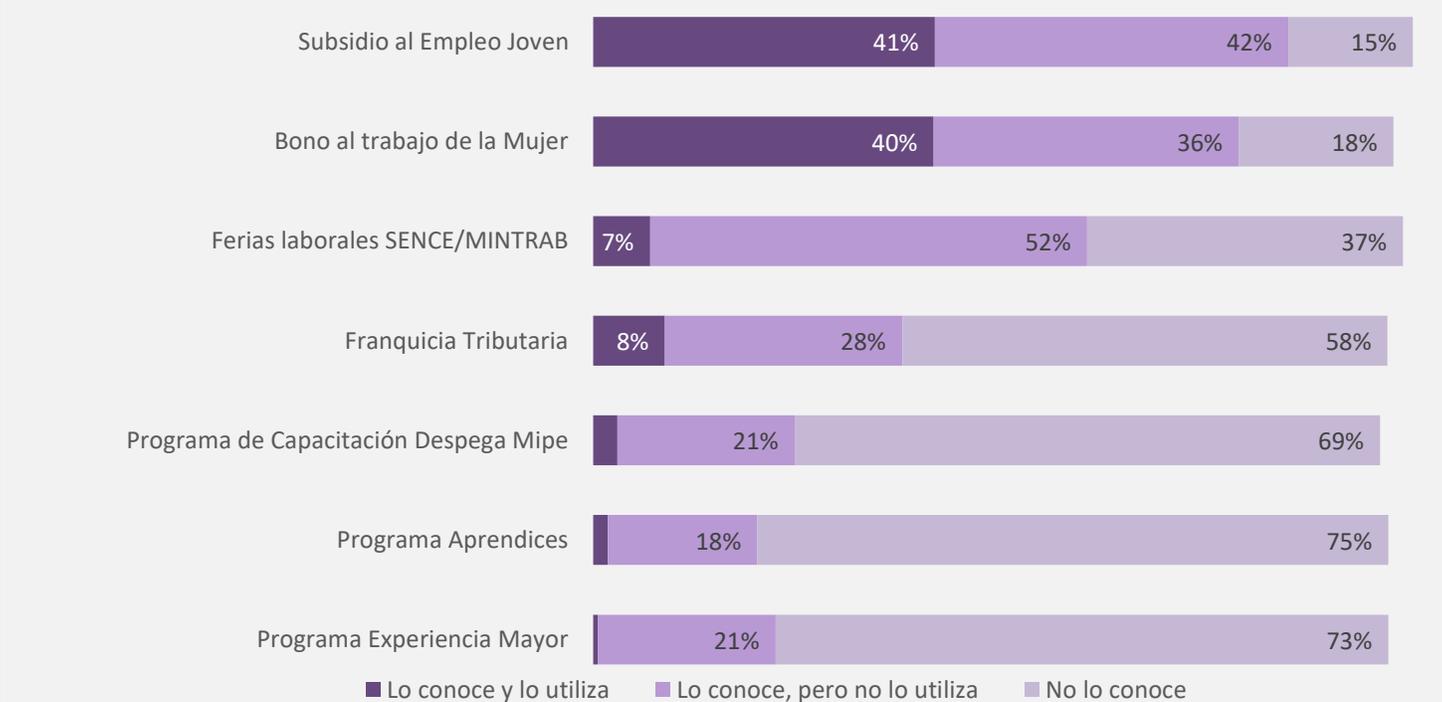


Fuente: ENADEL 2022

En relación con el “Uso de servicios públicos para ofertar empleos” (gráfico 32) de parte de las empresas del sector Comercio en la región de O’Higgins, respecto de las “Oficinas Municipales de Información Laboral” (OMIL), el 22% declara que “Lo conoce y lo utiliza”, mientras que el 48% que “Lo conoce, pero no lo utiliza”, y el 25% que “No lo conoce”. Acerca de la “Bolsa Nacional de Empleo”, un 9% de las empresas dice que “Lo conoce y lo utiliza”, un 38% que “Lo conoce, pero no lo utiliza”, y un 49% que “No lo conoce”. En cuanto a “ChileValora”, sólo un 4% indica que “Lo conoce y lo utiliza”, un 27% que “Lo conoce, pero no lo utiliza”, y un 65% que “No lo conoce”.

