



Estudio Global del Consumidor 2023

Mejorar la experiencia en las tiendas

Brindar más autonomía al personal para enriquecer las interacciones con los clientes



Los empleados de las tiendas son clave para modelar la experiencia de los clientes, brindar un servicio satisfactorio y, en consecuencia, mejorar el desempeño general del negocio. Los comerciantes minoristas están aprovechando la tecnología para agilizar las capacitaciones, crear entornos de trabajo más solidarios y aumentar la eficacia de sus empleados.

Analice el impacto de los empleados equipados con tecnología en la experiencia de la tienda

Panorama del mercado

A medida que crecen las expectativas de los compradores, aparecen nuevos desafíos para los comercios minoristas, y el rol del personal en este panorama cambiante es fundamental. Los empleados son los encargados de conectar la experiencia de compra física con la digital y deben adaptarse continuamente a las diversas preferencias de los clientes para ofrecer un servicio personalizado y fluido. Sus habilidades permiten garantizar la experiencia conveniente y personalizada que los compradores esperan en el entorno omnicanal.

Los protagonistas de la experiencia omnicanal expresan sus preocupaciones

(empleados)

Los compradores tienen más y mejor acceso a la información que el personal

77 %

opinan que los **compradores están más conectados con la información que los empleados de la tienda**

+15 % desde 2022 | +40 % desde 2019



Tiendas de alimentos

60 %



Supermercados

81 %



Farmacias

82 %



Comerciantes generales

77 %

Preocupados por el uso de herramientas de inventario inadecuadas

81 %

opinan que su **empresa necesita mejores herramientas de administración de inventario para mayor precisión y disponibilidad**

+7 % desde 2022



Tiendas de alimentos

79 %



Supermercados

78 %



Farmacias

82 %



Comerciantes generales

85 %

Enfrentan devoluciones frecuentes y desafíos de logística inversa

56 %

dicen que su **tienda ofrece devoluciones de compras en línea, citan problemas clave**



Devoluciones frecuentes

74 %



Logística inversa

63 %



No hay área especial para la recogida/devolución de pedidos

40 %

Transformación completa: la era de la innovación en el comercio minorista



93 %

opinan que los pedidos móviles ayudan a satisfacer las expectativas de los compradores



85 %

creen que la inteligencia artificial les ayudará a ser más productivos



83 %

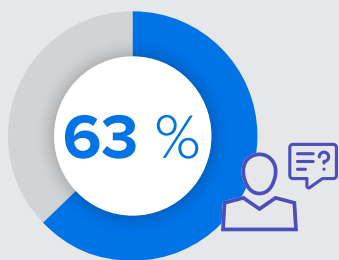
dicen que es importante trabajar para un comercio minorista con responsabilidad social y ambiental

Ofrecer un servicio más personalizado: Mejorar la experiencia en las tiendas

Cuando están bien capacitados y equipados con las herramientas adecuadas, los empleados pueden responder preguntas, resolver problemas y ofrecer recomendaciones personalizadas para cada cliente. Un excelente servicio puede ser el toque mágico que transforme toda la experiencia de compra e impulse la lealtad del cliente. Sin embargo, los compradores actuales sienten que no reciben suficiente asistencia en las tiendas. Por su parte, los empleados expresan que se sienten frustrados por tener que realizar tareas de menor valor que les quitan tiempo para ofrecer servicios de mayor valor para los clientes. Si bien la presencia de empleados permite ofrecer un servicio personalizado que la tecnología por sí sola aún no puede replicar, la implementación de tecnologías de vanguardia permite ofrecer un mejor servicio en todos los puntos de contacto.



La falta de personal en las tiendas no pasa desapercibida



de los compradores manifiestan que no reciben suficiente ayuda en las tiendas

Por generación



Los empleados expresan sus frustraciones

(personal de ventas o servicio al cliente en la tienda)

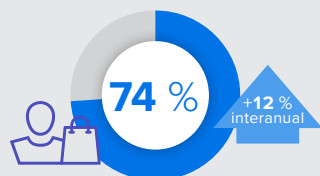
- 61 %** Expresan que tienen poco tiempo para asistir a los clientes por estar haciendo tareas de menor valor
- 48 %** Opinan que las herramientas que tienen no son adecuadas para brindar un servicio de atención al cliente personalizado
- 47 %** Informan que los clientes encuentran información sobre precios y productos más rápido en sus teléfonos inteligentes que los empleados
- 41 %** Reconocen haber tenido quejas por falta de existencias

Herramientas revolucionarias para ofrecer un servicio excepcional



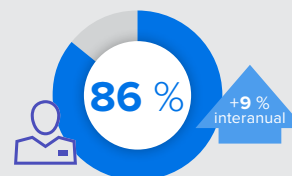
de los empleados opinan que pueden brindar una mejor experiencia al cliente utilizando escáneres de códigos de barras de mano, dispositivos móviles para puntos de venta y terminales de pago por autoservicio

