

RESUMEN ESTUDIO “CENTROS COMERCIALES: CARACTERIZACIÓN Y CAMBIOS EN LA FUERZA LABORAL” DE LA CÁMARA DE CENTROS COMERCIALES Y UP SKILLS

Se trata del primer estudio grande y exhaustivo de la Cámara de Centros Comerciales que nos entrega:

- 1.- Datos actualizados del sector hoy: número de centros comerciales, formatos, cantidad de GLA, número de tiendas, etc.
- 2.- Características de los trabajadores de los centros comerciales: cantidad, género, nivel educacional.
- 3.- Impacto del COVID y de la tecnología: cómo ha afectado la pandemia al sector que debió reducir sus dotaciones, cómo se están adaptando los centros comerciales al crecimiento del comercio electrónico.
4. Identificación de oportunidades para el sector.

ANTECEDENTES

- Este estudio es descriptivo y exploratorio, fue ejecutado con el fondo de 5% de franquicia tributaria de Sence (Resolución exenta n°2938, del 30 de diciembre de 2020), por Upskills, facilitado por la Otic de la Cámara Nacional de Comercio, Turismo y Servicios (CNC). El trabajo de campo entre marzo y julio del 2021.
- El estudio contó con diferentes instancias de levantamiento de información, tanto cualitativa como cuantitativa. Se preguntó por: caracterización, impacto de la pandemia, desafíos tecnológicos y de capital humano.
- Metodología: Se realizaron entrevistas a gerentes de los diversos corporativos de Centros Comerciales y encuestas telefónicas, en tres niveles:
 - Corporativo o encargado corporativo.
 - Gerente de mall (en algunos casos llamado *Center Manager* o también jefe de Operaciones).
 - Jefe o encargado de tienda.

1. DATOS ACTUALIZADOS DE LOS CENTROS COMERCIALES

- Total de centros comerciales en el país: 276, de diversos formatos. En la Región Metropolitana se encuentran 27 mall, 2 outlet, 27 power center, 39

strip center y 22 stand alone. Esto representa un 42% de los activos y el 51% de los malls del país.

- En la zona sur y en el norte el formato más frecuente es el Power center. En términos de regiones, luego de la Metropolitana, las otras regiones que más activos concentran son Antofagasta y Los Lagos, en segundo y tercer lugar, respectivamente.
- Total de trabajadores que se desempeñan en centros comerciales: 97.000 (con personas de tiendas), al año 2021. De ese número, 49.982 trabajan en grandes tiendas, 16.791 en tiendas especializadas, 6.217 en restaurantes y 5.910 en supermercados.
- El sector opera con cerca de 100 mil personas en todo el país. De ellos, 3 mil son trabajadores directos de las empresas dueñas de los centros comerciales, aproximadamente 12 mil corresponden a puestos de trabajo tercerizados (seguridad, mantenimiento, jardines, etc.), y el resto, son trabajadores de tiendas (se entiende por tienda, desde una gran tienda, hasta un local isla). En promedio, en este rubro, por cada trabajador directo, hay 4 trabajadores tercerizados.
- GLA totales: 4.887.764.

a) Características de los centros comerciales en Chile:

- El 96% de los centros comerciales posee servicios de estacionamiento, ya sea gratuito o de pago, en ocasiones gestionado por la propia administración del establecimiento o por un servicio externo.
- El 82% de los centros cuenta con un patio de comida o *foodcourt*, lo que se suma a que el 78% de ellos también cuenta con restaurantes fuera de un espacio colectivo.
- Es posible encontrar islas (o módulos) en el 96% de los centros comerciales, lo que indica que existe un espacio amplio de apertura a pequeños y medianos emprendedores que son los principales locatarios de este tipo de espacios.
- Dos de cada tres centros comerciales cuentan con un cine.
- Distribución por rubro de las tiendas: casi $\frac{3}{4}$ de la ocupación de los locales está liderado por tiendas especializadas, seguidas en un 15% por los restaurantes. Luego, la distribución es equitativa entre locales del rubro entretenimiento, farmacias, grandes tiendas, servicios y supermercados.
- Centro comercial promedio tendría la siguiente distribución de tiendas: 1 supermercado, 2 grandes tiendas, 2 farmacias, 10 restaurantes, 10 islas (módulos) y 49 tiendas especializadas. Además, considerando los análisis

