



17.º Estudio Global Anual del Consumidor

# Impulsar la rentabilidad

## Cómo enfrentar los mayores desafíos del comercio minorista

Descubra cómo los comercios minoristas logran un éxito sostenido en el dinámico panorama actual con información basada en datos y herramientas de análisis avanzadas que les permiten descubrir riesgos, detectar patrones de comportamiento e implementar estrategias que protegen los márgenes y, al mismo tiempo, mejoran la experiencia de compra.



## Evitar las pérdidas de inventario y proteger las ganancias

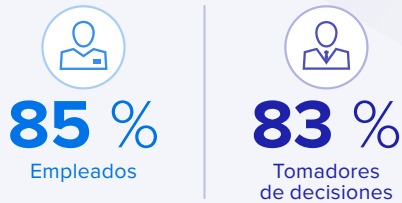
Gestionar las pérdidas de inventario sigue siendo un gran desafío para la mayoría de los comercios minoristas. Muchos tomadores de decisiones enfrentan cada vez más presión para reducir los robos y las pérdidas. Además, deben minimizar la cantidad de productos que no pueden revender por errores de inventario o devoluciones. Por otro lado, las medidas que se tomen para gestionar las pérdidas de inventario deben implementarse pensando en la experiencia del cliente. Los comerciantes minoristas están recurriendo a la tecnología para fortalecer la administración de inventario y mejorar la seguridad en la tienda sin descuidar la rentabilidad y el nivel de satisfacción de los compradores.

Hay mucho en juego: los comercios minoristas luchan contra el fraude y el robo



Reducir el fraude y la pérdida de inventario es un gran desafío

Supervisión adecuada para controlar las pérdidas de inventario en las terminales de pago por autoservicio



El robo o la pérdida de inventario en la tienda es un gran problema cuando se usan terminales de pago por autoservicio



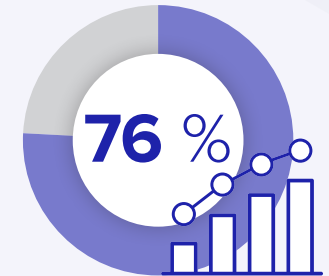
Es necesario que haya una persona supervisando las terminales de pago por autoservicio para mitigar las pérdidas de inventario

Los comerciantes opinan que la tecnología avanzada es el futuro de la prevención de pérdidas

Los tomadores de decisiones creen que las tecnologías clave pueden reducir las pérdidas de inventario

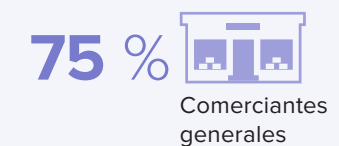
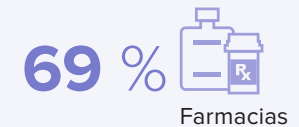
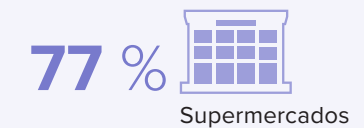
- 1** IA generativa
- 2** Herramientas de análisis prescriptivo/aprendizaje automático con IA
- 3** Sensores y cámaras en estaciones de pago por autoservicio
- 4** Cámaras de vigilancia
- 5** Etiquetas y lectores RFID

Los comercios minoristas aceleran las inversiones en prevención de pérdidas y protección de activos



de los tomadores de decisiones planean incrementar la inversión en prevención de pérdidas y protección de activos

Por industria:



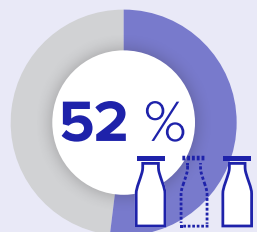
# Prevención de pérdidas

## Manejar los riesgos, proteger las operaciones

Las pérdidas de inventario se han convertido en una desafortunada realidad para los comercios minoristas, ya que pesan mucho sobre las operaciones diarias y agotan los recursos. Si bien este tema siempre ha sido un desafío, la creciente incidencia de robos y fraudes está intensificando el problema. El 78 % de los tomadores de decisiones sienten mucha presión para abordar el tema de los robos y las pérdidas, una cifra que ha aumentado seis puntos porcentuales en el último año, lo que subraya la creciente urgencia.