Tanto los empleados como los compradores celebran el uso de tecnología para mejorar la experiencia del cliente



Compradores

Afirman que la experiencia de los clientes es mejor cuando los empleados usan tecnología de última generación para ayudarlos



Empleados

El triunfo de la tecnología: Superar los desafíos en la dotación de personal y aumentar las ganancias

Los comercios minoristas se enfrentan a desafíos cada vez más grandes en materia de dotación de personal y mantenimiento de los márgenes de ganancias. Una gran cantidad de tomadores de decisiones (84 %) dicen que es difícil contratar, capacitar y retener personal calificado en las tiendas, y esto se suma al desafío de poder ofrecer mejores compensaciones para los empleados sin afectar los márgenes. En medio de estas preocupaciones, la tecnología aparece como una solución crítica.

Tanto los tomadores de decisiones como los empleados apoyan la implementación de terminales de pago por autoservicio, ya que permiten reasignar al personal para que realice tareas de mayor valor y mejorar la experiencia del cliente. Un gran porcentaje de la fuerza laboral en el sector reconoce que la implementación de tecnologías contribuye a un ROI positivo. Además, algunas herramientas (como las que brindan visibilidad del inventario en tiempo real) son cada vez más aceptadas por los empleados porque permiten reforzar la eficiencia y el servicio al cliente, lo que indica un cambio en el sector hacia un panorama más rentable y tecnológicamente integrado.



Las inversiones en tecnología llevan a una mayor rentabilidad a largo plazo



Empleados

86 %

El pago por autoservicio permite que los empleados lleven a cabo tareas de mayor prioridad y brinden un mejor servicio a los clientes



Tomadores de decisiones

88 %

85 %

Las terminales de pago por autoservicio mejoran la experiencia del cliente

88 %

84 %

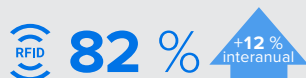
Las inversiones en terminales de pago por autoservicio están dando sus frutos/demuestran un ROI positivo

87 %

Los empleados destacan las herramientas que mejoran la eficiencia y el servicio al cliente



Visibilidad del inventario en tiempo real



RFID



Etiquetas electrónicas para estantes

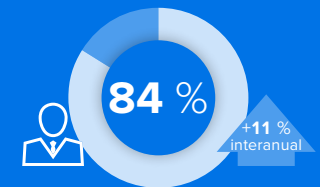


Inteligencia artificial/Aprendizaje automático

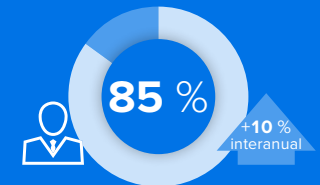


Inteligencia artificial generativa

Los desafíos de dotación de personal intensifican las preocupaciones sobre los márgenes de ganancias del negocio



Contratar y retener personal calificado es un gran desafío



Mantener los márgenes de ganancias y, al mismo tiempo, cumplir con las expectativas del personal de ofrecer salarios más altos y mayores beneficios ha sido difícil para su organización

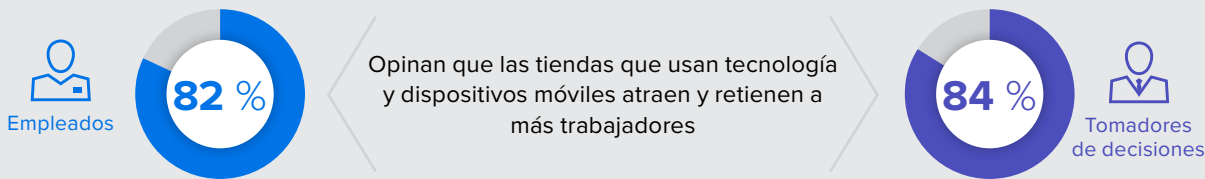
El problema de la fuerza laboral

Cómo atraer y retener personal experto en tecnología para la era digital. El panorama del mercado laboral está en constante evolución y atraer y retener personal calificado es un gran desafío para los comerciantes minoristas. Para complicar más las cosas, la industria exige un conjunto diverso de habilidades que abarquen servicio al cliente, conocimiento de los productos, manejo de herramientas digitales y adaptabilidad. El crecimiento del comercio electrónico exige cada vez más trabajadores expertos en tecnología que entiendan las plataformas digitales y sepan usar tecnología de punta para hacer recuentos de inventario, preparar pedidos, etc. de manera eficiente.

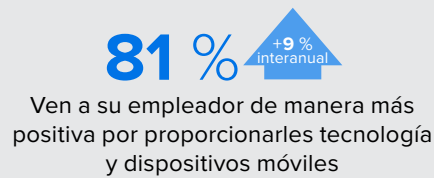
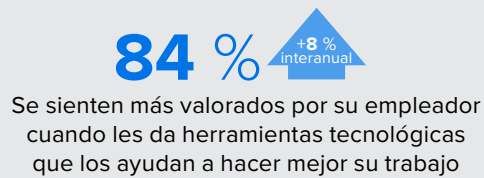
Cada vez más empleados reconocen el impacto positivo de los dispositivos y de la analítica para priorizar sus tareas y colaborar con sus compañeros. Se espera que la implementación de software de administración de tareas y de personal mantenga un crecimiento continuo.



