



17.º Estudio anual global sobre  
consumidores

# Aumento de la rentabilidad

Respuesta a los principales  
retos para el sector de retail

---

Descubra cómo los retailers logran un éxito sostenido en el dinámico entorno actual mediante la utilización de perspectivas basadas en datos y análisis avanzado para descubrir riesgos, detectar tendencias e implementar estrategias que protegen los márgenes al tiempo que mejoran la experiencia del cliente.



## Combatir la merma: proteger los beneficios

Atajar la merma sigue siendo un reto significativo para la mayoría de los retailers. Muchos ejecutivos se enfrentan a una presión creciente que les obliga a reducir los hurtos y las pérdidas y a minimizar la cantidad de producto que no puede revenderse debido a devoluciones o errores de inventario. Toda iniciativa de gestión de la merma debe implementarse teniendo en cuenta la experiencia del cliente. Los retailers están recurriendo a la tecnología para fortalecer la gestión del inventario y mejorar la seguridad de las tiendas, protegiendo al mismo tiempo la satisfacción del cliente y la rentabilidad.

### Hay mucho en juego: los retailers combaten el fraude y los hurtos



**85 %**

Dependientes



**83 %**

Ejecutivos

Minimizar el fraude/la merma es un reto significativo

### Se requiere una supervisión adecuada para controlar la merma en las cajas de autopago



**85 %**

Dependientes



**83 %**

Ejecutivos

La merma/los hurtos son un gran problema en las cajas de autopago



**89 %**

Dependientes



**86 %**

Ejecutivos

Las cajas de autopago necesitan la supervisión de un dependiente para mitigar la merma

### Los retailers perciben la tecnología avanzada como el futuro de la prevención de pérdidas

Los ejecutivos consideran que las tecnologías clave pueden reducir la merma

1



IA generativa

2



Análisis prescriptivo basado en IA, aprendizaje automático

3



Cámaras y sensores de cajas de autopago

4



Monitores con visión del público

5



Identificadores y lectores de RFID

### Los retailers aumentan la inversión en prevención de pérdidas y protección de activos



de los ejecutivos tiene previsto aumentar la inversión en protección de pérdidas/activos

Por sectores:

**62 %**



Retailers de alimentación

**77 %**



Grandes superficies

**69 %**



Farmacias

**75 %**



Comercio general

## Prevención de pérdidas

### Gestionar los riesgos, proteger las operaciones

La merma se ha convertido en una lamentable realidad para los retailers y constituye una pesada carga para las operaciones diarias que pone a prueba unos recursos limitados. Si bien siempre han supuesto un reto, la incidencia creciente de hurtos y fraudes está intensificando sus efectos. El 78 % de los ejecutivos de hoy en día manifiesta sentirse presionado a gestionar hurtos y pérdidas, una cifra que ha aumentado seis puntos porcentuales durante el último año, lo que pone de manifiesto la urgencia creciente de este problema.

La preocupación por la seguridad se está convirtiendo en un problema tan acuciante como las pérdidas económicas. El aumento de hurtos y otros delitos ha provocado que más de ocho de cada 10 dependientes se sientan inseguros en el trabajo, y que una misma proporción de estos esté preocupado por la falta de tecnología para detectar y reaccionar ante amenazas para la seguridad. Esta ansiedad se deja notar en todas las operaciones de tiendas, afectando al rendimiento, la implicación y la estabilidad del personal. Cuando los dependientes se sienten inseguros y sin apoyo, los retailers tienen más dificultades para mantener unas operaciones fluidas y cumplir las expectativas de los clientes —profundizando así los retos operativos a los que se enfrentan.

