

# THE PULSE OF RETAIL 2023

## Especial Temporada Alta

"El informe anual de Mercaux vuelve con una edición especial de temporada alta, y estoy encantado de compartir con vosotros una visión exclusiva del último análisis de los minoristas españoles. Se trata de un resumen conciso de nuestro informe completo, que ofrece una panorámica del mercado español en un año marcado por el aumento de los costes, la incertidumbre del mercado laboral y una inflación desalentadora. Los resultados muestran un impulso constante de progreso para ofrecer más experiencias de calidad a los clientes minoristas a través de la transformación digital."



Joan López Graupera  
Strategic Sales Advisor

## Resumen Ejecutivo

- 1.** Dar a los clientes la posibilidad de elegir es más importante que nunca, y la "venta asistida" es ahora la solución más popular en la "fase de implantación"
- 2.** Para los responsables de las tiendas, aumentar las ventas es tan importante como poder enviar desde la tienda los productos comprados en línea
- 3.** Los minoristas cambian hacia la agilidad: Un 93%, cifra récord, destaca la importancia de la componibilidad

- 4.** Superar los retos del pasado: El despliegue de nuevas soluciones por parte de los minoristas sigue viéndose obstaculizado por tecnologías monolíticas
- 5.** Redefinir el éxito del comercio minorista: El 57% de la preocupación por la retención del personal impulsa la innovación tecnológica en las tiendas

### 1. ¿Cuáles son las principales soluciones que los minoristas están planificando, preparando o lanzando?

35%

**Planificación**  
Capacidades OMS  
Distribuidas

36%

**Implementación**  
Venta asistida  
(comprobación de stock,  
descripciones y  
recomendaciones de  
productos)

34%

**Lanzamiento**  
Omnicanal (ver existencias  
en otras tiendas/en línea y  
reservar/ pagar productos  
para recogerlos en la tienda  
o entregarlos en casa)

Los minoristas están haciendo grandes progresos en lo que respecta a la transformación del comercio minorista. Más del doble de tecnologías están en fase de implementación que en el informe anterior. Mientras que 3 tecnologías superan el 30% de los encuestados que comparten que se han puesto en marcha, este informe revela que 7 grupos de tecnologías diferentes se encuentran ahora en fase de implementación.

En comparación con otros países, España obtuvo resultados similares a los de Estados Unidos. Ambos países se están centrando menos en la tienda como centro de relación con el cliente y más en ofrecer experiencias personalizadas para aumentar la satisfacción del cliente y las ventas.

El 41% de los minoristas españoles ya han desplegado algunas soluciones para ofrecer a los clientes una experiencia omnicanal sin interferencias, y otro 29% se encuentra en proceso de unir las experiencias online y en la tienda.

### 2. ¿Cómo creen los minoristas españoles que ha cambiado el papel de la tienda?

Un lugar donde comprar productos

28%

Un centro de distribución para pedidos online y click & collect

52%

Un centro de experiencias y descubrimiento de productos

28%

Un centro de relación con los clientes

38%

Un lugar para recoger datos sobre las preferencias y comportamientos de los clientes

22%

#### Pulse of Retail 2023

#### Pulse of Retail 2023 Temporada Alta

Un lugar donde comprar productos

47%

Un centro de distribución para pedidos online y click & collect

47%

Un centro de experiencias y descubrimiento de productos

29%

Un centro de relación con los clientes

24%

Un lugar para recoger datos sobre las preferencias y comportamientos de los clientes

22%

### 3. Los minoristas apuestan por la agilidad: Un 94% de los encuestados considera que la comonibilidad es importante

Aunque existen algunas diferencias regionales, la comonibilidad sigue siendo un objetivo final para la mayoría, a pesar de que muchos se centran en proyectos a corto plazo y de resultados rápidos.