Empleados y gerentes celebran el papel de la tecnología en la dotación de personal

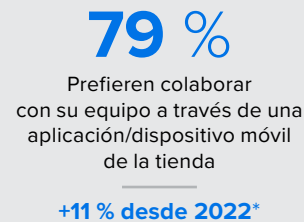
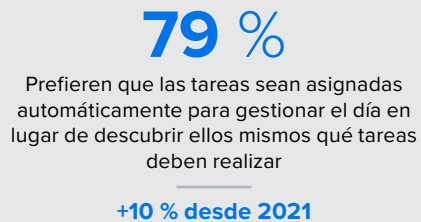
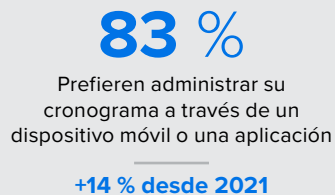


Los empleados se sienten valorados cuando reciben herramientas tecnológicas avanzadas en el trabajo



Armonía digital: equilibrio entre la vida laboral y personal

(preferencias de los empleados, % que está de acuerdo)



*Pregunta no formulada en 2021

Las soluciones flexibles de administración de personal son cada vez más usadas

(% de tomadores de decisiones que planean implementar esas soluciones en los próximos 5 años)

57 %

Software de administración de tareas

60 %

Software de administración del personal (cronogramas, tiempo y asistencia, autoservicio para empleados)

Un vistazo al futuro de la fuerza laboral en el sector

El dinámico mercado laboral del sector abarca un amplio espectro de empleados omnicanal, lo que refleja la naturaleza cambiante de la industria. La necesidad constante de un personal versátil y centrado en el cliente es primordial a medida que se diversifica el panorama del comercio. Todos los empleados (tanto los que trabajan en la tienda como aquellos que están detrás de la interfaz digital) desempeñan un papel esencial en la experiencia del cliente. Sin embargo, muchos están atascados en tareas de menor valor que les impiden ofrecer un servicio excepcional. El toque personal que brindan los empleados sigue siendo irremplazable, pero eso no quita que podamos aprovechar tecnologías de vanguardia para mejorar significativamente las operaciones, cerrar la brecha entre la tienda física y en línea, y aumentar la eficiencia en toda la empresa. La capacidad de adaptarse al exigente mercado laboral y a la era tecnológica es esencial para el éxito del comercio minorista.

Acerca del estudio

Zebra Technologies encargó un estudio de investigación a nivel mundial entre compradores adultos (mayores de 18 años), tomadores de decisiones y empleados para analizar las tendencias y las tecnologías que están transformando el sector del comercio minorista. El estudio de este año, realizado en línea por Azure Knowledge Corporation, contó con la participación de más de 4200 encuestados sobre distintos temas, como experiencias de compra, uso de dispositivos y tecnología, y entrega y cumplimiento de pedidos tanto en tiendas físicas como en línea. El Estudio Global del Consumidor 2023 de Zebra nos muestra cuáles son las actitudes, opiniones y expectativas que darán forma al futuro de la industria. La serie se organiza en tres temas clave:



Más allá del carrito de compras
Lo que realmente quieren experimentar los compradores en las tiendas



Mejorar la experiencia en las tiendas
Brindar más autonomía al personal para enriquecer las interacciones con los clientes



Cumplir con las exigencias del comercio moderno
Nuevos pilares para las prioridades del futuro

Para ver la serie completa del Estudio Global del Consumidor 2023, visite zebra.com/shopperstudy.

Descubra cómo Zebra puede ayudar a los comercios minoristas a mejorar la rentabilidad y, al mismo tiempo, mejorar la experiencia de los compradores y empleados. Visite zebra.com/retail.



Sede principal corporativa
y de América del Norte
+ 1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

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

Sede principal de EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Sede principal
de América Latina
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA y el logotipo de Zebra son marcas comerciales de Zebra Technologies Corp., registradas en diversas jurisdicciones en todo el mundo. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños. ©2023 Zebra Technologies Corp. y/o sus afiliadas.

Acerca de Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) empodera a las organizaciones de retail y a sus empleados para que progresen en la economía a demanda haciendo que cada trabajador de la primera línea y cada activo de la operación estén visibles, conectados y completamente optimizados. Con un ecosistema de más de 10 000 socios en más de 100 países, Zebra atiende a clientes de todos los tamaños —incluido el 94 % de las empresas de la lista Fortune 100— con un portafolio galardonado de hardware, software, servicios y soluciones que digitalizan y automatizan los flujos de trabajo.