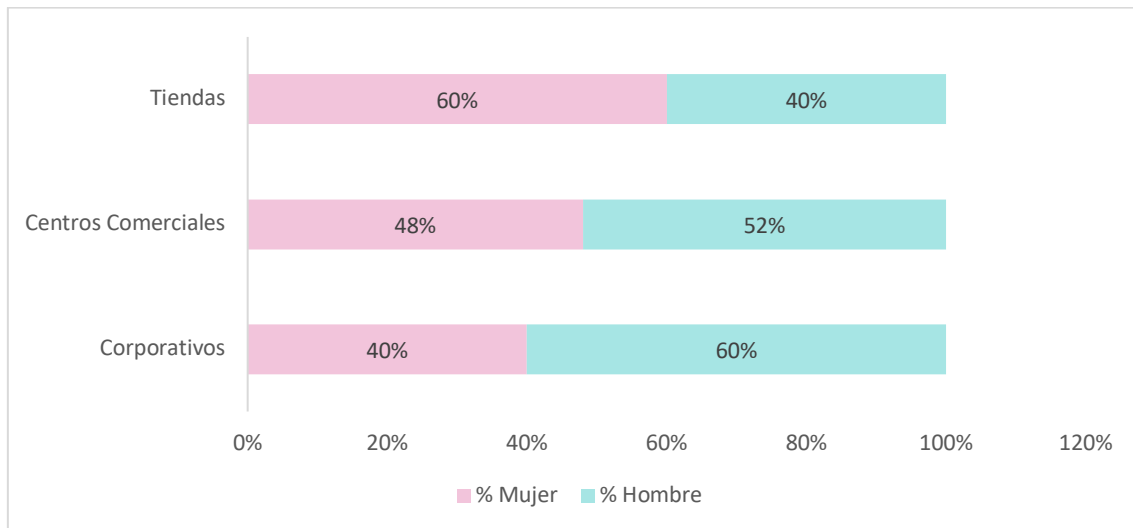
anteriores, este centro comercial tendría estacionamientos y muy seguramente también un cine, junto a espacios y/o tiendas de entretenimiento

2.- CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS DE TRABAJAN EN LOS CENTROS COMERCIALES

- Las mujeres representan el **57%** de la fuerza laboral vinculada a estos centros. Se emplea a personas preferentemente jóvenes (hasta 44 años). Los extranjeros son cerca del **18%** de la fuerza laboral, así también se declara que las personas en situación de discapacidad alcanzan el 1,2% de las dotaciones. En general, en términos educacionales, las Tiendas priorizan la contratación de personas egresadas de TNS, los centros comerciales tienen mayor participación de egresos de educación media, y los corporativos se caracterizan por los egresos universitarios.