En general, el 94% de los encuestados españoles afirma que la comonibilidad es importante para ellos. ¿Cuál es el resultado? Una mejor experiencia del cliente gracias a un despliegue más rápido de la tecnología en la tienda, ya que los minoristas ágiles y flexibles pueden responder a los cambios en las tendencias de compra de los clientes más rápido que nunca.

¿Qué importancia tiene la comonibilidad para cada país encuestado?



### 4. Superar los retos del pasado: El despliegue de nuevas soluciones por parte de los minoristas se ve menos obstaculizado por las tecnologías monolíticas

En el informe anterior, sólo el 2% afirmaba disponer de la infraestructura necesaria para implantar nuevas soluciones digitales en las tiendas. Ahora es el 16%, lo que significa que cada vez más minoristas están a punto de modernizar la experiencia en la tienda. Cada vez son más los minoristas que han iniciado el camino hacia la transformación de sus negocios, con un aumento del 16% al 24% que ya ha implantado nuevas soluciones. Los que hace tan solo un año descartaron la idea de transformarse, ahora sienten claramente que deben hacerlo para ser competitivos.

¿Está preparada tu infraestructura actual para acoger las nuevas soluciones digitales en tienda?



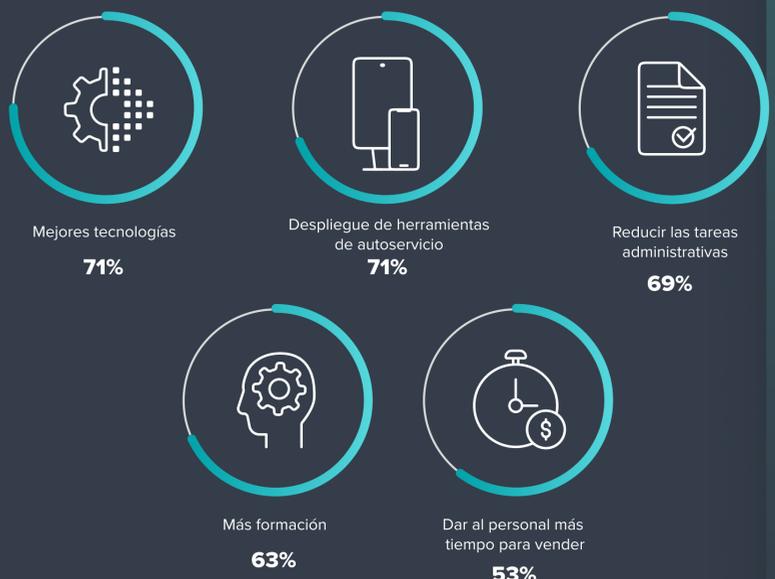
### 5. Redefinir el éxito del comercio minorista: La preocupación por la retención del personal impulsa la innovación tecnológica en las tiendas

En vista de las preocupaciones publicadas en la prensa y de las conversaciones mantenidas por nuestros propios equipos, hemos querido conocer la opinión sobre la retención, la capacitación y la satisfacción del personal de tienda para orientar a los lectores del informe. Desglosado por territorios, este es el panorama actual de los problemas de retención del personal, con el porcentaje más alto en España:



Cuando se les preguntó si era necesario mejorar la capacitación del personal, los minoristas señalaron que todas las categorías necesitaban mejoras significativas. La mejora de las tecnologías y de las herramientas de autoservicio aparece como la principal categoría a mejorar en la capacitación del personal, con un 71% de acuerdo en que es necesario actualizar la tecnología obsoleta e inadecuada de las tienda y desplegar herramientas para que los clientes se atiendan a sí mismos.

Principales categorías en las que los minoristas creen que es necesario mejorar:



Todo lo anterior indica una clara necesidad de que los minoristas implanten herramientas de venta asistida intuitivas y fáciles de usar, con el fin de reducir las tareas manuales y dejar tiempo al personal para atender a más clientes.

¿Quieres acceder al informe completo, o tienes curiosidad por obtener más cifras de vanguardia adaptadas a ti? Haz clic aquí para obtener más información.

[Accede al informe completo](#)