



18.º ESTUDIO GLOBAL ANUAL DEL CONSUMIDOR



# Información sobre el comercio minorista **de todo el mundo**

El comercio minorista no es universal. A medida que las prioridades evolucionan en todo el mundo, la información regional revela cómo las personas, los procesos y las estrategias le dan forma a la próxima era de la innovación en el comercio minorista.

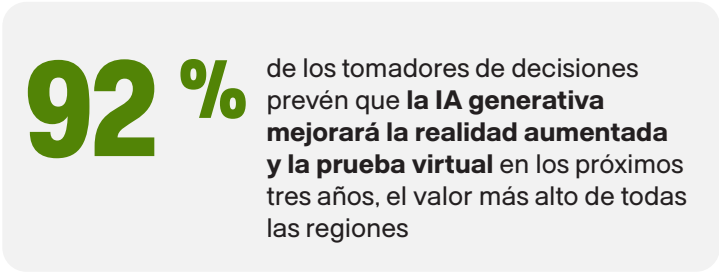
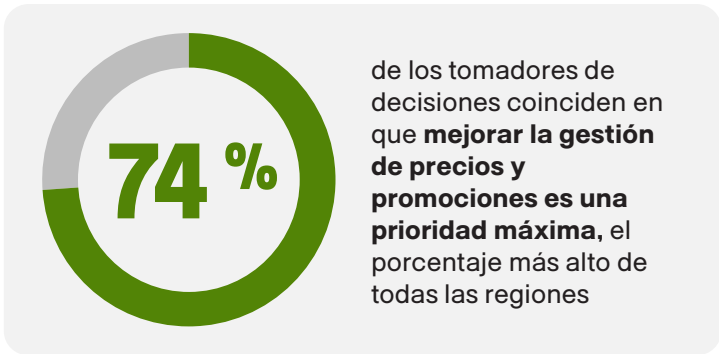
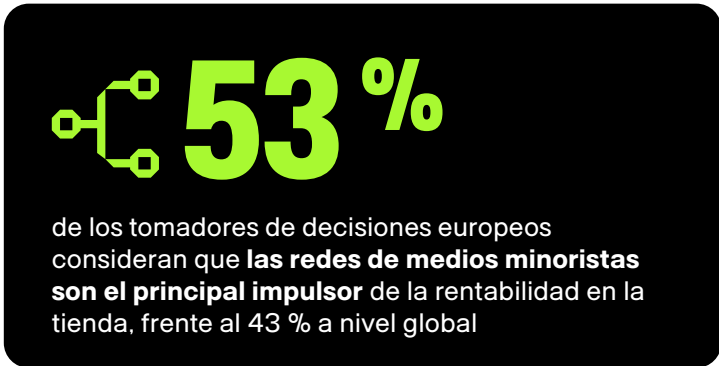
## Asia Pacífico: satisfacer las crecientes expectativas

(AUSTRALIA, CHINA, INDIA, JAPÓN, NUEVA ZELANDA)



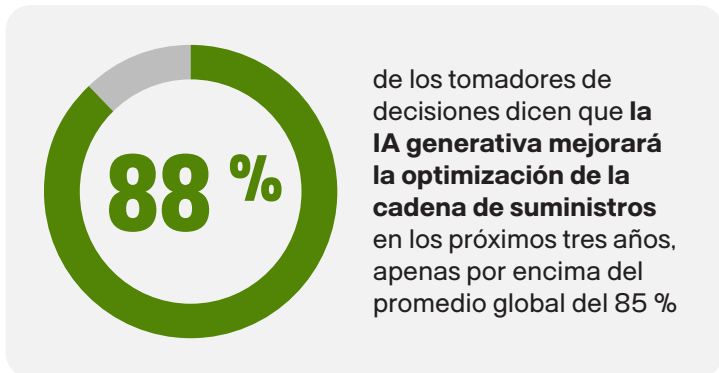
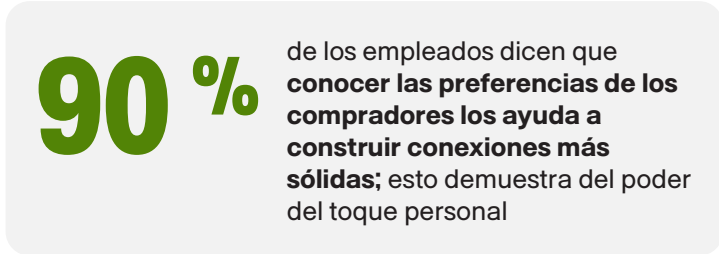
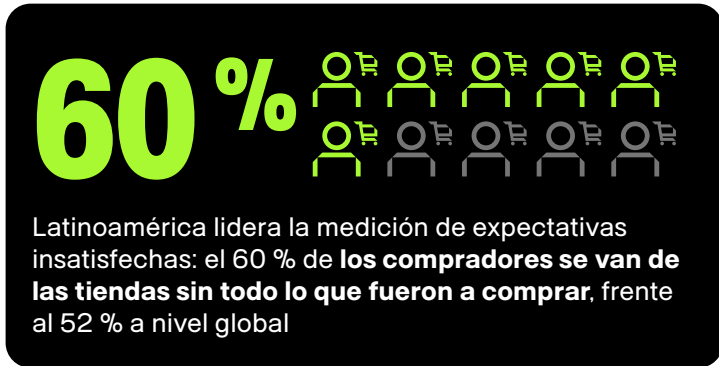
## Europa: innovar para el futuro

(FRANCIA, ALEMANIA, ITALIA, REINO UNIDO)



## América Latina: acelerar el progreso

(BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO)



## América del Norte: aumentar la eficiencia

(CANADÁ, ESTADOS UNIDOS)



Para obtener más información sobre el 18.º Estudio Global Anual del Consumidor, visite [zebra.com/shopperstudy](https://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](https://zebra.com/retail).