Ahora, respecto a la “Utilización de programas públicos” (gráfico 33), los más conocidos y utilizados son el “Subsidio al Empleo Joven”, con 41%, y el “Bono al trabajo de la Mujer”, con 40%. Las “Ferias laborales SENCE/MINTRAB”, con 52%, la mayor parte de las empresas indica que las conoce, pero no las utiliza, mientras que, la “Franquicia Tributaria”, el “Programa de Capacitación Despega Mipe”, el “Programa Aprendices” y el “Programa Experiencia Mayor”, no son conocidos por las empresas del Comercio en la región.

### Gráfico 33: Utilización de programas públicos



Fuente: ENADEL 2022

### 3.7 Profundización en grupos ocupacionales

Durante el año 2022, las principales ocupaciones en el sector Comercio en la región de O'Higgins según vacantes y número de empresas son, en primer lugar, "Vendedores y asistentes de venta de tiendas, almacenes y puestos de mercado", con 2.267 vacantes en 163 empresas. En segundo lugar, se encuentra "Cajeros de comercio", con 65 vacantes en 25 empresas. En tercer lugar, con 48 vacantes en 14 empresas, se ubica "Cocineros". Y, en quinto lugar, con apenas 13 vacantes en 6 empresas, aparece "Garzones de mesa" (Tabla 2).

**Tabla 2:** Principales ocupaciones en grupo de trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados, 2022

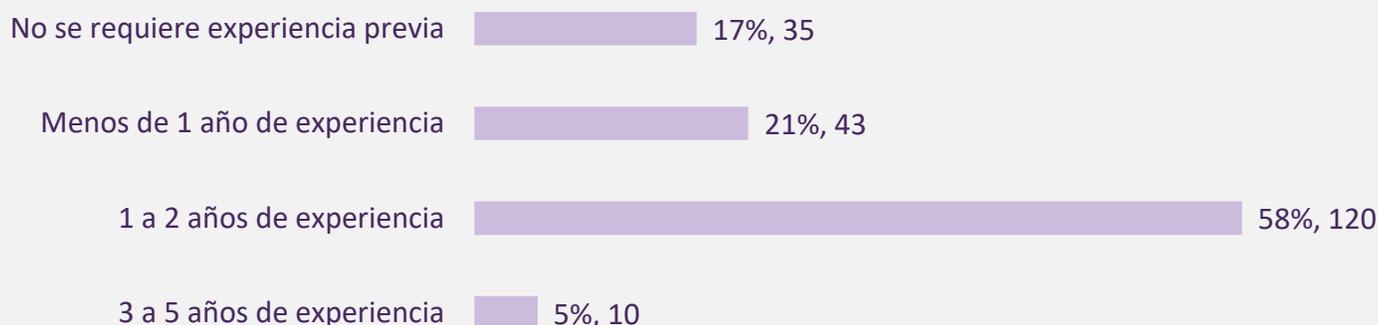
Ocupación	Vacantes	Empresas
Vendedores y asistentes de venta de tiendas, almacenes y puestos de mercado	2.267	163
Cajeros de comercio	65	25
Cocineros	48	14
Garzones de mesa	13	6

Fuente: ENADEL 2022

### 3.7.1 Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados

Respecto a la experiencia requerida por las empresas del Comercio para “trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados”, la mayor parte de estas, con un 58%, declaran requerir trabajadores con “1 a 2 años de experiencia”, seguida de un 21% que dice necesitar trabajadores con “Menos de 1 año de experiencia”, un 17% afirma que “No se requiere experiencia previa” y sólo un 5% dice necesitar personal con “3 a 5 años de experiencia” (gráfico 34).

**Gráfico 34:** Experiencia requerida por empresas para trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados



Fuente: ENADEL 2022

En su mayoría, con un 68% de las respuestas, las empresas del Comercio indican como requisito educacional para los trabajadores de este grupo ocupacional contar con “Educación Media Científico Humanista Completa”. En segundo lugar, con 13%, se requiere el grado de “Técnico Nivel Superior (CFT o IP)”. En tercer lugar, con 8%, el requisito indicado es “Educación Media Técnico Profesional”. En cuarto lugar, con 6%, se ubica “Sin requisito”. Y en quinto lugar, con un 4%, aparece “Básica completa” (gráfico 35).

