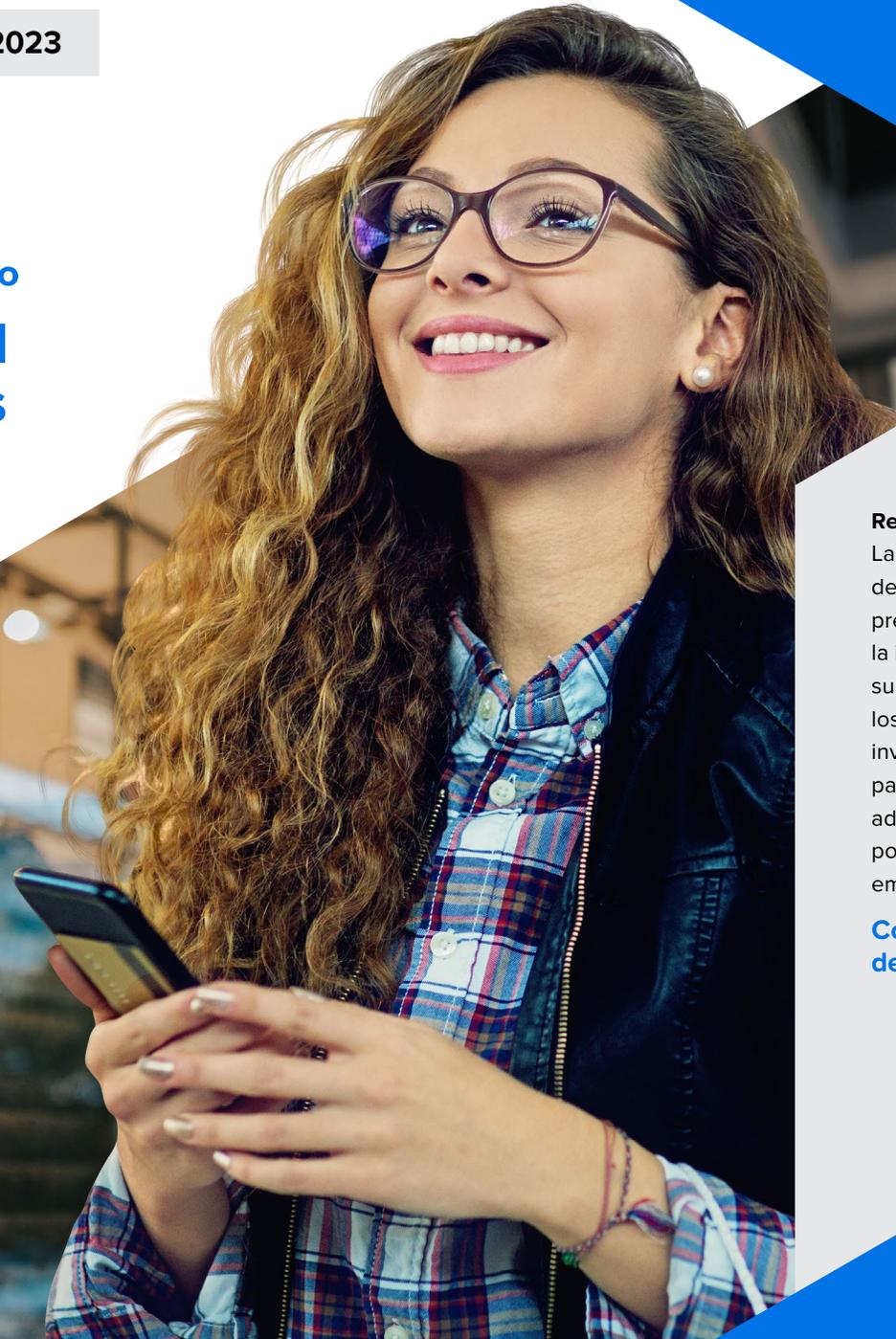




Estudio global de consumidores 2023

Situación del sector de retail: conclusiones del 16.º Estudio anual global sobre consumidores de Zebra



Resumen ejecutivo

La velocidad de cambio en el sector de retail no va a disminuir en un futuro previsible. Para superar problemas como la inflación, las interrupciones en la cadena suministro y la contratación de personal, los ejecutivos con visión de futuro están invirtiendo en tecnologías avanzadas para contribuir a mantener la rentabilidad, además de proporcionar experiencias positivas para los consumidores y los empleados.

Conozca cómo será el futuro del sector de retail.

Seguimiento del mercado

El éxito en el sector de retail exige sintonía entre los ejecutivos, los dependientes de las tiendas y los consumidores. El objetivo de los comercios minoristas de todas las categorías consiste en lograr un ecosistema armonizado en el que converjan la satisfacción del cliente, la implicación de los empleados y un liderazgo visionario para impulsar la innovación, el crecimiento y una competitividad y rentabilidad duraderas en un sector de retail dinámico.

