

# El futuro laboral del sector Retail

Febrero 2019





# Índice

---

Introducción	5
Situación en el sector	6
Empleo	11
Índices de crecimiento y optimismo	16



# Introducción

El presente estudio prospectivo del sector de Comercio al por menor (Retail) es el resultado de un trabajo con más de 800 empresas de 20 sectores diferentes que operan en España, entre ellas 73 empresas del sector Retail.

El objetivo principal de este estudio es analizar las últimas tendencias del desarrollo de cada sector, su situación actual y el potencial para crecer, e identificar, asimismo, los factores específicos del empleo en el sector en dichas circunstancias, los desafíos en materia de recursos humanos que afrontan las organizaciones y la obtención de una previsión del futuro a corto plazo, procedente de expertos del sector.

La economía española ha crecido de manera muy intensa en los últimos ejercicios. El impulso de la demanda interna (consumo de los hogares) ha sido decisivo. La economía internacional europea también ha mostrado señales de más estabilidad y crecimiento. Se ha formado un contexto económico bastante favorable en los últimos años.

Las cuestiones que el estudio prospectivo del sector de Retail aborda en este contexto económico favorable, en su primera sección, están centradas en

el crecimiento del negocio en el sector. Las preguntas que se plantean son: ¿Se vio favorecido el sector de Comercio al por menor por la recuperación económica? ¿Han aumentado las ventas o actividad? ¿Se ha reflejado este aumento en el tamaño de la plantilla? ¿Cómo ha cambiado el estado de la competencia y la fidelidad de los consumidores? ¿Cuál es la previsión de la situación económica y sectorial a corto plazo? ¿Hay intención de apostar por un crecimiento e invertir más?

En la segunda sección, el informe centra su atención en el empleo, a partir de un análisis específico de la situación en el sector de Retail y se analizan aspectos específicos en relación con los desafíos que afrontan las empresas - tales como el déficit de talento, rotación o absentismo. La opinión de los expertos de las empresas de Retail ilustra tanto la coyuntura laboral del mismo como la evolución del empleo y de los parámetros mencionados en los próximos 12 meses.

Como punto final, la información obtenida se agrega en dos indicadores: un índice de crecimiento y otro de optimismo respecto a la evolución en el futuro reciente del sector de Retail.

Esperamos que el presente informe sea de su interés.

## Situación en el sector

---

Dinámica positiva en los últimos 12 meses, materializada en una apuesta del sector por crecimiento en el futuro próximo, aunque bastante menos pronunciada que en el promedio de todos los sectores.

Las ventas del comercio minorista en España han crecido en el año 2018 un 2,6%, según las series de los índices de comercio al por menor (ICM) publicados por el INE. El ICM, excluyendo estaciones de servicios, ha cerrado 2018 con una subida del 2,0% respecto al año anterior, encadenando así cinco años consecutivos al alza. El crecimiento sostenido del sector de Retail durante cinco años consecutivos evidencia la consolidación de la economía española y el afianzamiento de la confianza de los consumidores.