**Gráfico 35:** Requisitos educacionales de empresas para trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados



Fuente: ENADEL 2022

**Gráfico 36:** Tipo de contrato ofrecido a trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados



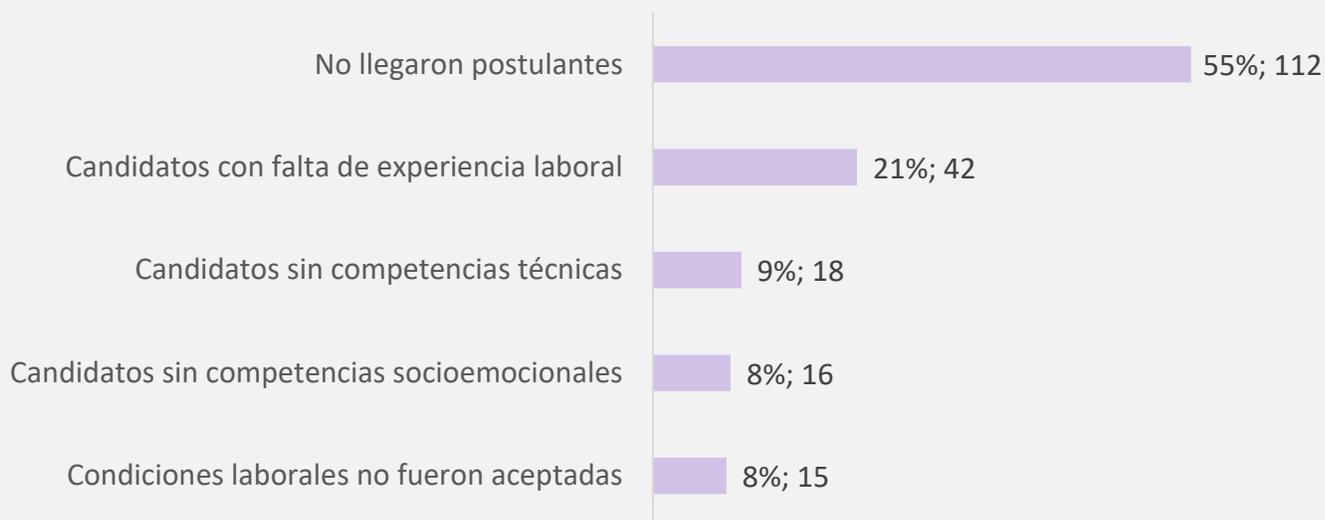
Fuente: ENADEL 2022

El tipo de contrato con mayor presencia en los trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados es, con un 45%, “Definido, a plazo o por obra”, seguido, con un 35%, del contrato “Honorarios”, y, con un 19%, por el “Indefinido” (gráfico 36).

En relación con las razones de las dificultades de contratación en el sector, en primer lugar, con 55%,

“No llegaron postulantes”. En segundo lugar, con 21%, llegaron “Candidatos con falta de experiencia laboral”. En tercer lugar, con 9%, se alude a “Candidatos sin competencias técnicas”. Luego, en cuarto lugar, con 8%, las razones indicadas son “Candidatos sin competencias socioemocionales” y “Condiciones laborales no fueron aceptadas” (gráfico 37).