Porcentaje de encuestados que indican estar complemente/ bastante de acuerdo o completamente/bastante en desacuerdo con cada afirmación.



LOS CONSUMIDORES INDICAN:



Experiencias multicanal fluidas

82 %

Ver físicamente, tocar y probar los productos es importante en la experiencia de compra

78 %

Prefiere una combinación de compras en tienda y online

75 %

Prefiere comprar en comercios minoristas online que también disponen de tiendas físicas



Persistencia de la inflación

80 %

Le preocupa la escalada de precios provocada por la inflación en productos básicos, como los de alimentación, ropa y combustibles

77 %

La inflación ha provocado que los consumidores retrasen algunas compras

74 %

Tener que reducir el gasto global para llegar a fin de mes es preocupante



LOS DEPENDIENTES COINCIDEN:



La innovación lo mejora todo

86 %

Los clientes disfrutan de una experiencia mejor cuando los dependientes utilizan la tecnología más reciente para ayudarles

85 %

La inteligencia artificial ayudará a los dependientes a ser más productivos

84 %

Se siente más valorado por la empresa cuando esta proporciona herramientas tecnológicas que le ayudan a trabajar



Carencias de dotación

80 %

Mantener la visibilidad en tiempo real de las roturas de stock es un reto considerable

77 %

Cree que los clientes están mejor conectados a la información que los dependientes

61 %

Dispone de poco tiempo para ayudar a los clientes porque realiza otras tareas de menor valor



LA OPINIÓN DE LOS EJECUTIVOS:



Perspectivas basadas en la tecnología

88 %

Los clientes disfrutan de una experiencia mejor cuando los dependientes utilizan la tecnología más reciente para ayudarles

87 %

Dispone de/Tiene previsto integrar inteligencia/análisis de negocio para gestionar cadenas de suministro en 2023

85 %

Los consumidores esperan que los comercios minoristas ofrezcan marcas/productos más respetuosos con el medio ambiente y más sostenibles



Dificultades cotidianas

85 %

Es difícil mantener el margen de rentabilidad ante la demanda de salarios y prestaciones superiores

82 %

Reducir el fraude/la merma es un reto significativo

80 %

La organización se ve obligada a minimizar las roturas de stock

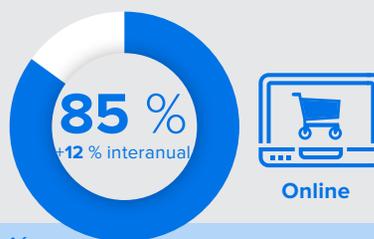
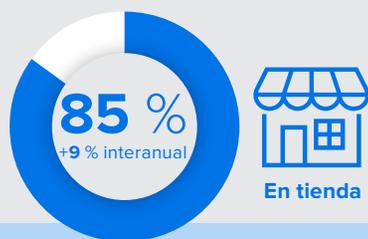
La nueva normalidad: aumento de la satisfacción del consumidor

Tras varios años de disrupción global en el sector de retail, los comercios minoristas, los dependientes y las cadenas de suministro por fin se ajustan a la «nueva normalidad». En términos generales, la satisfacción del consumidor es alta y ha experimentado un aumento interanual notable que incluso supera los niveles de 2019. Los adultos de la generación Z (a partir de 18 años) son los que indican niveles más altos de satisfacción tanto online como en tienda, lo que apunta a que los comercios minoristas están consiguiendo conectar con la nueva generación de consumidores. No obstante, los consumidores siguen siendo conscientes de la inflación y de otros retos económicos, lo que les lleva a utilizar sus propios dispositivos y su experiencia en el ámbito digital para encontrar ofertas, comprobar inventarios, realizar pedidos con entrega a domicilio y explorar opciones de recogida que atiendan sus necesidades específicas.

Mantener satisfechos a los consumidores exige que los comercios minoristas prioricen un comercio unificado y fluido, ya que la satisfacción no solo es consecuencia de la selección, disponibilidad y precio de los productos, sino también de una ejecución de pedidos multicanal optimizada y una visibilidad de inventario garantizada, factores fundamentales para ofrecer una experiencia de compra homogénea y eficiente en todos los canales.