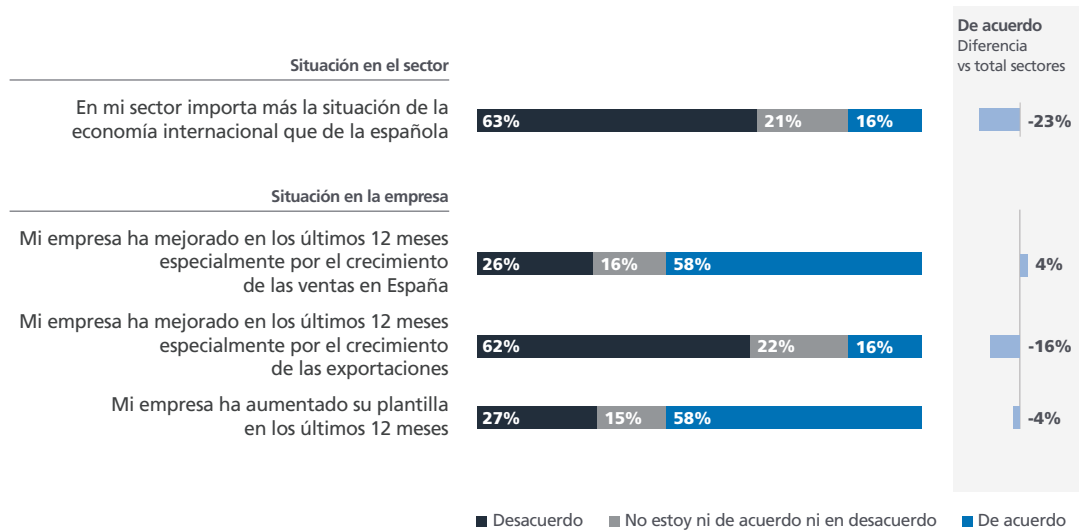
Esta evolución se ha trasladado con fuerza al empleo del sector: según la EPA, publicada por el INE, a lo largo de 2018 el número de ocupados en el sector de Retail ha crecido en más de 70 mil personas, lo que supone un

crecimiento de un 3,8% en el conjunto del año, muy por encima del crecimiento general del empleo medido en España en el pasado año.

Sin duda, el impulso de la demanda interna y la intensidad de la creación de empleo en el conjunto de la economía española en 2018 han servido para estimular la actividad en el sector de Retail, con un impacto positivo en su cifra de negocio.

Según el estudio realizado, la gran parte de las empresas del sector disfrutaban de esta situación favorable: más de la mitad de las empresas han mejorado su situación en los últimos 12 meses como resultado de aumento de negocio en el mercado nacional. Como consecuencia, su previsión sobre la situación económica en los próximos 12 meses es bastante optimista tanto para la economía del país como para el propio sector y empresas del mismo. Dos tercios de las empresas apuestan por una estrategia de crecimiento de su negocio.

**Gráfico 1.1.**  
¿Cómo ha evolucionado el sector en los últimos 12 meses?



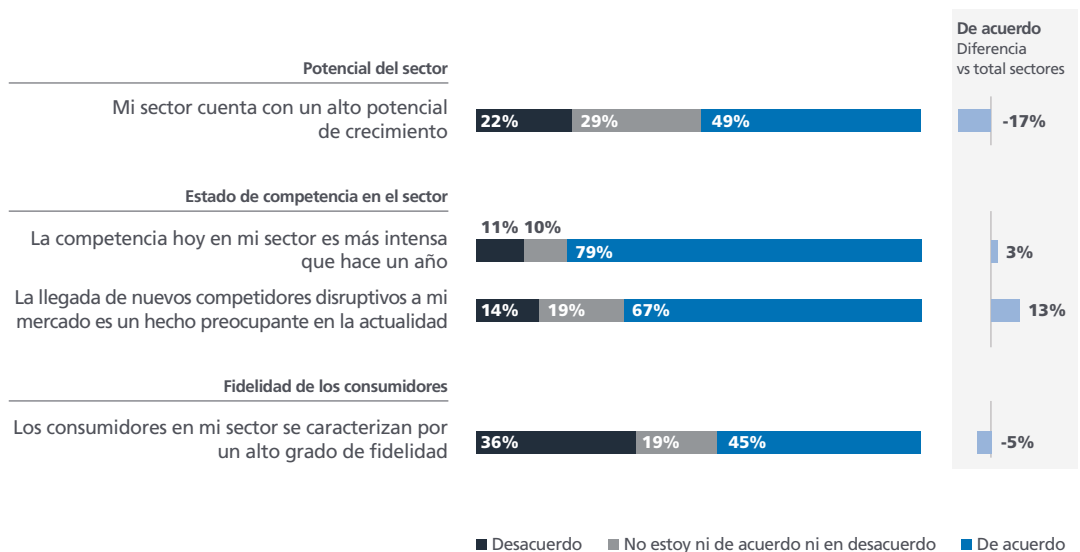
El sector de comercio al por menor opera en gran medida a nivel nacional. El peso de aquellas empresas de Retail para las que la marcha de la economía internacional es más importante que la situación económica en España es 23 puntos inferior a la media.