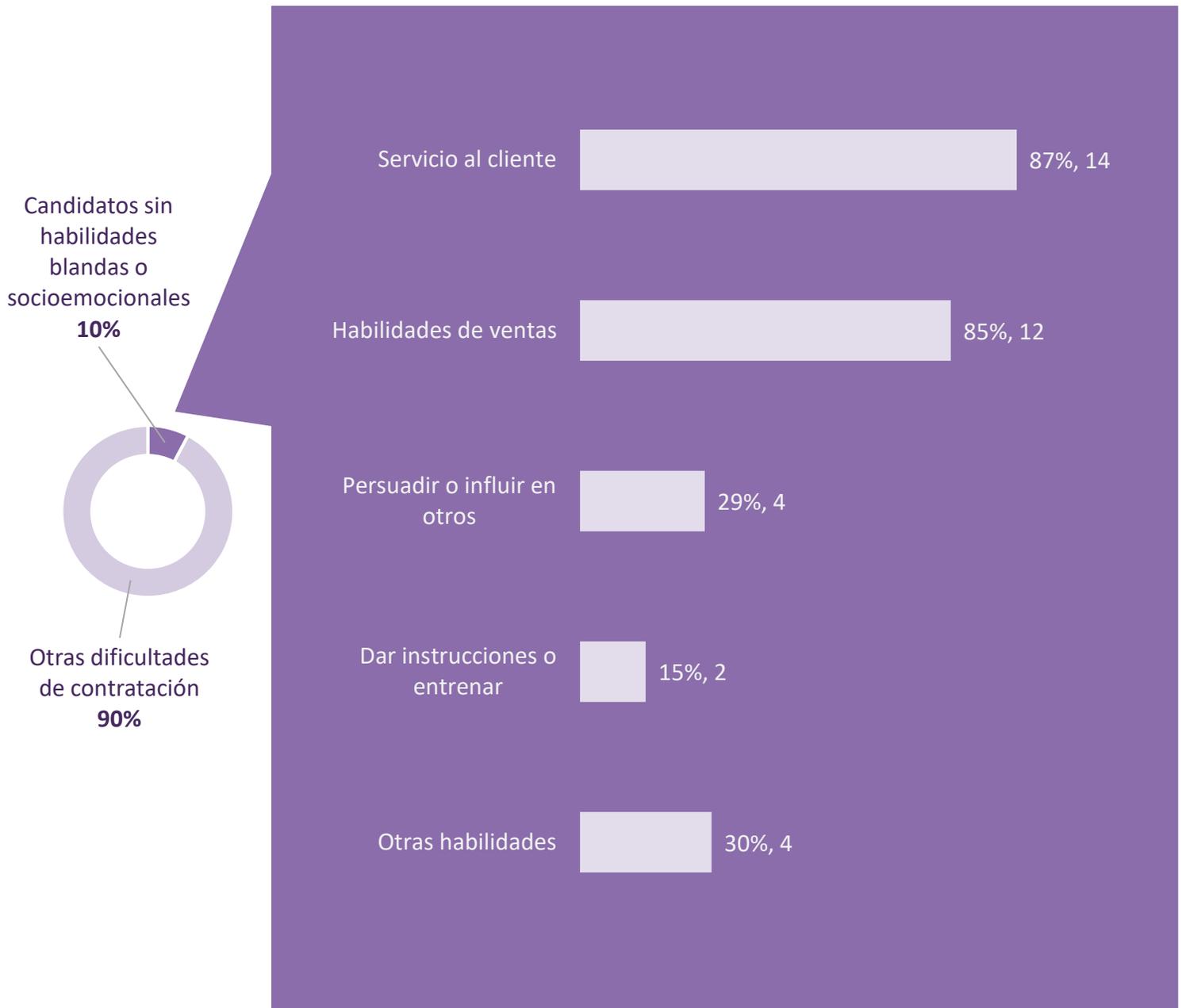
**Gráfico 37:** Razones de las dificultades de contratación de trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados



Fuente: ENADEL 2022

En cuanto a los candidatos sin habilidades blandas o socioemocionales, estas se vinculan principalmente al “Servicio al cliente”, con un 87%, seguido de “Habilidades de ventas”, con 85%, “Persuadir o influir en otros”, con 29%, y “Dar instrucciones o entrenar”, con 15%. Las habilidades más escasas son justamente las que se relacionan directamente con el sector (gráfico 38).