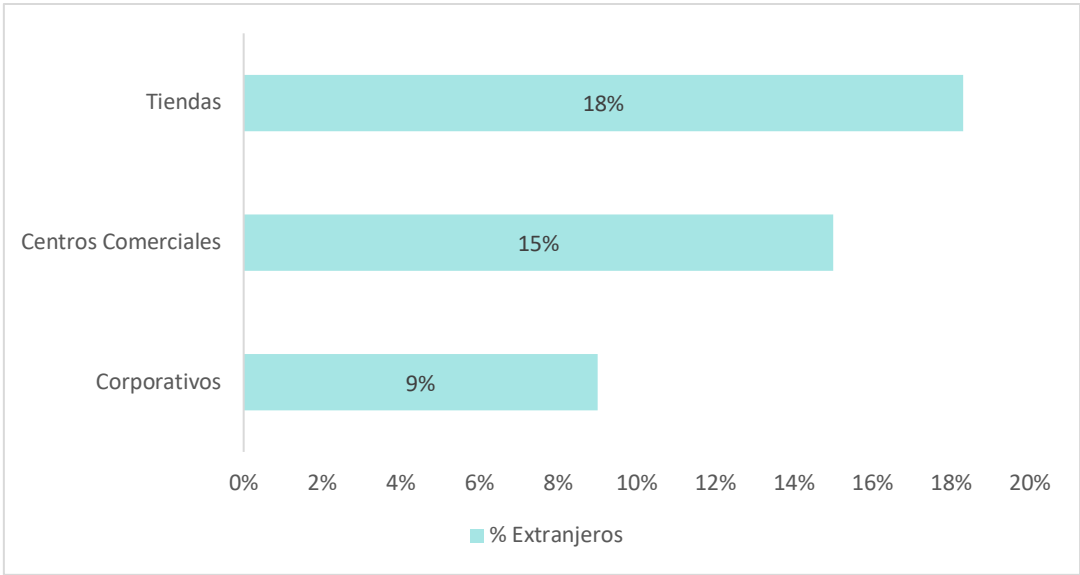
Por género:

A nivel global de trabajadores en centros comerciales (considerando corporativos, centros comerciales y tiendas), la participación femenina alcanza el **57%**. Esta distribución se evidencia principalmente a nivel de tiendas y personal de centros comerciales, en los corporativos, la distribución es inversa, donde un 60% de los trabajadores son hombres.



Nacionalidad:

La participación global de trabajadores extranjeros en el sector alcanza el **17%**, con una mayor presencia entre el personal de tiendas y de centros comerciales (18% y 15% respectivamente). A nivel de corporativos, este valor alcanza el 9%.



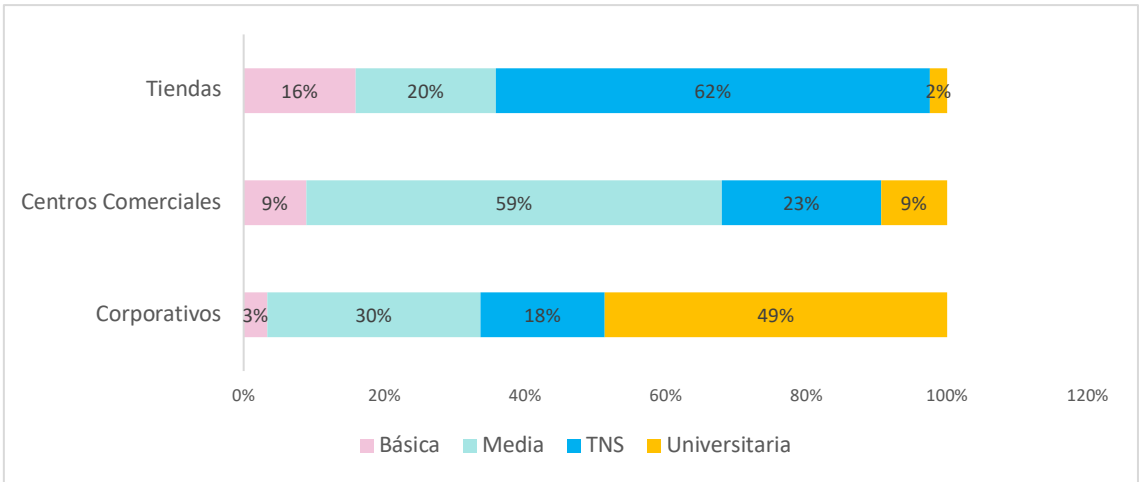
Discapacidad

A nivel global, el sector reporta un **1,2%** de dotación de personas con discapacidad, evidenciando un mayor porcentaje (3%) en el estamento de Corporativos

Nivel Educativo

En las estructuras corporativas es posible identificar que el mayor porcentaje de trabajadores (49% casi la mitad) tiene formación universitaria (ya sea de pregrado o postgrado) como último nivel alcanzado. En el segmento de dotaciones propias del Centro Comercial, es posible identificar que casi un 60% de los trabajadores tiene Enseñanza Media como máximo nivel alcanzado, con un porcentaje importante (23%) de trabajadores con algún tipo de especialización técnica de nivel superior.

