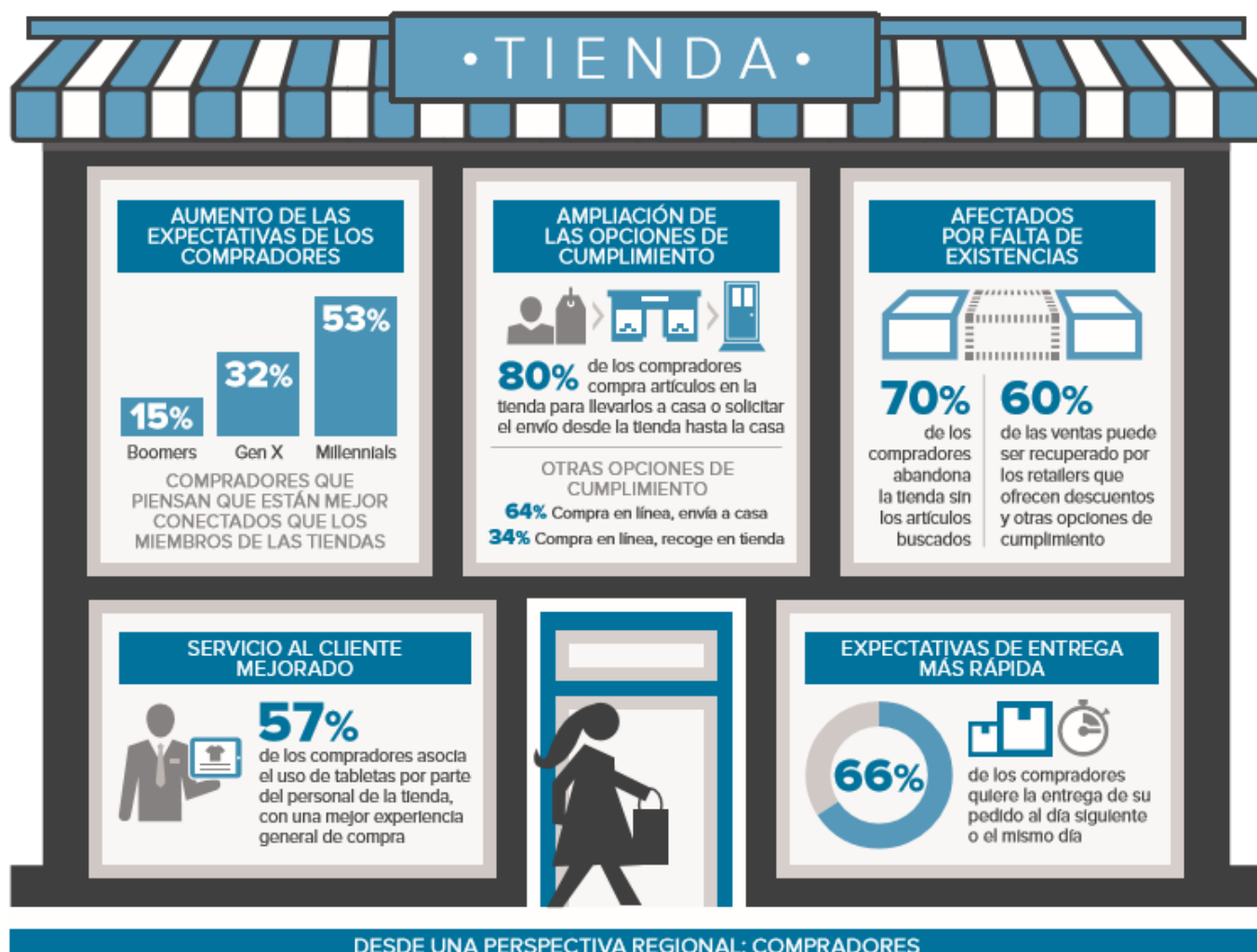


# 44% de compradores no está satisfecho con la atención al cliente

De acuerdo con el Estudio Global del Consumidor 2017, **Zebra Technologies determinó que las crecientes expectativas de los compradores continúan superando la inversión en tecnología de las tiendas minoristas.** El lanzamiento de este estudio se encuentra alineado para comunicar las tendencias de consumo frente a fechas especiales para el comercio minorista en el país como el Black Friday, Cyberlunes y las festividades de fin de año, tal y como explica un comunicado de prensa.

Entre los asuntos más destacados encontramos que el 53% de los compradores milenarios cree estar mejor conectado que las personas de las tiendas, **en comparación con un 32% de compradores de la generación X** y un 15% de compradores boomers. Además, los compradores están aprovechando otras opciones, como comprar en línea con el envío incluido (64%), comprar en línea recogiendo su pedido en la tienda (34%) y comprar en línea con envío a una dirección alternativa (15%). Cabe tener en cuenta que el 70% de los compradores termina abandonando la tienda sin comprar lo que estaba buscando por falta de existencias.



Otro asunto que cabe destacar es que **la investigación reveló que mientras el 44% de los**

**consumidores encuestados todavía no está satisfecho con la disponibilidad del personal y el servicio al cliente**, la satisfacción general si ha mejorado con respecto a una década atrás, cuando comenzó el estudio.

Dice el informe que “las crecientes expectativas de los compradores continúan superando las inversiones en tecnología de las tiendas minoristas, ya que la mayoría de los compradores milenarios perciben que están mejor conectados que el personal de las tiendas”. Cabe tener en cuenta que “los compradores quieren entregas más rápidas, pero no están dispuestos a pagar por ello. Las altas expectativas de los clientes con respecto a las entregas, están transformando el panorama de la industria minorista. Mientras que el 66% de los compradores quiere la entrega al día siguiente o el mismo día, y el 37% prefiere el mismo día o antes, un 27% no quiere pagar por un envío a cualquier velocidad”.

Casi la mitad de los compradores latinoamericanos (48%) confía en compartir sus datos personales con el comercio minorista. Sin embargo, los minoristas aún ocupan una baja posición en el ranking de instituciones en las que los compradores confían para entregar su información personal.