De hecho, en el último año casi 6 de cada 10 empresas del sector de Retail han mejorado su situación como consecuencia

del crecimiento de sus ventas en España, 4 puntos por encima de la media de sectores estudiados. Y solo para el 16% de las empresas del sector las ventas en el extranjero fueron el principal motor de su crecimiento en el pasado año, muy lejos (16 puntos) de la media de sectores. Adicionalmente, la mayoría de las empresas (el 58%) de Retail ha aumentado en el último año su plantilla.

Situación en el sector

**Gráfico 1.2.**  
¿Qué caracteriza la situación actual del sector?



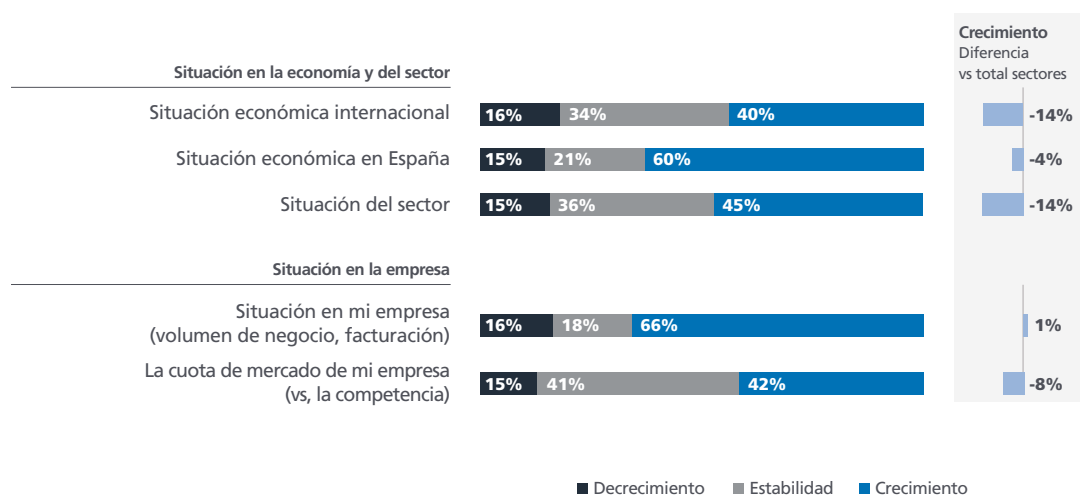
A pesar de un estable crecimiento del sector en los últimos años, tan solo la mitad de los expertos creen en el alto potencial de crecimiento (el 49%), lo que sitúa a este sector como uno de los más pesimistas en términos de esta variable, con 17 puntos menos que el promedio de sectores estudiados.

Asimismo, casi 8 de cada 10 empresas del sector de Retail (el 79%) consideran que la competencia en su sector es en la actualidad más intensa que hace un año. Y para dos tercios de los expertos (el 67%)

el impacto de la competencia en el sector derivado de la llegada de competidores disruptivos es un elemento preocupante (lo que supone unos 13 puntos por encima de la media de todos los sectores).

Por otra parte, otro factor que supone un reto comercial es la relativamente baja lealtad de los consumidores. Un 36% de los expertos del sector consideran que la fidelidad de los consumidores en el mismo es baja, lo que les sitúa en uno de los sectores con mayores problemas en términos de esta variable.

**Gráfico 1.3.**  
¿Cuál es la previsión de la situación económica en los próximos 12 meses para los siguientes ámbitos...?