Por otra parte, a nivel de tiendas, la mayor parte de los trabajadores tiene formación Técnica de Nivel Superior (62%) y un porcentaje muy menor (2%) tiene formación universitaria.



Edad

En lo que respecta a las tiendas, más de la mitad de sus trabajadores son jóvenes entre 18 y 29 años. Sumando el tramo que llega hasta los 44 años, se alcanza casi el 90% de la dotación total de las tiendas.

3.- IMPACTO COVID Y TECNOLÓGICO

- Las dotaciones de los tres segmentos analizados han tenido una contracción en los últimos años, siendo muy significativa entre 2019 y 2020, distribuyéndose entre 25% y un 12% menos que la dotación original del primer año contemplado. No obstante, esta contracción no ha detenido el mercado laboral, siendo igualmente importante los movimientos de contratación que se han declarado para cada uno de los grupos.
- La flexibilidad laboral, manifestada en horarios, es la opción que más consenso convoca como cambio probable impulsado por la pandemia y las cuarentenas. Asimismo, hay una fuerte tendencia a ver la incorporación de tecnología como algo probable, impulsado por el mismo fenómeno. Dentro de esas tecnologías, o cambios asociados a nuevas tecnologías, está el *delivery* por medio de otras empresas, el *click and collect* y el *e-commerce*. Las tecnologías más vanguardistas como el desarrollo de *apps*, *voice shoppers*, *chatsbots*, reconocimiento facial, o *bigdata*, no parecen ser de aplicación pronta.
- Consultadas las empresas respecto a sus dotaciones promedio en los años 2019, 2020 y a la fecha, es posible identificar una situación que se repite en los tres segmentos: la contracción de las dotaciones del sector se dio por única vez el año 2020, y un año después, los diferentes segmentos han mantenido su operación con ese nivel dotacional. En términos porcentuales, las dotaciones de los corporativos se contrajeron en cerca de un 11%; las de centros comerciales, en 1/4 de su dotación; y en las tiendas, en 1/3.
- Esto no se refleja de igual manera en términos de contrataciones y desvinculaciones, ya que, dado el contexto de pandemia, las etapas de confinamiento totales, o las etapas de apertura con funcionamiento parcial, sumado a las modificaciones que se tuvieron que realizar tanto en la infraestructura como en los modelos de negocios, ha implicado cierta flexibilidad en términos de las estructuras de contrataciones por parte de los diferentes segmentos de negocios. Esto implica que se hace complejo establecer indicadores de rotación entre un año y otro, ya que los cambios en las relaciones contractuales son más frecuentes e impredecibles a causa de la contingencia sanitaria.
- Atendiendo las contingencias políticas y sanitarias que se han sucedido entre los años 2019 y 2020, la situación del empleo fue dispar entre corporativos, centros comerciales y tiendas: en los corporativos es donde se identifica mayor prevalencia de desvinculaciones sobre contrataciones, casi en una relación de 2 trabajadores desvinculados por cada trabajador contratado, lo que indica una reducción en el tamaño dotacional al menos a nivel de dotación corporativa

(porcentualmente es menos significativa sobre el total de trabajadores del rubro).