**Gráfico 38:** Carencia de competencias socioemocionales para trabajadores de servicios y vendedores de comercios y mercados



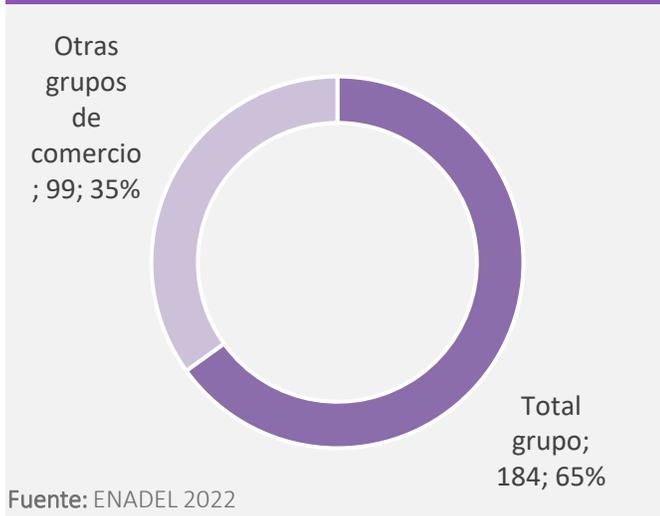
La proporción de empresas del Comercio que señalaron contratar a trabajadores del grupo ocupacional “Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados”, corresponde al 65% de las empresas del sector en la región (gráfico 39).

Así mismo, las vacantes de este grupo ocupacional,

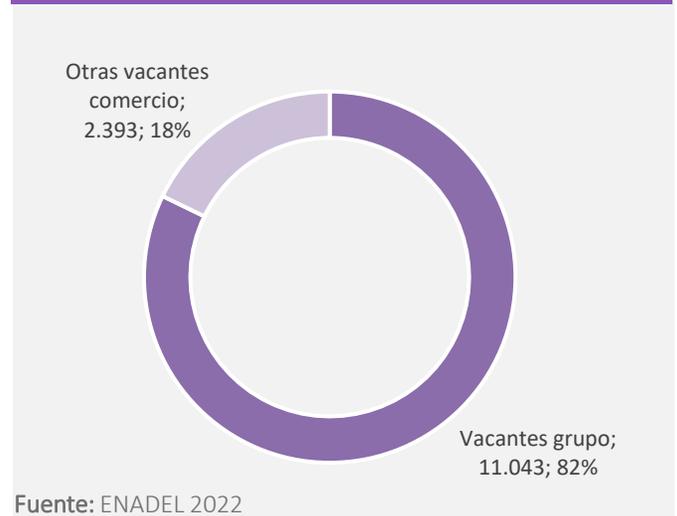
respecto del total, con 11.043, representan el 82% (gráfico 40).

Específicamente en cuanto a las vacantes del sector, en la región, las empresas del Comercio proyectan 378 vacantes en esta ocupación para los próximos 12 meses, siendo esta cifra levemente inferior a la del año anterior (gráfico 41).

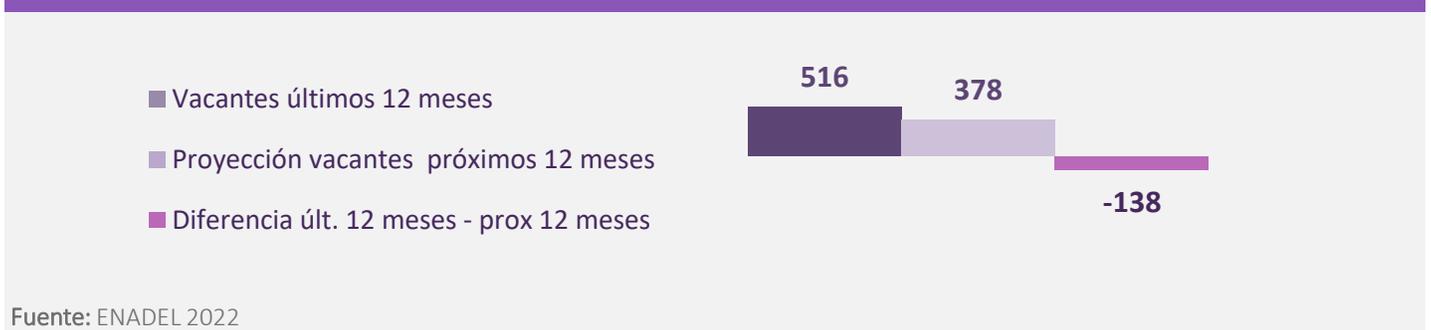
**Gráfico 39:** Proporción de empresas del grupo respecto al total de empresas de comercio