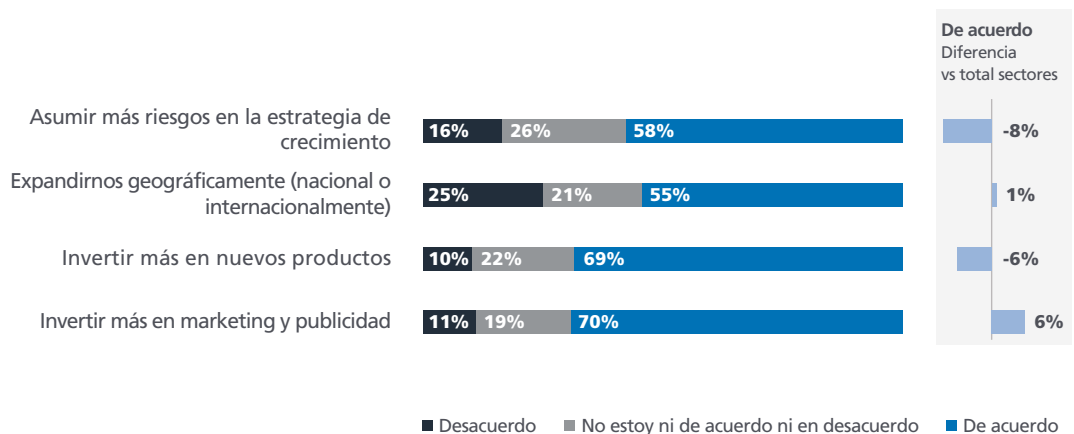




Aunque la proporción de expertos del sector que anticipan un buen comportamiento de la economía nacional (60%) y del sector (45%) en el próximo año, las proporciones están claramente por debajo de la media de sectores estudiados, muy especialmente la que hace referencia a la previsión de crecimiento futuro del propio sector, ya que está 14 puntos por debajo de la media.

A pesar de los actuales retos a los que se enfrenta el sector de Retail –como la elevada competencia, la llegada de competidores disruptivos o la falta de lealtad de consumidores-, dos tercios de las empresas (el 66%) creen que su volumen de negocio o facturación crecerá en los próximos 12 meses, y el 42% espera ver crecer también su cuota de mercado.

**Gráfico 1.4.**  
¿Hay intención de invertir en el crecimiento?  
¿Se consideran como adecuadas a la situación actual las siguientes decisiones de negocio?



Una consecuencia inmediata de que los expertos del sector de Retail valoren de manera principalmente positiva el futuro próximo del mismo es que más de la mitad de las empresas se apueste por una estrategia de crecimiento: el 58% de las empresas del sector consideran adecuado asumir más riesgos, una de cada dos empresas está dispuesta a invertir en

expansión geográfica (54%) y destaca, sobre todo, la intención de apostar por nuevos productos (en el 69% de las empresas) e invertir en marketing y publicidad (70%). En este último parámetro el sector se sitúa 6 puntos por encima del promedio, demostrando que el sector reconoce la fuerte necesidad de actualizarse en este aspecto).

