



Estudio global de consumidores 2023

# Cumplir los requisitos obligatorios en el retail actual

Nuevos fundamentos para atender las prioridades del futuro



El éxito futuro en el sector de retail depende de la integración de la tecnología, la visibilidad del inventario, una cadena de suministro sólida y la sostenibilidad medioambiental. Los dependientes con las herramientas y la formación adecuadas permiten mejorar las experiencias multicanal, garantizando la adaptabilidad a dinámicas del mercado en constante evolución.

**Profundice en los pilares estratégicos que hacen posible la excelencia en retail y están transformando el panorama del sector.**

## Seguimiento del mercado

Los comercios se están viendo afectados por la repercusión de eventos globales y las tensiones socioeconómicas. Entre los retos figuran las disrupciones de la cadena de suministro, que han aumentado los costes y han complicado los procesos de gestión del inventario. Los comercios están trabajando para resolver los problemas que dificultan la rentabilidad, incluidos la merma, el fraude y el aumento de las devoluciones. No obstante, el cambio de actitud de los consumidores ofrece motivos para el optimismo. En comparación con el año pasado, ha aumentado la confianza de los consumidores en que los comercios protejan sus datos y proporcionen el personal necesario para prestar un servicio al cliente excepcional.

### Los ejecutivos se enfrentan a los problemas del sector de retail



El **85 %** de los consumidores está gastando menos debido a la inflación



Las disrupciones globales han aumentado la focalización en las operaciones de la cadena de suministro

### Responder a retos significativos



**84 %**  
Mantener la visibilidad en tiempo real de las roturas de stock



**82 %**  
Minimizar el fraude y la merma



**81 %**  
Aceptar y gestionar devoluciones de pedidos online

### Equilibrar la rentabilidad con las expectativas de los dependientes

El **85 %**

de los comercios indica la dificultad de compatibilizar el mantenimiento de los márgenes de beneficio con las expectativas salariales y de prestaciones del personal



Comercios de alimentación  
**87 %**



Grandes superficies  
**84 %**



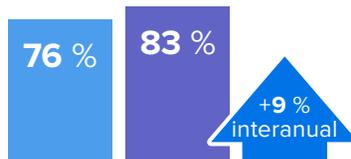
Farmacias  
**86 %**



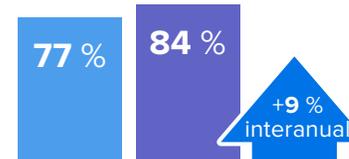
Comercio general  
**84 %**

### Optimismo creciente: aumenta la confianza en los comercios minoristas

% de consumidores que confían plenamente/moderadamente en los comercios minoristas



Protegen los datos de los consumidores (como tarjetas de crédito, información bancaria y datos de localización)



Proporcionan suficientes dependientes con la formación y el equipo adecuados para ayudar a los clientes

2022

2023

# Renovación en el sector de retail: la tecnología de inventario inteligente contribuye a aumentar la satisfacción del consumidor

En respuesta a las disrupciones de la cadena de suministro, los comercios están descubriendo soluciones innovadoras que resuelven los problemas de inventario y permiten satisfacer mejor las expectativas de los consumidores. Ahora son menos los consumidores que abandonan las tiendas sin los artículos que buscaban que en años anteriores, a lo que se suma un aumento global de la satisfacción de los consumidores. No obstante, persiste la preocupación por las roturas de stock, que siguen encabezando la lista de motivos por los que los consumidores abandonan las tiendas sin comprar lo que buscaban.

Los comercios admiten la dificultad para mantener la visibilidad en tiempo real de las roturas de stock y los ejecutivos se están preparando proactivamente para fortalecer las tecnologías de la cadena de suministro. Un número creciente de ejecutivos espera invertir tanto a corto como a largo plazo en la puesta al día de la tecnología de la cadena de suministro para lograr el seguimiento del inventario en tiempo real, gestionar las devoluciones y efectuar un análisis avanzado.