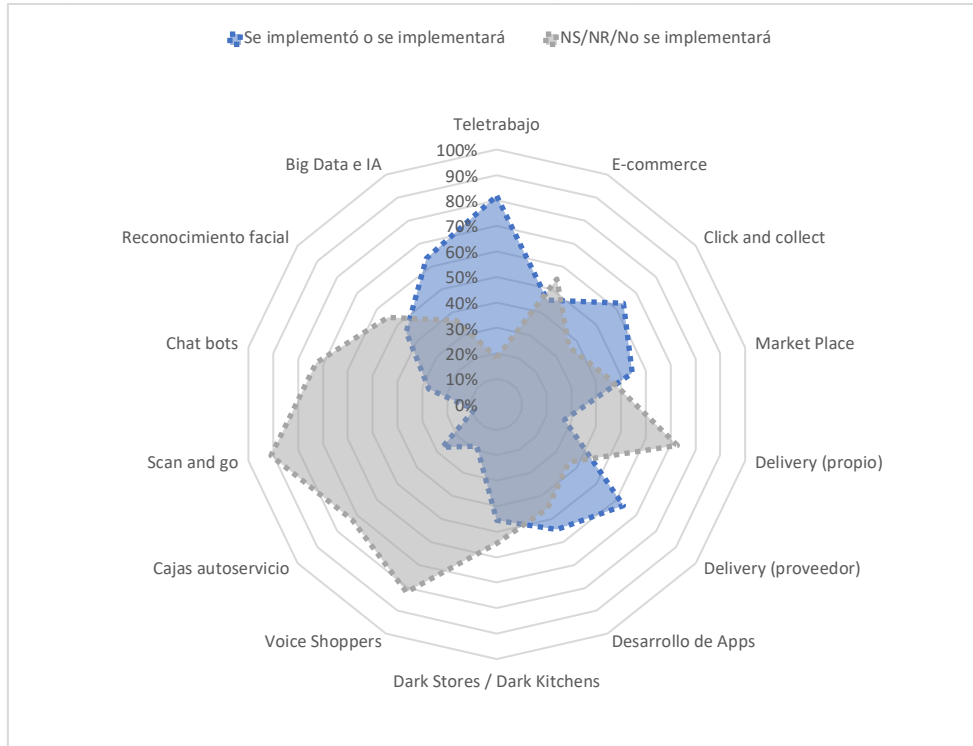
- Por el contrario, en los centros comerciales, durante 2020, se da una relación casi de 2 trabajadores contratados por cada trabajador desvinculado, lo que podría explicarse porque los centros tuvieron impactos más fuertes en el empleo desde octubre de 2019, donde vinieron reduciéndose en tamaño, pero ante aperturas esporádicas durante 2020, en fases menos agresivas de la pandemia, era necesario contratar trabajadores para poder operar los centros.
- La relación entre contratación y desvinculaciones en las tiendas durante 2020 es prácticamente 1:1. Una de las hipótesis, deslizada por los encuestados, es que atendida la contingencia sanitaria y los cambios de fase entre períodos sin cuarentena o con cuarentena (donde los locales debían estar completamente cerrados), las contrataciones de trabajadores para las tiendas se daba a corto plazo y dependiendo de la fase en la que se encontraba, es decir, se desvinculaban trabajadores si se ingresaba a cuarentena y se contrataban trabajadores cuando se salía de aquella fase.