# Empleo

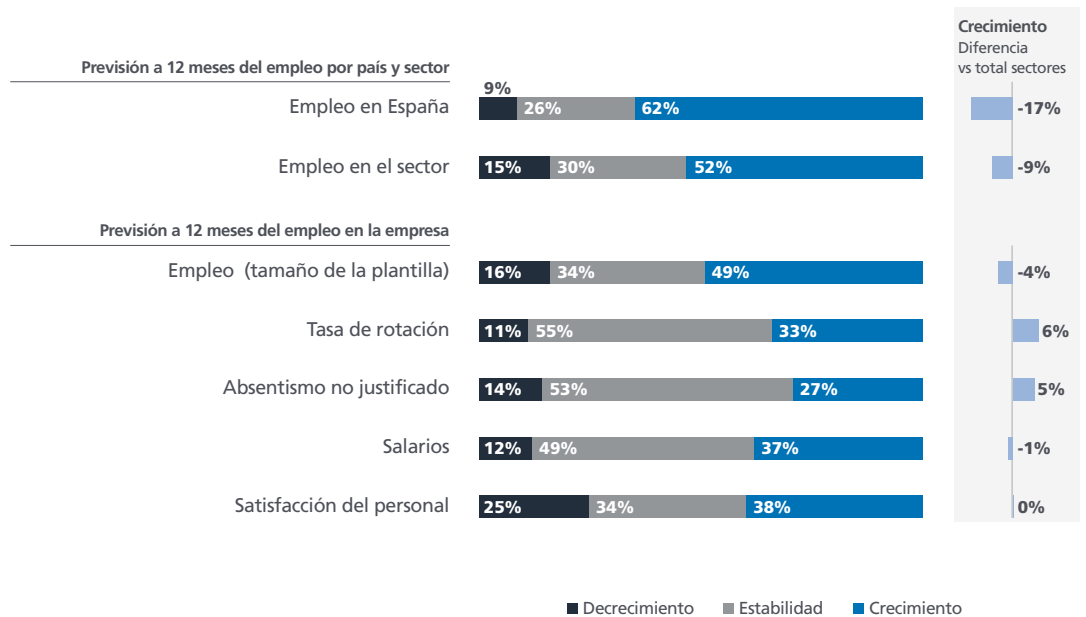
---

Tanto las previsiones de crecimiento del empleo en el sector como en la propia empresa se sitúan significativamente por debajo de la media del conjunto de sectores.

Siguiendo la tendencia moderada, pero positiva, de recuperación del sector de Retail y su propio crecimiento en cifras de negocio, una de cada dos empresas apuesta por el aumento de los niveles de empleo en el sector y por el aumento de la plantilla propia.

Tanto el nivel de rotación como el de absentismo actualmente son relativamente bajos y no representan en la actualidad barreras graves para el crecimiento del sector a corto plazo, aunque la tendencia apunta hacia un empeoramiento. Por otra parte, el déficit de talento sí tiende a ser un problema importante para dos tercios de las empresas del sector y en la mayoría de los casos se produce en diferentes perfiles.

**Gráfico 2.1.**  
¿Cuál es la previsión de la evolución del empleo en los próximos 12 meses en los siguientes contextos?



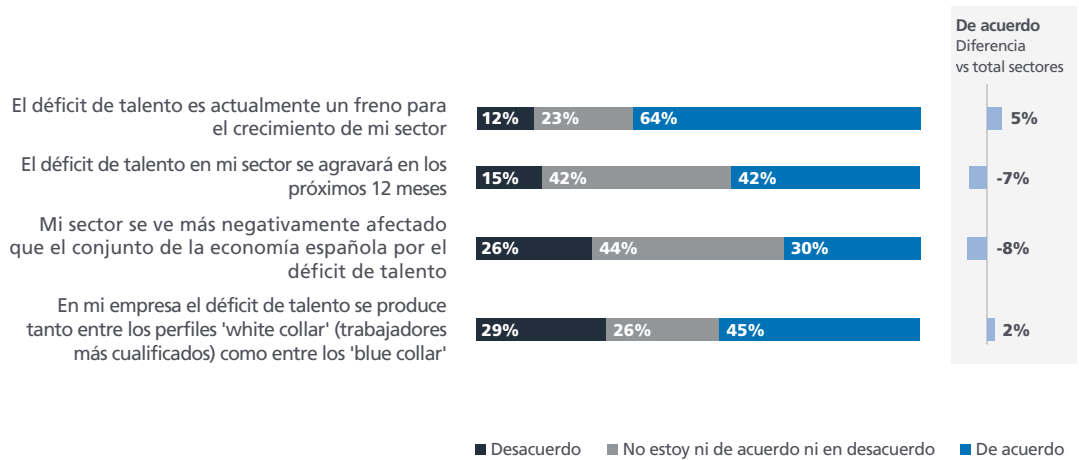
Un 62% de los expertos del sector de Retail consideran que los próximos meses se caracterizarán en España por una tendencia de creación de empleo. Asimismo, uno de cada dos expertos (el 52%) apuesta por un crecimiento del empleo en el sector. Dichas previsiones, siendo positivas, están significativamente por debajo del promedio de sectores estudiados (9 puntos por debajo de la media en ambos casos), lo que convierte a este sector en uno de los más reservados en la actualidad en términos de previsiones de empleo. Hay señales de crecimiento, pero no tan pronunciadas e intensas como en algunos otros sectores.