Por otro lado, las preocupaciones por la seguridad se están volviendo tan urgentes como las pérdidas financieras. A medida que aumentan los robos y los delitos, más de ocho de cada 10 empleados dicen que se sienten desprotegidos en el trabajo. Otros están preocupados por la falta de tecnología para detectar y reaccionar ante amenazas de seguridad. Este sentimiento de ansiedad influye en las operaciones de la tienda y afecta el desempeño, el compromiso y la estabilidad del personal. Cuando los empleados se sienten inseguros o sin apoyo, es difícil llevar a cabo operaciones fluidas y cumplir con las expectativas de los compradores, lo que profundiza aún más los desafíos operativos que enfrentan.

### Alto índice de pérdida de inventario en la tienda

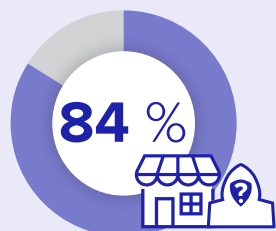


de los tomadores de decisiones registran un aumento en las pérdidas de la tienda en los últimos 12 meses

Porcentaje de encuestados que indican un aumento en el índice de pérdidas de inventario por región:

Asia Pacífico	Europa	América Latina	América del Norte
54 %	49 %	44 %	57 %

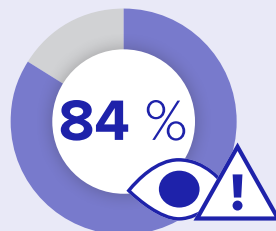
### Más preocupación por la seguridad



de los empleados están preocupados por su seguridad ante el aumento de robos y delitos en las tiendas

Por región:

Asia Pacífico	Europa	América Latina	América del Norte
73 %	85 %	87 %	89 %



de los empleados están preocupados por la falta de tecnología para detectar amenazas a la seguridad o actividades delictivas

Por región:

Asia Pacífico	Europa	América Latina	América del Norte
72 %	87 %	92 %	87 %

### Más presión para controlar robos y pérdidas

78 % ↑ +6 pp interanual

de los tomadores de decisiones coinciden en que están bajo presión para minimizar robos y pérdidas

# Medidas de Seguridad

## Equilibrar la seguridad y la experiencia del comprador



Más delitos, más preocupación en las tiendas

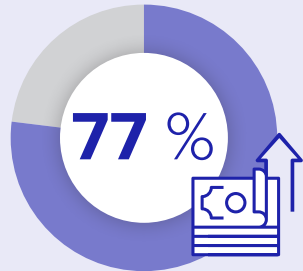
**71 %**

de los compradores están preocupados por los altos niveles de robo y delincuencia en las tiendas que frecuentan

Los problemas de seguridad afectan cada vez más la experiencia de compra. Por ejemplo, las tiendas usan mostradores cerrados con llave y aumentan los precios, lo que termina afectando a los clientes. El 71 % de los compradores están preocupados por los altos niveles de robo que hay en las tiendas donde suelen comprar. Como los robos llevan a un aumento en los costos, el 77 % teme que los comercios puedan subir los precios. Esto afecta su presupuesto y los lleva a reducir sus compras. Si bien mantener la rentabilidad es esencial, el aumento de precios suele hacer que los clientes se vayan a otras tiendas (digitales y físicas) que tienen precios más bajos y mayor variedad de productos.

En respuesta, los comerciantes están mejorando las medidas de seguridad y las herramientas de administración de inventario. Sin embargo, dichas iniciativas a veces pueden generar fricción para los compradores. Los robos o los problemas operativos llevan a que las góndolas queden vacías o con escasa cantidad de productos. Los tomadores de decisiones están poniendo el foco en soluciones que protegen el inventario y, a la vez, ayudan a que la experiencia del cliente sea más conveniente y fluida.

### Los clientes temen que suban los precios por el aumento de robos

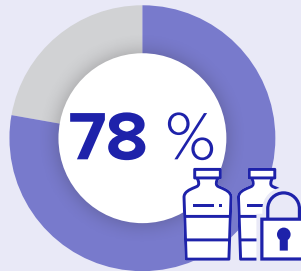


de los compradores temen que el aumento de robos y delitos haga que las tiendas aumenten los precios

Por generación:

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

### Los productos guardados bajo llave afectan la experiencia de compra



de los compradores dicen que les molesta cuando los productos están bajo llave o protegidos en estuches

Por generación:

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



### El desafío de prevenir las pérdidas se intensifica

Los principales desafíos de los tomadores de decisiones para prevenir pérdidas

- 1 Reforzar la seguridad y mejorar la experiencia del cliente
- 2 Integrar las nuevas medidas en los sistemas existentes para identificar tendencias y patrones de manera eficaz
- 3 Recolectar y analizar datos relacionados con las pérdidas de inventario
- 3 Identificar las mejores soluciones tecnológicas para implementar