#### Se dispara la merma en retail

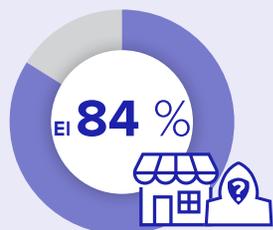


de los ejecutivos indica un aumento de la merma en retail en los últimos 12 meses

Porcentaje de encuestados que indica un aumento del índice de merma por regiones:

Asia Pacífico	Europa	Latinoamérica	Norteamérica
<b>54 %</b>	<b>49 %</b>	<b>44 %</b>	<b>57 %</b>

#### Crece la preocupación por la seguridad



de los dependientes muestra preocupación por su seguridad personal debido al aumento de hurtos y delitos en las tiendas

Por regiones:

Asia Pacífico	Europa	Latinoamérica	Norteamérica
<b>73 %</b>	<b>85 %</b>	<b>87 %</b>	<b>89 %</b>



de los dependientes muestra preocupación por la falta de tecnología para detectar amenazas para la seguridad o actividades delictivas

Por regiones:

Asia Pacífico	Europa	Latinoamérica	Norteamérica
<b>72 %</b>	<b>87 %</b>	<b>92 %</b>	<b>87 %</b>

#### Aumenta la necesidad de controlar hurtos y pérdidas

El **78 %** <sup>+6 pp</sup> interanual

de los ejecutivos dice estar sometido a una gran presión que le obliga a minimizar hurtos y pérdidas

# Medidas de seguridad

## Compatibilizar la seguridad con la experiencia del cliente



El gran aumento de los delitos provoca preocupación en las tiendas

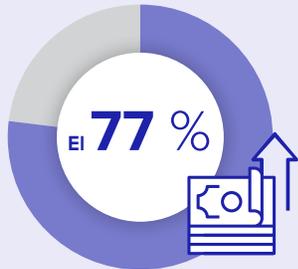
El **71 %**

de los clientes está preocupado por los altos niveles de hurtos y delitos en las tiendas en las que compran

Los problemas de seguridad inciden cada vez más en la experiencia en tienda, con medidas que afectan a los clientes, como expositores bajo llave y precios superiores. El aumento de hurtos y delitos en retail son preocupaciones crecientes, con un 71 % de clientes preocupados por los altos niveles de hurtos en los establecimientos en los que compran. Como consecuencia del aumento de costes que provocan los hurtos, el 77 % de los clientes teme que los retailers aumenten los precios, poniendo aún más al límite sus presupuestos y provocando que, con frecuencia, recorten sus gastos. Si bien mantener la rentabilidad es esencial, estos aumentos de precios pueden provocar que los clientes se vayan a los competidores, ya sean tiendas físicas u online, que ofrezcan mejores precios o mayor variedad.

Los retailers están respondiendo a esta situación con mejoras en las medidas de seguridad y un aumento de las herramientas de gestión del inventario. Sin embargo, a veces estas iniciativas pueden generar fricción con los clientes. La falta de inventario debida a hurtos o problemas operativos puede ocasionar que las estanterías no estén suficientemente abastecidas, lo que aumenta la frustración de los clientes. Los ejecutivos de retail se están centrando en soluciones que protegen el inventario, al tiempo que mejoran la comodidad para el cliente, con el fin de mantener una experiencia de compra fluida.

### El auge de los hurtos hace temer un aumento de precios

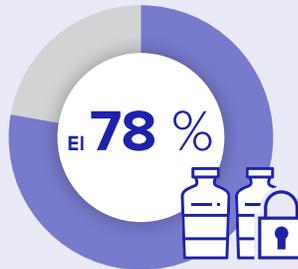


de los consumidores siente preocupación por que el aumento de hurtos y delitos lleve a los retailers a subir los precios

Por generaciones:

Generación Z (+ de 18)	Millennials	Generación X	Boomers
<b>72 %</b>	<b>77 %</b>	<b>74 %</b>	<b>82 %</b>

### Los productos bajo llave deterioran la experiencia de compra



de los consumidores siente frustración cuando los productos que desea están bajo llave o protegidos en cajas

Por generaciones:

Generación Z (+ de 18)	Millennials	Generación X	Boomers
<b>75 %</b>	<b>78 %</b>	<b>77 %</b>	<b>79 %</b>



### Los retos que plantea la prevención de pérdidas se intensifican

Los principales retos de prevención de pérdidas para los ejecutivos

- 1 Compatibilizar la seguridad con la experiencia del cliente
- 2 Integrar los esfuerzos en los sistemas existentes para identificar de manera efectiva tendencias y patrones
- 3 Recabar y analizar datos relacionados con la merma
- 3 Identificar las soluciones tecnológicas óptimas que deben implementarse