La previsión general para el sector de Retail se convierte, para la mitad de las empresas del sector, en una expectativa de crecimiento de la plantilla propia (el 49% prevén aumentar su plantilla). Por otro lado, el crecimiento del empleo no estará exento de otros problemas: el sector prevé en los próximos meses crecimientos tanto de la rotación como del absentismo no justificado en mayor medida que lo observado en el conjunto de sectores estudiados.

Asimismo, en un 37% de las empresas se prevén crecimientos salariales, lo que sitúa las expectativas en esta materia en línea con la media de sectores, lo que también sucede con la previsión de mejora de la satisfacción de los empleados.

Empleo

**Gráfico 2.2.**  
Déficit de talento (dificultad, con una buena oferta, para encontrar a profesionales adecuados) hasta qué grado es relevante?

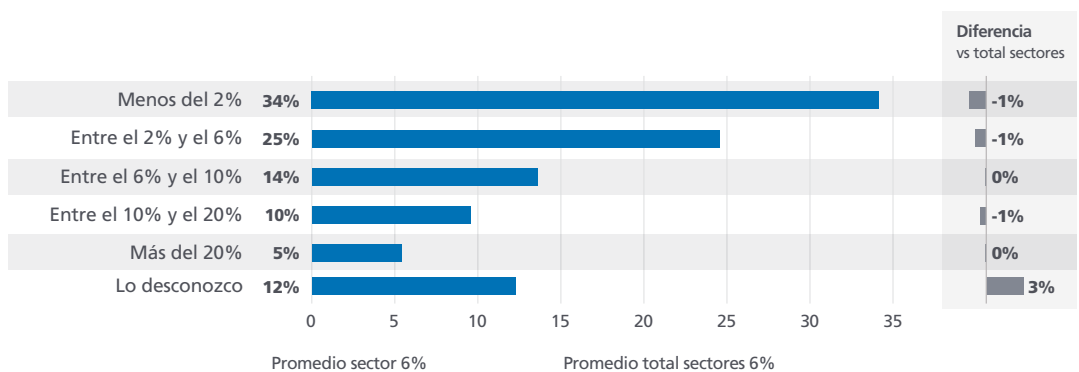


El déficit de talento parece ser un problema bastante relevante en el sector (más pronunciado que en muchos otros sectores), ya que 2 de cada 3 expertos (64%) lo ve como freno actual al crecimiento, mientras que un 42% prevén que la situación va a empeorar en el futuro inmediato.

El sector está muy polarizada. Para el 30% es así, mientras que el 26% de los expertos no creen que afecta al Retail de manera más negativa que al resto de sectores. Por otra parte, el problema de déficit de talento en el sector parece que afecta de manera igual tanto a perfiles más cualificados (white collar) como a los de menor nivel de cualificación (blue collar), una opinión en la que coinciden el 45% de los expertos del sector.

