



La redefinición de lo que es posible en el sector de retail

El sector de retail está entrando en una nueva era de inteligencia y agilidad. Los consumidores esperan más. Los dependientes tienen que rendir más. Y los retailers están respondiendo con innovaciones que conectan todas las experiencias. El 18.º Estudio anual global sobre consumidores capta cómo se está desarrollando esta transformación en el sector de retail y en otros ámbitos.

Personalización de las experiencias de los consumidores

INFORMACIÓN MÁS DETALLADA. CONEXIONES MÁS FUERTES. MAYOR IMPACTO.

LOS EJECUTIVOS INDICAN QUE LA IA GENERATIVA TENDRÁ UN IMPACTO SIGNIFICATIVO EN ÁREAS CLAVE DE SUS OPERACIONES EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

87%

Segmentación de clientes y marketing dirigido

86%

Gestión del inventario y previsión de la demanda

84%

Recomendaciones personalizadas

Aumentar el potencial de los dependientes en la nueva era del retail

DECISIONES MÁS INTELIGENTES. COLABORACIÓN FLUIDA. MAYOR RENDIMIENTO.

El **89%**

de los dependientes coincide en que la inteligencia artificial le ayudará a ser más productivo



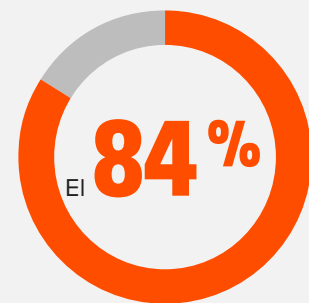
Modernizar las estrategias de prevención de pérdidas

MAYOR VISIBILIDAD. RESPUESTAS MÁS RÁPIDAS. OPERACIONES MÁS SÓLIDAS.



Al **70%**

de los consumidores le resulta molesto que los productos que desea estén bajo llave o protegidos en cajas



de los ejecutivos manifiesta estar sometido a una gran presión que le obliga a sincronizar el inventario en tiempo real entre canales para mejorar las predicciones de la demanda y la reposición



El **72%**

de los consumidores señala que le gustaría ver más anuncios personalizados en las tiendas

LOS EJECUTIVOS CLASIFICAN LAS VENTAJAS PERCIBIDAS DE LAS APLICACIONES DE IA EN LOS DISPOSITIVOS

56%

Automatizar las tareas administrativas para reducir los costes operativos

54%

Optimizar la gestión del inventario

51%

Profundizar en la atracción de clientes/ capacidades de búsqueda avanzadas

50%

Mejorar la formación de los empleados/ los asistentes virtuales para dependientes



El **78%**

de los dependientes manifiesta estar preocupado por la falta de tecnología en su tienda para detectar amenazas para la seguridad o actividades delictivas

PORCENTAJE DE EJECUTIVOS QUE TIENE PREVISTO IMPLEMENTAR TECNOLOGÍAS DE PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS

57%
Visión artificial

54%
Identificadores y lectores de RFID

51%
IA generativa

Para descubrir más perspectivas del 18.º Estudio anual global sobre consumidores, visite zebra.com/shopperstudy

Para conocer cómo Zebra aumenta el potencial de los retailers de todo el mundo para ofrecer experiencias conectadas, operaciones ágiles y un rendimiento superior, visite zebra.com/retail