a) Impacto tecnológico

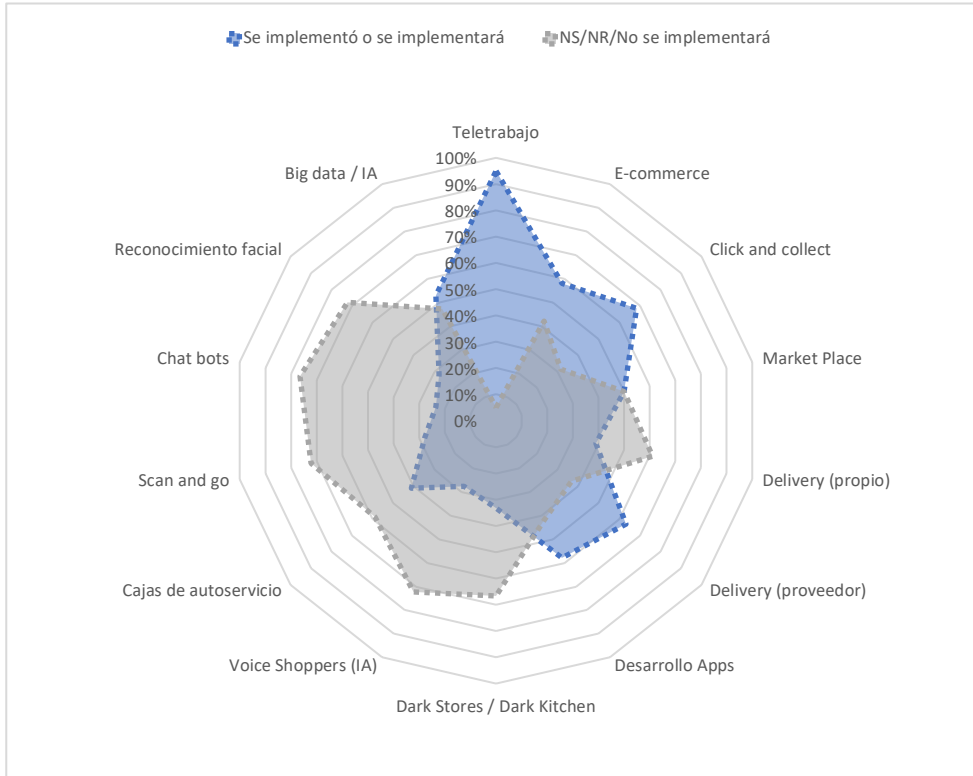
- Todos coinciden en que la pandemia produjo cambios relevantes. Los jefes de tienda tienen una visión más conservadora respecto a estos cambios que los corporativos o los gerentes de mall.
- Hay coincidencia en todos los corporativos respecto a que existirá una mayor flexibilidad horaria en los centros comerciales. De igual manera, la gran mayoría de ellos considera que habrá cambios en el uso de los espacios, que se mezclará con la apertura de nuevos tipos de tiendas (tiendas oscuras o grises) y la incorporación de nuevas tecnologías.
- Desde las tiendas perciben que los mayores impactos estarán en la flexibilización horaria y en mejores tasas de conversión, es decir, recibirán visitas más directas o puntuales hacia la compra antes que a la cotización o el esparcimiento.
- A nivel de corporativos es posible identificar que las principales transformaciones tecnológicas que se han implementado o se estarán implementando en el corto plazo son el teletrabajo, la metodología *click and collect*, los *marketplace* y el *delivery* realizado con proveedores.
- Si bien existe una leve coherencia a nivel de tiendas, respecto a lo que está implementándose en los centros comerciales (aparecen nuevamente el *click and collect* y *delivery* con proveedores externos entre las transformaciones tecnológicas implementadas más mencionadas), se agregan las plataformas de *e-commerce* como una transformación relevante para el modelo de negocio de las tiendas en los centros comerciales. Esto implica, finalmente, que las tiendas

han generado plataformas para vender fuera de los centros comerciales (vía web), otorgando la posibilidad de despacho o retiro en los propios centros comerciales, lo que es coherente con las respuestas a nivel corporativo o de centros comerciales.