**Gráfico 40:** Vacantes del grupo respecto del total de vacantes de empresas de comercio



**Gráfico 41:** Proyección de vacantes 2023 del grupo como % del total de vacantes comercio en 2022





**4**

Síntesis de  
**Resultados**

## Síntesis de resultados

En el presente informe se entregó una visión detallada del sector del Comercio en la Región de O'Higgins, abarcando aspectos como la caracterización de los trabajadores, la situación de las empresas, las dificultades de contratación, la capacitación y el uso de la oferta pública. A través del análisis de los datos recopilados, se han identificado varios hallazgos relevantes que arrojan luces sobre la situación actual y los desafíos que enfrenta este sector económico.

En primer lugar, se destaca la importancia del Comercio como generador de empleo en la región. Con una dotación de trabajadores que alcanza los 21.257 empleados, el sector del Comercio se posiciona como uno de los principales motores de la economía local. Es necesario reconocer el papel fundamental que desempeñan estos trabajadores en la actividad comercial y el impacto que tienen en el desarrollo económico de la región.

En cuanto a la caracterización de los trabajadores, se observa que la mayoría de los empleados en el Comercio tienen un contrato directo con su empleador (87%). Sin embargo, también se identifica la presencia de trabajadores subcontratados (11%) y empleados bajo la modalidad de honorarios (2%). Estas cifras reflejan una diversidad de vínculos laborales en el sector y resaltan la importancia de asegurar condiciones justas y equitativas para todos los trabajadores, independientemente de su tipo de contrato.

Otro aspecto relevante es la brecha de género existente en el Comercio de la región. Con un 68% de trabajadores hombres y un 32% de mujeres, se evidencia una disparidad en la participación de género en este sector. Es fundamental promover la igualdad de oportunidades y la equidad de género en el Comercio, fomentando la participación de las mujeres.

En relación con las dificultades de contratación, se identificó que el 62% de las empresas del sector Comercio tuvo problemas para cubrir vacantes en los últimos 12 meses. Las principales razones mencionadas fueron la falta de postulantes y la falta de experiencia laboral. Estos desafíos resaltan la necesidad de implementar estrategias efectivas de reclutamiento y selección de personal, así como fortalecer programas de formación y capacitación para cerrar la brecha entre la oferta y la demanda de habilidades laborales en el

sector.

En cuanto a la capacitación, se encontró que el 67% de las empresas tiene planes de que sus trabajadores participen en procesos de certificación de competencias laborales en el próximo año. Sin embargo, se observa que la mayoría de las empresas no ha organizado ni financiado actividades de capacitación para sus empleados. Es esencial que las empresas reconozcan la importancia de la capacitación y la formación continua como herramientas para mejorar la productividad, la calidad del servicio y el desarrollo profesional de los trabajadores.

El uso de la oferta pública también se destaca como una oportunidad para las empresas del comercio en la región. Aunque se observa un buen nivel de conocimiento sobre las instituciones que certifican a los trabajadores (52% de las empresas encuestadas), es necesario promover una mayor utilización de los programas y servicios disponibles. Las instituciones públicas y privadas que ofrecen certificaciones y capacitación pueden desempeñar un papel fundamental en el desarrollo de competencias laborales y en la mejora de la empleabilidad de los trabajadores del comercio.

El sector del Comercio en la Región de O'Higgins enfrenta desafíos significativos en términos de contratación, capacitación y desarrollo de los trabajadores. Es fundamental que las empresas del sector adopten estrategias efectivas de reclutamiento y selección de personal, promuevan la igualdad de oportunidades y la equidad de género, y fomenten la capacitación y la certificación de competencias laborales. Así mismo, se requiere una mayor colaboración entre las empresas y las instituciones públicas y privadas para aprovechar al máximo los programas y servicios disponibles en materia de formación y desarrollo laboral. Para impulsar el crecimiento y la competitividad del sector del Comercio en la región, es necesario fortalecer la colaboración entre los actores clave, incluyendo a las empresas, los trabajadores y los organismos gubernamentales. Solo a través de un enfoque integral y coordinado se podrá aprovechar plenamente el potencial del Comercio como generador de empleo en la Región de O'Higgins.



# ENADEL

Encuesta Nacional de Demanda Laboral