La satisfacción global del consumidor aumenta tanto online como en tienda



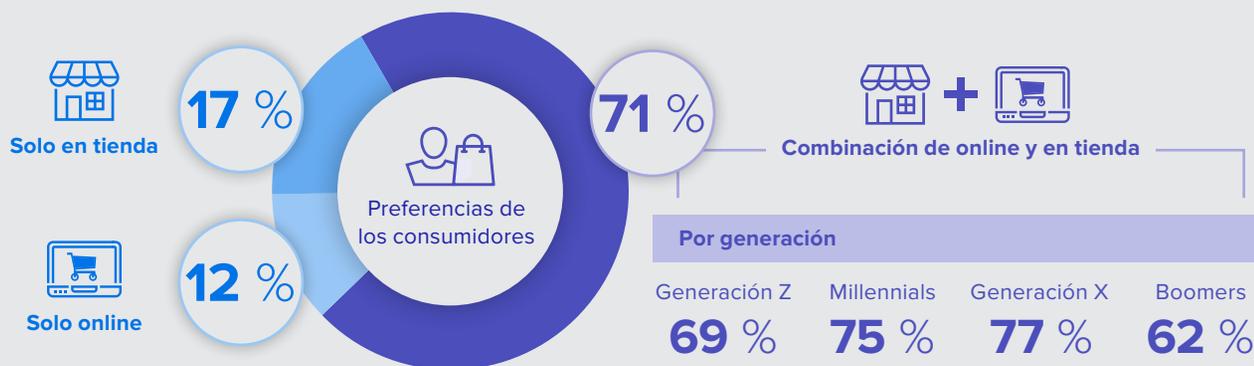
Por generación

Generación Z	Millennials	Generación X	Boomers
89 %	87 %	82 %	84 %

Por generación

Generación Z	Millennials	Generación X	Boomers
84 %	87 %	84 %	84 %

Consumidores de todas las edades mezclan de manera fluida las compras en tienda y online



Factores principales que favorecen la satisfacción del consumidor

En tienda Online

- Variedad, selección de productos

1 Facilidad para encontrar productos
- Facilidad para encontrar los precios correctos

2 Facilidad para encontrar los precios correctos
- Facilidad para encontrar productos

3 Variedad, selección de productos
- Disponibilidad de artículos en stock

4 Disponibilidad de artículos en stock
- Nivel de información que proporciona el personal

5 Coste de las entregas

El factor humano en el sector de retail

Los dependientes dotados de tecnología proporcionan experiencias más ricas a los consumidores. Las interacciones positivas entre clientes y dependientes son fundamentales para crear experiencias en tienda excepcionales. Los dependientes adecuadamente dotados y con amplios conocimientos pueden ayudar a guiar a los clientes respondiendo preguntas sobre los productos, proporcionando recomendaciones personalizadas y tendiendo un puente entre las compras online y offline. Asimismo, los dependientes son expertos en materializar las oportunidades de venta de valor superior y de venta cruzada, lo que mejora la experiencia de compra del cliente e impulsa el potencial de ingresos de la tienda.

Además, los dependientes desempeñan un papel crucial en el aprovechamiento de la tecnología, ayudando a los consumidores con herramientas digitales como las aplicaciones móviles y los kioscos en tienda, lo que mejora la comodidad y la eficiencia. De forma no visible, la tecnología también permite a los dependientes cumplir eficientemente sus responsabilidades, incluida la gestión del inventario y los flujos de trabajo.



Maximizar el tiempo de los dependientes

La opinión de los dependientes: el crecimiento de las cajas de autopago en las tiendas



86 % ^{+3 %} interanual

Liberan a los dependientes para centrarse en tareas prioritarias y atender mejor a los clientes

85 % ^{+5 %} interanual

Mejoran la experiencia del cliente

85 % ^{+9 %} interanual

Permiten centrar la inversión en personal en otras tareas

84 % ^{+2 %} interanual

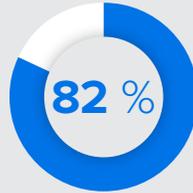
Proporcionan un ROI positivo



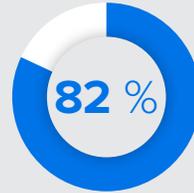
Dotados de tecnología, los dependientes dicen poder ofrecer mejores experiencias a los consumidores



Visibilidad del inventario en tiempo real



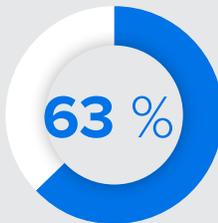
RFID



15.35 min
Etiquetas de estantería electrónicas



Búsqueda de asistencia: a los consumidores les preocupa la falta de asistencia en tienda



Conjunto de los consumidores

Por generación

Generación Z	Millennials	Generación X	Boomers
71 %	66 %	56 %	63 %

Los cinco problemas principales para los dependientes de retail

Entre los dependientes que trabajan en ventas y atención al cliente en tienda



Poco tiempo para ayudar a los clientes porque realizan otras tareas de menor valor



Herramientas inadecuadas para prestar un servicio al cliente personalizado



Los clientes encuentran en sus smartphones la información sobre precios y productos más rápido que los dependientes



El cliente necesita comprobar precios



El cliente necesita información

Requisitos obligatorios en el retail actual

La tecnología avanzada y las soluciones basadas en datos están revolucionando el panorama del sector de retail en respuesta al aumento de las expectativas de los clientes. Optimizar las operaciones y la gestión del inventario será vital para lograr la rentabilidad y mejorar la satisfacción del cliente ante la persistencia de los problemas de personal.