# El cambio tecnológico en el sector de retail

## Lograr la visibilidad y la automatización de la excelencia operativa

Ante la creciente presión que suponen el cambio en las expectativas de los consumidores y los retos operativos, los retailers están recurriendo a la tecnología para mejorar la visibilidad y optimizar sus cadenas de suministro. La inversión en herramientas como RFID y el seguimiento en tiempo real se han convertido en esenciales para mantener niveles de stock precisos, prevenir las discrepancias y resolver rápidamente pérdidas potenciales. Alinear el inventario con la demanda permite a los retailers aumentar la rentabilidad y crear experiencias de compra más fluidas.

Además de aportar eficiencia operativa, el análisis basado en la IA y soluciones emergentes como la visión artificial ofrecen medios muy potentes para predecir tendencias, monitorizar la actividad en las tiendas y mejorar la seguridad. Estas tecnologías permiten a los retailers realizar la transición de estrategias reactivas a estrategias proactivas, identificando riesgos antes de que surjan, optimizando recursos y proporcionando procesos de compra sin fricción. Mediante la adopción de la automatización, los retailers reducen la ineficiencia, al tiempo que compatibilizan la seguridad con la comodidad del cliente, garantizando que las iniciativas de prevención de pérdidas mejoren las operaciones en lugar de empeorarlas.

### Proyectos de cambio: planes de implementación en cinco años de los ejecutivos



#### Automatización e inteligencia

RFID a nivel de artículos

59 %

Alerta de rotura de stock

57 %

Verificación automatizada del inventario

56 %

Localizadores de productos

56 %

Seguimiento de pedidos/justificante de recogida

52 %

Planificación/previsión de la demanda y pedidos

51 %



#### Análisis e IA

IA generativa

59 %

Inteligencia artificial/aprendizaje automático

58 %

Visión artificial/inteligencia visual

57 %

Planificación y previsión de la demanda

56 %

Visibilidad del inventario en tiempo real

55 %

Análisis predictivo

55 %

Análisis prescriptivo

53 %



La visibilidad del inventario cobra protagonismo

El **76 %**

de los ejecutivos tiene previsto aumentar la inversión en visibilidad de inventario

Por sectores:



71 %

Retailers de alimentación



80 %

Grandes superficies



67 %

Farmacias



71 %

Comercio general

# El camino a seguir

## La tecnología es esencial para proteger la rentabilidad

**El futuro del retail depende de la capacidad para equilibrar la innovación con la precisión operativa.** Dada la creciente complejidad de hurtos, fraudes y devoluciones no aptas para la venta, los retailers deben ir más allá de los métodos de prevención de pérdidas tradicionales. El éxito depende ahora de la adopción de herramientas avanzadas —como inteligencia artificial, análisis predictivo, visión artificial y planificación de la demanda— que aportan perspectivas, mejoran la visibilidad y permiten tomar decisiones mejor informadas.

Los retailers que se comprometen con estas innovaciones se posicionan, no solo para sobrevivir, sino para prosperar. Las inversiones tecnológicas permitirán operaciones ágiles, protegerán la rentabilidad y brindarán las experiencias de compra fluidas que los clientes esperan. En un entorno cada vez más competitivo, aquellos que actúen con decisión hoy serán los que influyan en los entornos de retail del futuro, garantizando el éxito a largo plazo a través de la excelencia operativa y la adaptación continua.

### 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. La serie del 17.º Estudio anual global sobre consumidores 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 las expectativas**  
Mejora de las experiencias en un mundo sin fricción



**Aumento de la rentabilidad**  
Respuesta a los principales retos para el sector de retail



**Lograr la excelencia**  
El poder de los dependientes implicados

Para ver la serie completa del 17.º Estudio anual global sobre consumidores, visite [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

Para conocer cómo Zebra puede ayudar a los retailers a mejorar la experiencia del cliente y las operaciones multicanal, además de proteger los beneficios, visite [zebra.com/retail](https://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](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. ©2024 Zebra Technologies Corp. y/o sus filiales.