



Se inicia diseño de programa para apoyar a almaceneros en la gestión de sus negocios

Description

El poco manejo financiero y de gestión del negocio son los principales desafíos que enfrenta el rubro. Esta instancia público-privada permitirá generar un diagnóstico del sector, el cual servirá de insumo para la primera etapa de la iniciativa que estará operativa durante el primer trimestre del año.

La División de Empresas de Menor Tamaño del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo lideró la primera sesión de un taller público-privado, compuesto por personas relacionadas a los almacenes y comercios de barrio, que busca aportar al diseño de una iniciativa enfocada en apoyar a los almaceneros/as en la gestión de su negocio.

El objetivo de este taller, realizado bajo la metodología de “design sprint”, fue llegar a un diagnóstico común sobre las principales necesidades de los almaceneros y almaceneras del país, un insumo clave para el diseño de una iniciativa público-privada de largo plazo. El trabajo de codiseño se realizó tras encuentros con dueñas y dueños de este tipo de comercios de diversas comunas y barrios de la capital como Santiago, Ñuñoa, San Miguel, Quinta Normal y Bajos de Mena en Puente Alto.

Este primer encuentro arrojó datos relevantes para construir una radiografía del sector. Quedó en evidencia los principales problemas que enfrentan los dueños de este formato de negocios está relacionan al poco manejo financiero y de gestión del negocio, el escaso apoyo para administrar sus emprendimientos, como el poco tiempo que tienen para su vida familiar y hacer trámites.

Con esta información, el equipo de la División de Empresas de Menor Tamaño del Ministerio de Economía diseñará un prototipo inicial de la iniciativa, la cual estará lista durante los primeros meses del año, lo que permitirá iniciar la primera etapa de la iniciativa para almacenes durante este primer trimestre del año.

Según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII), hoy en Chile existen 146.000 almacenes, botillerías y negocios de barrio, que representan el 40% de las ventas del sector comercio. Los productos que ofrecen son abarrotes, alimentos envasados y golosinas, con un 96,39%. El 93,98% vende productos de aseo, un 87,75% ofrece pan y/o embutidos, y un 86,75% vende bebidas y/o alcohol. Según un reciente estudio de la Universidad de Santiago de Chile, el capital de los almacenes proviene, principalmente, de ahorros familiares, el tamaño de los locales no supera los 20m² y opera al interior de la vivienda de su dueño/a, no contando con bodega, cuestión que termina reduciendo el tamaño de cada pedido, incrementando la frecuencia de compras y limitando la posibilidad de crecimiento del negocio.

Dado que, uno de los ejes de trabajo del ministerio es impulsar un modelo de Desarrollo Productivo Sostenible que

promueva, entre otras cosas, la democratización de las oportunidades económicas y mejores relaciones entre empresas grandes y de menor tamaño, un elemento clave para este rubro, ya que la mayoría de los almacenes interactúa con un promedio de siete proveedores distintos, asociados a marcas de consumo masivo, este sería un escenario óptimo para fomentar un encadenamiento productivo entre grandes y pequeñas empresas.

El objetivo final del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo es apoyar y acompañar a los almaceneros y almaceneras para mejorar su productividad y gestión a través del acceso a herramientas, capacitación y asesorías, diseñadas con ellos y para ellos, junto a empresas del sector privado que tienen años de experiencia trabajando con ellos también.

Fuente: economia.gob

Date Created

Febrero 2023