## Ausencia de visibilidad: los comercios se enfrentan a la persistencia de los problemas de las roturas de stock

Mantener la visibilidad en tiempo real de las roturas de stock es un reto considerable para los ejecutivos y los dependientes (% que está de acuerdo)



## Los ejecutivos están invirtiendo en grandes actualizaciones de la tecnología de la cadena de suministro

% de ejecutivos que tiene previsto implementarlas en los próximos 5 años



## La demanda de herramientas avanzadas para resolver los problemas de inventario es clamorosa

Mi empresa necesita mejores herramientas de gestión del inventario para mejorar la precisión y la disponibilidad.

(% que está de acuerdo)



# Encauzar el futuro: mejora de la fidelización y de la excelencia multicanal

En el dinámico panorama del sector de retail, las expectativas de los consumidores son la clave de futuras tendencias.

En 2024, los ejecutivos centran su atención en la fidelización del cliente y en la experiencia de compra global, sin descuidar la mejora de la gestión del inventario y la optimización de la ejecución multicanal.

El aumento de consumidores que optan por tecnologías innovadoras y canales de compra diversos pone de manifiesto su deseo de comodidad y de interacciones personalizadas. Esta tendencia obliga a los comercios a mejorar sus estrategias de ejecución de pedidos y a seguir integrando unas prácticas multicanal fluidas. Para responder a estos cambios, los ejecutivos están potenciando las capacidades de las tiendas, el análisis predictivo de la demanda, la logística inversa y las estaciones de trabajo móviles con el fin de atender de manera fluida a un consumidor multicanal exigente.



## Los comercios priorizan las opciones de entrega y la eficiencia

(% de ejecutivos que indica gran presión/prioridad)

84 %



Ofrecer diversas opciones de entrega y velocidad

78 %



Reducir el gasto en pedidos online

74 %



Gestionar las devoluciones de pedidos online de forma más eficiente

73 %



Aumentar la eficiencia del procesamiento/la ejecución de pedidos online

## Los ejecutivos apuestan por los avances tecnológicos para optimizar la ejecución de pedidos

(% que tiene previsto implementarla en un plazo de cinco años)

72 %

Estaciones móviles/híbridas para recogida/devoluciones

68 %

Logística inversa

64 %

Demanda predictiva

61 %

Tiendas con capacidad para enviar a almacén o directamente a los consumidores

55 %

Tiendas con capacidad para transferir productos entre tiendas

47 %

Tiendas con capacidad para atender pedidos web

## El carro digital cobra protagonismo: actividades online de los consumidores

(% de consumidores en los últimos tres meses)

54 % Realizó un pedido para entrega

31 % Realizó un pedido para recogida en tienda

29 % Realizó un pedido para recogida en el exterior del establecimiento o en otra ubicación

27 % Devolvió o cambió un artículo comprado online

## Facilitar la rentabilidad

Los comercios se ven obligados a aumentar los ingresos a pesar de los retos que amenazan la rentabilidad en el conjunto del sector, como la inflación, los costes laborales y la merma. Cada vez son más los ejecutivos que adoptan soluciones digitales para superar estos obstáculos. Las herramientas de análisis predictivo y previsión de la demanda de inventario se están convirtiendo en las soluciones predilectas, ya que ayudan a responder a la demanda de los clientes y a minimizar las pérdidas por stock no vendido. La prevención de pérdidas es otra área prioritaria para los ejecutivos, que acuden a la transformación digital para mejorar la seguridad, proteger sus activos y mantener la confianza de los clientes. Este cambio digital no es una mera tendencia, sino una obligación en la nueva era del sector de retail.

### Para los comercios, la inversión en inteligencia y análisis digital es una garantía

(% que tiene previsto implementarla en un plazo de cinco años)

#### Dominar la toma de decisiones en todas las facetas del negocio

**66 %** Gestión de personal

**62 %** Planificación de la demanda/reposición

**56 %** Operaciones de tiendas

**55 %** Comercialización

**51 %** Prevención de pérdidas

**50 %** Cadena de suministro

#### Marcar el rumbo de la inteligencia empresarial

**67 %** Gemelos digitales

**66 %** Análisis prescriptivo

**64 %** Precios contextualizados en tiempo real

**59 %** Previsión de la demanda de inventario

**55 %** Análisis de la cesta de la compra

### La IA transforma el panorama del sector de retail: innovación, eficiencia y personalización de vanguardia

Los ejecutivos opinan que la inteligencia artificial mejorará las operaciones de retail.