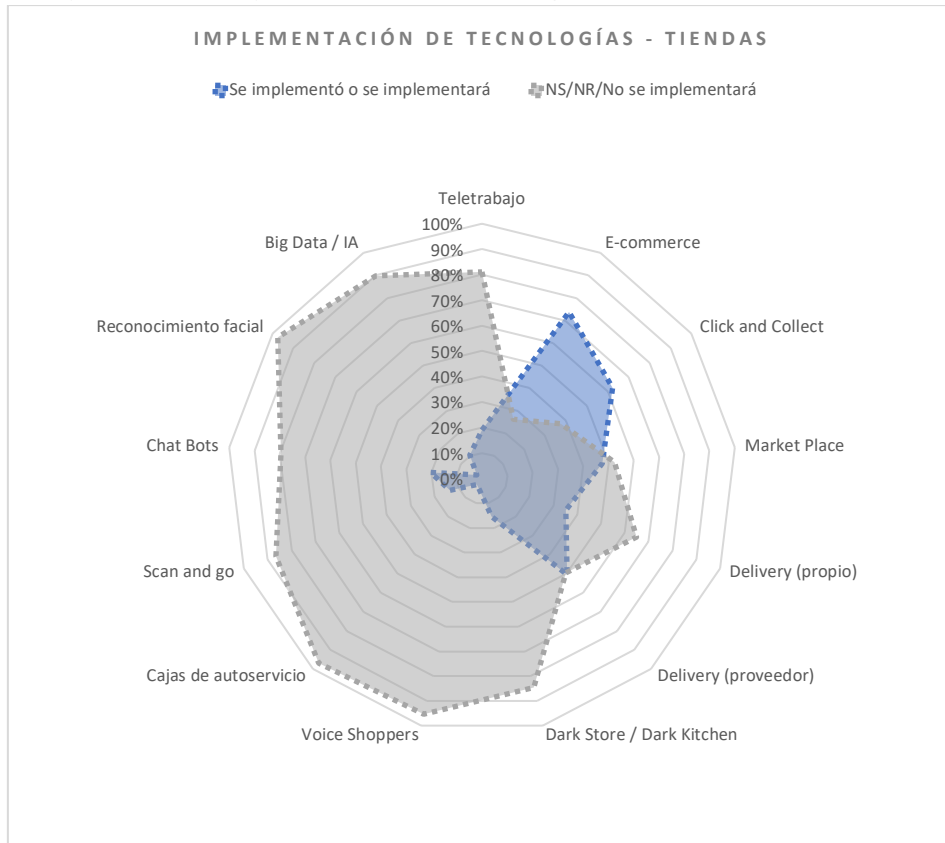
Percepción sobre la implementación de la tecnología, Corporativos:



Percepción sobre la implementación de la tecnología, Centros Comerciales:



Percepción sobre la implementación de la tecnología, Tiendas:



4. OPORTUNIDADES

- A nivel de los centros comerciales, existe coherencia entre la percepción de los corporativos y de los gerentes de mall respecto a las competencias que consideran tendrán que desarrollar en el corto plazo los trabajadores del sector. Casi el 80% de los corporativos considera que las competencias digitales son las más importantes a desarrollar entre los trabajadores para los desafíos futuros, seguido por las competencias Logísticas y una tendencia hacia la polifuncionalidad. Para los gerentes de mall, las competencias digitales y la polifuncionalidad son las tendencias que exigirán desarrollo de capital humano en el sector en el corto plazo.
- De acuerdo con esta distinción, la percepción de los jefes de tienda considera que deben desarrollar competencias administrativas, digitales, logísticas, comerciales, y también la polifuncionalidad.
- Sobre los otros cargos, se percibe una necesidad respecto al desarrollo de polifuncionalidad, competencias comerciales y digitales en los vendedores. También la polifuncionalidad es un desarrollo deseable para los cajeros, ya que la mitad de las jefes de tienda consideran que requieren desarrollo en esta área para hacer frente a los cambios y transformaciones del sector.

ANEXOS

- **Mall (o centro regional):** centros comerciales de más de 40.000 m² GLA, con impacto sobre múltiples zonas geográficas, con tiendas anclas, tiendas especializadas, cines, entretención, restaurantes y patio de comida.
- **Outlet:** centros comerciales con tiendas de descuento o liquidación de productos de temporadas anteriores, generalmente ubicados en la periferia de las ciudades.
- **Power Center:** centros comerciales de entre 10.000 m² y 40.000 m² GLA, cuya oferta está centrada en sus tiendas anclas (no más de dos) y un número reducido de locales comerciales y/o servicios.
- **Strip Center (vecinal):** centros comerciales de hasta 10.000 m² GLA que puede o no incluir alguna tienda ancla, más un número reducido de locales comerciales y/o servicios.
- **Standalone:** centro comercial que se conforma únicamente de una tienda ancla, capaz de atraer un gran número de clientes, como tiendas por departamentos o hipermercados.