

## **El 50% de los españoles deja las compras de Navidad para el final y la mayoría se van de la tienda sin comprar por las colas en caja**

**Estos son algunos de los datos que revela el sondeo realizado entre más de 1.000 consumidores en toda España por Avery Dennison. Así, la tecnología RFID se convierte en el aliado perfecto de los establecimientos ya que ofrece la posibilidad de conocer la trayectoria del producto y la ubicación exacta de cada pieza en todo momento durante la cadena de suministro**

El sondeo realizado por Avery Dennison, empresa dedicada a soluciones de etiquetado e identificación de producto, revela además que la larga cola en caja es lo más molesto para el 81% de los consumidores españoles a la hora de ir de compras en Navidad. Por otro lado, casi el 80% de españoles estaría encantado de contar con una tecnología que permitiera cobrar de un golpe todo el carro de la compra y el 84% ha dejado de comprar alguna vez una prenda de ropa para evitar la larga espera en la cola.

Además, el sondeo muestra que la mitad de los españoles espera a última hora para realizar las compras navideñas, el 10% lo hace el mismo día de la cena de Nochebuena y un 40% tan sólo una semana antes. Por el contrario, el 31% de los consumidores, los más previsores, decide realizar las compras por lo menos con tres semanas de antelación para evitar posibles aglomeraciones y colas.

Los datos del estudio revelan asimismo que dos tercios de los consumidores han tenido que visitar en alguna ocasión decenas de tiendas hasta conseguir el regalo de Navidad que querían comprar, o que un 43% de españoles se ha quedado alguna vez sin el producto deseado por falta de stock.

Durante las fiestas de Navidad y Reyes llega la fiebre por las compras. Los establecimientos de ropa, regalos y alimentación registran los mayores índices de ventas del año y la larga cola en caja es una de las imágenes más habituales que traen estas fechas que acaban de finalizar.

Además de la falta de previsión, los españoles achacan la larga espera en cola a la gestión de caja. El 61% considera que lo que causa más frecuentemente la espera en cola son los problemas que presenta la necesidad de introducir manualmente el código de barras. Por otro lado, el 53% de clientes opina que la falta de espacio en la caja también demora la cola con frecuencia ya que complica la colocación de los productos y ralentiza el proceso de pago.

Ante la falta de tiempo de la mayoría de españoles para realizar las compras de Navidad y la imposibilidad de evitar las aglomeraciones, el 49% de consumidores propone que los establecimientos cuenten con un mayor número de cajas abiertas y se contrate a más cajeras para evitar las colas y mejorar la atención al cliente durante estas fechas. El 16% opina que lo fundamental estos días es la buena gestión de stock y el 35% considera que la mejor solución es aplicar una tecnología más eficaz para pasar por caja. De hecho, al 78% de los españoles le gustaría que su establecimiento habitual invirtiera en una tecnología que permitiera facilitarles la experiencia de compra y evitar las colas.



Avery Dennison es una de las empresas pioneras en la investigación y desarrollo de la tecnología RFID, que utiliza las ondas electromagnéticas para identificar los productos. Así, en lugar de tener asignado un código de barras, los productos identificados con RFID llevan incorporado un chip. La principal ventaja es que permite la lectura a distancia y la lectura grupal, lo que supone un verdadero ahorro de tiempo. No es extraño entonces que la tecnología RFID sea considerada ya por muchos como el sustituto del código de barras. Por ejemplo, esta tecnología aplicada en el supermercado o en las tiendas de ropa y complementos permitiría realizar una lectura instantánea de todos los productos que lleve el consumidor al pasar por caja.

“En fechas especiales como las fiestas navideñas, las colas se convierten en el principal enemigo de las ventas. Es por eso que la inversión en tecnología es cada vez más valorada por los establecimientos, ya que garantiza un verdadero retorno en inversión” explica Jordi Baeta, Sales Manager PSD - RFID de la División Printer Systems de Avery Dennison. “El hecho de no tener cola en la tienda supone además del aumento de las ventas, la satisfacción del cliente y la mejora de la imagen tanto del establecimiento como del producto que se va a comprar”.

De hecho, algunos de los principales fabricantes, minoristas y centros comerciales en Estados Unidos y Europa, y por consecuencia sus consumidores, ya están disfrutando de los beneficios de esta tecnología.

Por eso, la tecnología RFID se convierte en el aliado perfecto de los establecimientos ya que ofrece la posibilidad de conocer la trayectoria del producto y la ubicación exacta de cada pieza en todo momento durante la cadena de suministro, facilitando la gestión de stock y el control de producto en tienda, lo que supone un verdadero beneficio para el consumidor.