El auge de la automatización y el análisis en tiempo real permiten una visibilidad sin precedentes de los niveles de stock, los patrones de la demanda y la eficiencia de la cadena de suministro para contribuir a limitar la merma y garantizar que los productos estén en el lugar correcto cuando los clientes quieran comprar. Además, las expectativas de los consumidores y el cambio en las normas del sector relativas a sostenibilidad llevan a un número creciente de ejecutivos a adoptar la tecnología para contribuir a lograr objetivos medioambientales.



El aumento de la rentabilidad: los principales factores que impulsan los beneficios

Los ejecutivos destacan el personal, la visibilidad del inventario, la merma y otros factores en el panorama doble del sector de retail.

Factores que propician la rentabilidad en tienda



38 %

Ajustar las horas del personal a la demanda de los clientes

36 %

Mejorar el análisis de KPI como la merma

35 %

Optimizar los procesos de inventario

35 %

Automatizar para lograr mayor visibilidad del inventario en tiempo real



Factores que propician la rentabilidad online

32 %

Automatizar para lograr mayor visibilidad del inventario en tiempo real

31 %

Cobrar una tarifa a clientes que devuelven con frecuencia

31 %

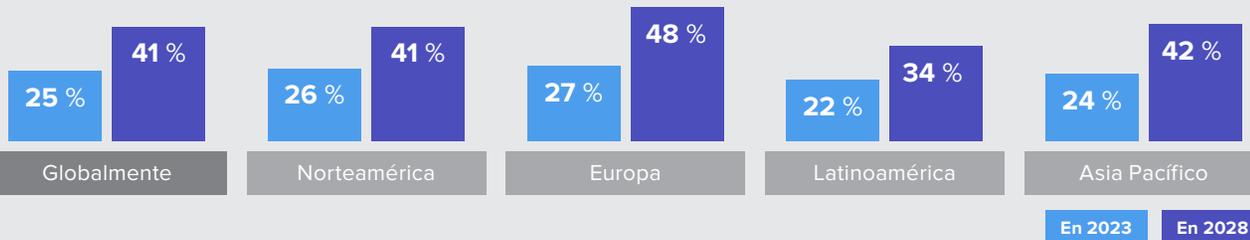
Ofrecer servicio de suscripción para recogida/entrega de pedidos

31 %

Ajustar las horas del personal a la demanda de los clientes

La sostenibilidad influye en la estrategia de negocio

Aumentará la expectativa de que los comercios minoristas mejoren sus credenciales de sostenibilidad. Ejecutivos de todo el mundo prevén que el rol de la sostenibilidad sea cada vez más importante en sus organizaciones.



Prioridades de inversión en tecnología de los ejecutivos de retail en 2024

Según los ejecutivos de retail

- 1 Mejorar la fidelización y la experiencia del cliente
- 2 Mejorar la gestión del inventario (visibilidad en tiempo real/roturas de stock, recuentos de ciclos, merma y fraude)
- 3 Optimizar la ejecución de pedidos multicanal, compensando el gran aumento del comercio electrónico
- 4 Mejorar el proceso de compra online/devolución en tienda
- 5 Mejorar el proceso de gestión de personal

Cómo enfrentarse a la complejidad en un mercado dinámico

La digitalización y el cambio en las preferencias de los consumidores van a transformar dinámicamente el futuro del sector de retail. Una fusión en evolución de tecnología, sostenibilidad y experiencias de tienda únicas redefinirán el panorama de retail, dando lugar a un futuro interesante centrado en el cliente. La tecnología contribuirá a prestar servicios personalizados y ofrecer experiencias de compra fluidas para el consumidor, además de resolver ágilmente problemas de los dependientes y aumentar la rentabilidad para los comercios minoristas.

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 las prioridades del futuro

Para ver la serie completa del Estudio global de consumidores 2023, visite zebra.com/shopperstudy

Explore cómo Zebra puede ayudar a los comercios minoristas a aumentar la rentabilidad mejorando al mismo tiempo las experiencias de consumidores y dependientes. Visite zebra.com/retail

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

Sede en Asia-Pacífico
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Sede en EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Sede en Latinoamérica
zebra.com/locations
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.