



18.º ESTUDIO GLOBAL ANUAL DEL CONSUMIDOR



Redefinir lo posible en el **comercio minorista**

El comercio minorista está entrando en una nueva era de inteligencia y agilidad. Los clientes esperan más. Los empleados necesitan ofrecer más. Y los comerciantes minoristas están respondiendo con innovación que conecta cada experiencia. El 18.º Estudio Global Anual del Consumidor refleja cómo se está desarrollando esta transformación dentro y fuera del comercio minorista.

Personalizar las experiencias de los compradores

INFORMACIÓN MÁS VALIOSA. CONEXIONES MÁS SÓLIDAS. MAYOR IMPACTO.

LOS TOMADORES DE DECISIONES DICEN QUE LA **IA GENERATIVA** AFECTARÁ SIGNIFICATIVAMENTE ÁREAS CLAVE DE SUS OPERACIONES EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

87 %

Segmentación de clientes y marketing dirigido

86 %

Administración de inventario y previsión de la demanda

84 %

Recomendaciones personalizadas

Brindar más autonomía a los empleados para la nueva era del comercio minorista

DECISIONES MÁS INTELIGENTES. COLABORACIÓN FLUIDA. MEJOR DESEMPEÑO.

89 %

de los empleados coinciden en que la **inteligencia artificial** los ayudará a ser más productivos



LOS TOMADORES DE DECISIONES CLASIFICAN LOS BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LAS APLICACIONES DE IA EN DISPOSITIVOS

56 %

Automatización de tareas administrativas para reducir los costos operativos

54 %

Optimización de la administración de inventario

51 %

Profundización del compromiso del cliente/ capacidades de búsqueda avanzada

50 %

Mejora de la capacitación de los empleados/ asistentes virtuales para los empleados

Modernizar las estrategias de prevención de pérdidas

MAYOR VISIBILIDAD. RESPUESTA MÁS RÁPIDA. OPERACIONES MÁS SÓLIDAS.



70 %


de los compradores dicen que sienten molestia cuando los productos están bajo llave o protegidos en estuches




78 %

de los empleados dicen estar preocupados por la falta de tecnología en su tienda para detectar amenazas a la seguridad o actividades delictivas

PORCENTAJE DE TOMADORES DE DECISIONES QUE PLANEAN IMPLEMENTAR TECNOLOGÍAS DE PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS

57 % 

Visión artificial

54 % 

Etiquetas RFID y lectores

51 % 

IA generativa



72 %

de los compradores dicen que desean ver más anuncios personalizados en la tienda

Para obtener más información sobre el 18.º Estudio Global Anual del Consumidor, visite zebra.com/shopperstudy.

Para ver cómo Zebra ayuda a los comercios minoristas de todo el mundo a brindar experiencias conectadas, simplificar las operaciones y mejorar el desempeño, visite zebra.com/retail.