En este contexto, la opinión sobre si se trata de un sector en el que el problema del déficit de talento es más grave que en el resto de

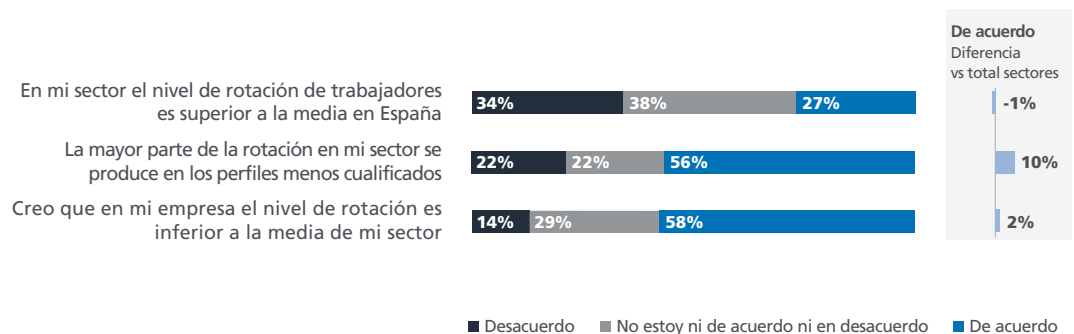
**Gráfico 2.3.**  
¿Cuál es el nivel de rotación anual (% del total de la plantilla) en las empresas del sector?



El análisis de los niveles de rotación en el sector pone de manifiesto una gran dispersión dentro del mismo. Mientras que un tercio de las empresas cuentan con unos niveles de rotación inferiores al 2%, un 15% de las empresas sufren niveles de rotación

que superan el 10%. Pero en términos agregados la rotación que sufre el sector de Retail no es significativamente distinta de la que experimentan el conjunto de sectores estudiados.

**Gráfico 2.4.**  
¿Presenta la rotación un problema para el sector?



Como el nivel de rotación es relativamente reducido y según el nivel declarado por los expertos ronda en la media de todos los sectores, la evaluación respecto a nivel de rotación en el sector se polariza algo: un 34% considera el nivel sectorial por debajo de la media española, mientras que el 27% de los expertos del sector creen tener una rotación que supera el nivel promedio del país.

La rotación se produce principalmente en los perfiles menos cualificados, una característica que se presenta con una

mayor frecuencia en Retail que en el resto de sectores.

En general, la mayoría de las empresas del sector tiene la percepción de que sus niveles de rotación son inferiores a los de la media del sector: casi 6 de cada 10 empresas (el 58%) la consideran más baja que en el sector en general, y tan solo un 14% de las empresas creen enfrentarse a un nivel más elevado que el promedio sectorial (mientras que en realidad el número de empresas en dicha situación es mayor).