**85 %**

Todos los sectores combinados

**81 %**

Comercios de alimentación

**87 %**

Grandes superficies

**79 %**

Farmacias

**90 %**

Comercio general

### La adopción de la IA para precios y planificación va a experimentar un gran crecimiento

(% de ejecutivos que tiene previsto implementarla en un plazo de cinco años)

**73 %**

IA para planificación de la demanda/reposición

**69 %**

IA para decisiones de precios y surtido



# Las nuevas reglas del sector de retail: innovar, personalizar y digitalizar para evitar quedar rezagados

Ante la aceleración de la innovación, surgen nuevos requisitos para lograr el éxito en el sector de retail. La piedra de toque es la centralidad del cliente, focalizada en la oferta de experiencias personalizadas y un servicio excepcional que atienda los cambiantes requisitos de un consumidor actual muy exigente. La transformación digital ha dejado de ser opcional para convertirse en requisito indispensable. La información basada en datos permite a los comercios adoptar decisiones informadas y adaptarse rápidamente a las cambiantes dinámicas del mercado. Esta capacidad puede tener un impacto positivo en la cuenta de resultados, particularmente en un momento en el que la inflación ha alterado significativamente el gasto de los consumidores. Los comercios deben adoptar estos nuevos fundamentos para sobrevivir y prosperar en un sector altamente competitivo, manteniendo al mismo tiempo la agilidad y la adaptabilidad a las cambiantes dinámicas del mercado.

## Datos sobre el estudio

Zebra Technologies encargó una encuesta global de consumidores adultos (mayores de 18 años), ejecutivos y dependientes para analizar las tendencias y tecnologías que están transformando el sector de retail. El estudio de este año, administrado online por Azure Knowledge Corporation, incluye más de 4200 encuestados sobre temas como la experiencia del consumidor, el uso de dispositivos y tecnología, las entregas y la ejecución de pedidos en tienda y online. El Estudio global de consumidores 2023 de Zebra informa acerca de las actitudes, opiniones y expectativas que están conformando el futuro del sector. La serie se centra en tres temas clave:



**Más allá de la cesta de la compra**  
Lo que los consumidores desean realmente de sus experiencias de retail



**Experiencias de retail superiores**  
Aumentar el potencial de los dependientes para mejorar las interacciones con los clientes



**Cumplir los requisitos obligatorios en el retail actual**  
Nuevos fundamentos para atender las prioridades del futuro

Para ver la serie completa del Estudio global de consumidores 2023, visite [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

## Acerca de Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) aumenta el potencial de las empresas de retail y sus dependientes para prosperar en la economía bajo demanda, haciendo que todos los trabajadores de primera línea y todos los activos situados en la periferia sean visibles y estén conectados y plenamente optimizados. A través de su ecosistema de más de 10 000 socios presentes en más de 100 países, Zebra atiende a clientes de todos los tamaños —incluido el 94 % de las empresas Fortune 100— con un portfolio imbatible de hardware, software, servicios y soluciones que digitalizan y automatizan los flujos de trabajo.



**Sede en NA y corporativa**  
+1 800 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

**Sede en Asia-Pacífico**  
+65 6858 0722  
[contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)

**Sede en EMEA**  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com)

**Sede en Latinoamérica**  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto:la.contactme@zebra.com)

ZEBRA y la cabeza estilizada de Zebra son marcas comerciales de Zebra Technologies Corp. registradas en numerosas jurisdicciones de todo el mundo. El resto de marcas comerciales pertenecen a sus propietarios respectivos. ©2023 Zebra Technologies Corp. y/o sus filiales.