# El cambio tecnológico en el comercio minorista

## Soluciones de visibilidad y automatización que permiten alcanzar la excelencia operativa

Las expectativas cambiantes de los consumidores y los nuevos desafíos operativos están haciendo que los comercios minoristas recurran a la tecnología para mejorar la visibilidad y simplificar las cadenas de suministros. La inversión en herramientas de RFID y seguimiento en tiempo real se ha vuelto esencial para mantener niveles precisos de stock, evitar discrepancias y solucionar posibles pérdidas al instante. Alinear el inventario con la demanda permite que los comercios minoristas aumenten la rentabilidad y creen experiencias de compra más fluidas.

Además de ofrecer una mayor eficiencia operativa, las herramientas de análisis con IA y las soluciones innovadoras, como la visión artificial, ofrecen formas muy eficientes de pronosticar tendencias, monitorear la actividad en la tienda y mejorar la seguridad. Estas tecnologías permiten que las tiendas pasen de aplicar estrategias reactivas a aplicar estrategias proactivas, identificando los riesgos antes de que surjan, optimizando los recursos y habilitando experiencias de compra sin fricciones. Mediante la automatización avanzada, los comerciantes reducen las ineficiencias y, al mismo tiempo, equilibran la seguridad con la conveniencia del cliente. De esta manera, garantizan que las medidas que aplican para prevenir las pérdidas mejoran las operaciones en lugar de complicarlas.

### Plan para el cambio: qué planean implementar los tomadores de decisiones en los próximos cinco años



#### Automatización e inteligencia

RFID en los artículos

59 %

Alerta por artículos agotados

57 %

Verificación automática del inventario

56 %

Localizadores de productos

56 %

Seguimiento de pedidos/prueba de retiro

52 %

Planificación y previsión de la demanda, pedidos

51 %



#### Herramientas de 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 %

Analítica predictiva

55 %

Analítica prescriptiva

53 %



La visibilidad del inventario pasa a ser una prioridad

76 %

de los tomadores de decisiones planean incrementar la inversión en visibilidad del inventario

Por industria:

71 % Tiendas de alimentos

80 % Supermercados

67 % Farmacias

71 % Comerciantes generales

# El camino hacia el futuro

## La tecnología es esencial para proteger las ganancias

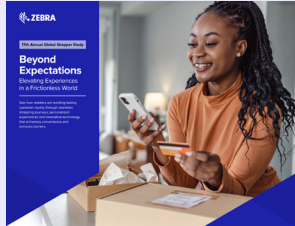
**El futuro del comercio minorista depende de la capacidad de equilibrar la innovación con la precisión operativa.**

El problema de las pérdidas por robo, fraude y devoluciones de productos que no se pueden revender es cada vez más complejo. Por eso, los comercios minoristas deben ir más allá de los métodos tradicionales de prevención de pérdidas. Deben adoptar herramientas avanzadas de IA, analítica predictiva, visión artificial y planificación de la demanda que brinden información, mejoren la visibilidad y permitan tomar decisiones más acertadas.

Los comerciantes decididos a implementar estas soluciones innovadoras podrán no solo sobrevivir, sino prosperar en el mercado actual. Las inversiones en tecnología les permitirán agilizar las operaciones, asegurar la rentabilidad y ofrecer experiencias de compra fluidas para sus clientes. En un panorama cada vez más competitivo, quienes actúen con decisión hoy darán forma a los entornos del comercio minorista del futuro, garantizando el éxito a largo plazo a través de la excelencia operativa y la adaptación continua.

### 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. La serie sobre el 17.º Estudio Global Anual del Consumidor de Zebra nos muestra cuáles son las actitudes, opiniones y expectativas que darán forma al futuro de la industria. Se organiza en tres temas clave:



**Más allá de las expectativas**  
Mejorar las experiencias en un mundo sin fricciones



**Impulsar la rentabilidad**  
Cómo enfrentar los mayores desafíos del comercio minorista



**Alcanzar la excelencia**  
El poder de los empleados comprometidos

Para ver la serie completa del 17.º Estudio Global Anual del Consumidor, visite [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy).

Descubra cómo Zebra puede ayudar a los Retailers a mejorar la experiencia del cliente, integrar las operaciones omnicanal y proteger las ganancias. Visite [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail).



**Sede principal corporativa  
y de América del Norte**  
+1 800 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

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

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

**Sede principal  
de América Latina**  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto: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. ©2024 Zebra Technologies Corp. 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.