**Gráfico 2.5.**  
¿El absentismo supone un problema para el sector?

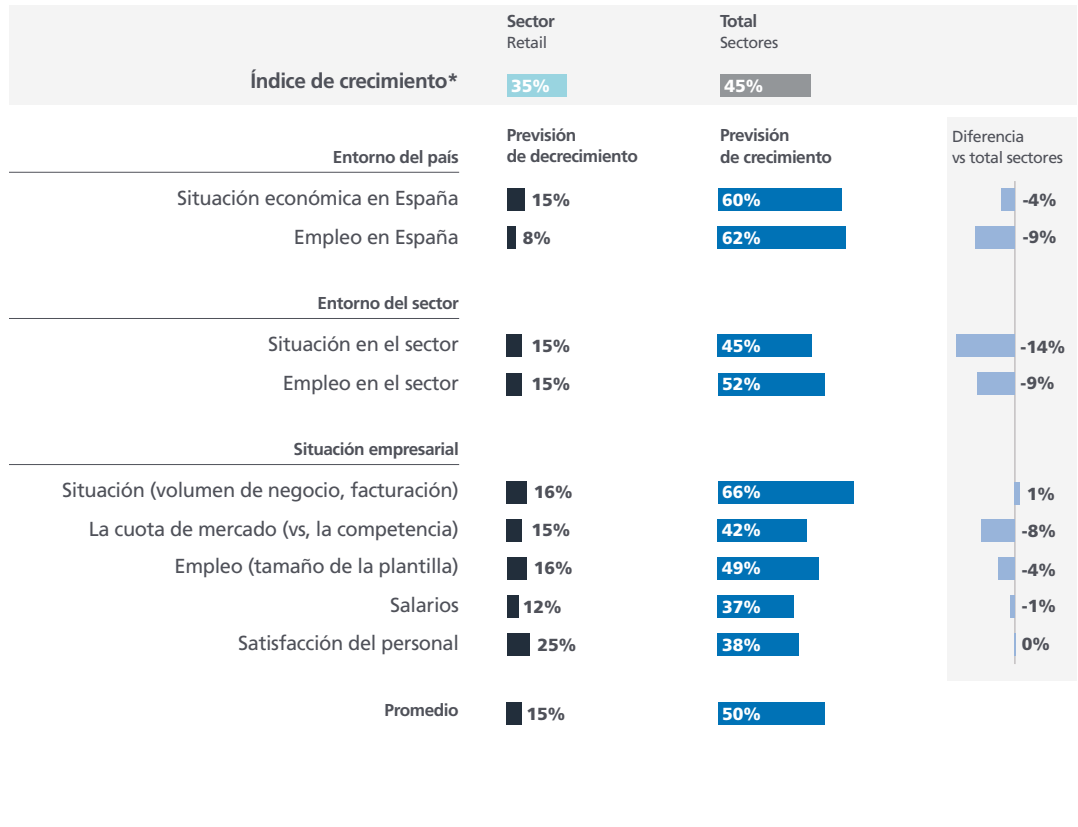


El sector de Retail no es uno de los que tenga un problema de absentismo más elevado. Solo el 14% de los expertos considera que el nivel en el sector es superior al resto de sectores y solo un 23% está experimentando en estos

momentos el mayor nivel de absentismo del último lustro. Además, la mitad de las empresas (el 51%) consideran que el nivel de absentismo de su empresa es menor que el del sector en su conjunto.

# Índices de crecimiento y optimismo

Gráfico 3.1. Índice de crecimiento.



\* Se calcula como la diferencia entre el promedio de previsión de crecimiento y el promedio de previsión de decrecimiento.

A pesar de la tendencia de recuperación que muestra el sector de Retail en los últimos años, en general su previsión respecto al crecimiento futuro es más reservada y algo menos positiva que en el promedio de todos los sectores (35% frente a un 45% en total). La mayoría de los expertos prevén un mayor crecimiento económico a nivel nacional, mientras que la perspectiva respecto al crecimiento del propio sector es algo menos optimista.

Una de cada dos empresas anticipa un aumento del empleo del sector (el 52%) y en su propia empresa (el 49%), lo que

también sitúa el sector ligeramente por debajo del conjunto de todos los sectores.

Aunque dos tercios de los negocios prevén crecer en los próximos 12 meses y aumentar el volumen del negocio (el 66%), no en todas las empresas estará acompañado por el crecimiento de la plantilla o de salarios, y en un gran número de empresas se espera más bien estabilidad en estas variables. Es probable que se necesite más tiempo para que el aumento de facturación se vea reflejado en la cantidad y la calidad de empleo.

Índices de crecimiento y optimismo

Gráfico 3.2. Índice de optimismo.



\*. Se calcula como la diferencia entre el promedio de acuerdo y el promedio de desacuerdo de las afirmaciones incluidas en el índice.

Las empresas del sector de Retail muestran bastante optimismo cuando manifiestan su intención de apostar por estrategias de crecimiento: la gran mayoría están dispuestas a invertir en nuevos productos y en marketing y publicidad (el 69% y el 70% respectivamente). Además, uno de cada dos expertos cree en el alto potencial de crecimiento del sector.

Sin embargo, el nivel de “optimismo” se sitúa por debajo de la media de todos los

sectores estudiados, ya que el índice de optimismo alcanza un valor de un 43% en el sector de Retail frente a un 50% en el total de sectores) debido fundamentalmente a una menor intención de asumir riesgos e invertir en nuevos productos. Claramente todavía hay bastantes empresas que desarrollan una estrategia de estabilidad frente a la alternativa de aumento de inversión y riesgos asociados con una estrategia de crecimiento.

