

Temporada Navideña: grandes dificultades económicas, **pero hay motivos de celebración**

Los cuatro desafíos clave a los que se enfrentan las empresas y, nuestras estrategias para que salgas airoso.



ÍNDICE

3 **Las fiestas de 2022: mejora tu cuenta de resultados**

4 **Los cuatro desafíos a los que se enfrentan las empresas en estas fiestas:**

1. Inflación
2. Interrupción de la cadena de suministros
3. Escasez de personal
4. La pandemia

9 **Nuestras cuatro estrategias para salir airosos:**

Estrategia #1: Haz una lista y revísala dos veces.

Introduce un sistema de gestión de inventario en tiempo real

Estrategia #2: Ayuda a tus clientes a terminar su lista de la compra.

Haz que tus clientes no se preocupen por la economía

Estrategia #3: Regala comodidad.

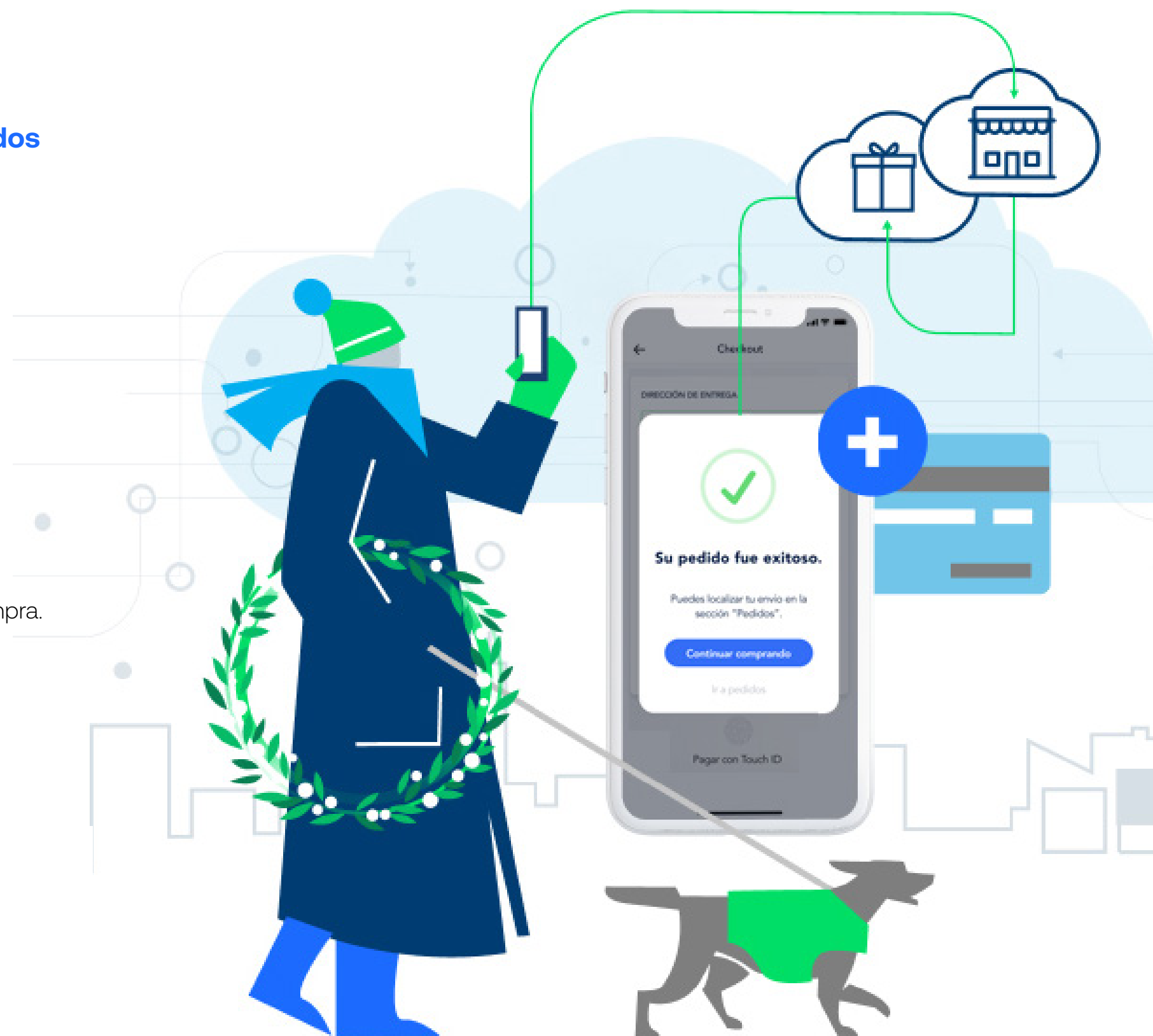
Deja que tus clientes compren cómo, cuándo y dónde quieran

Estrategia #4: Atiende con una sonrisa.

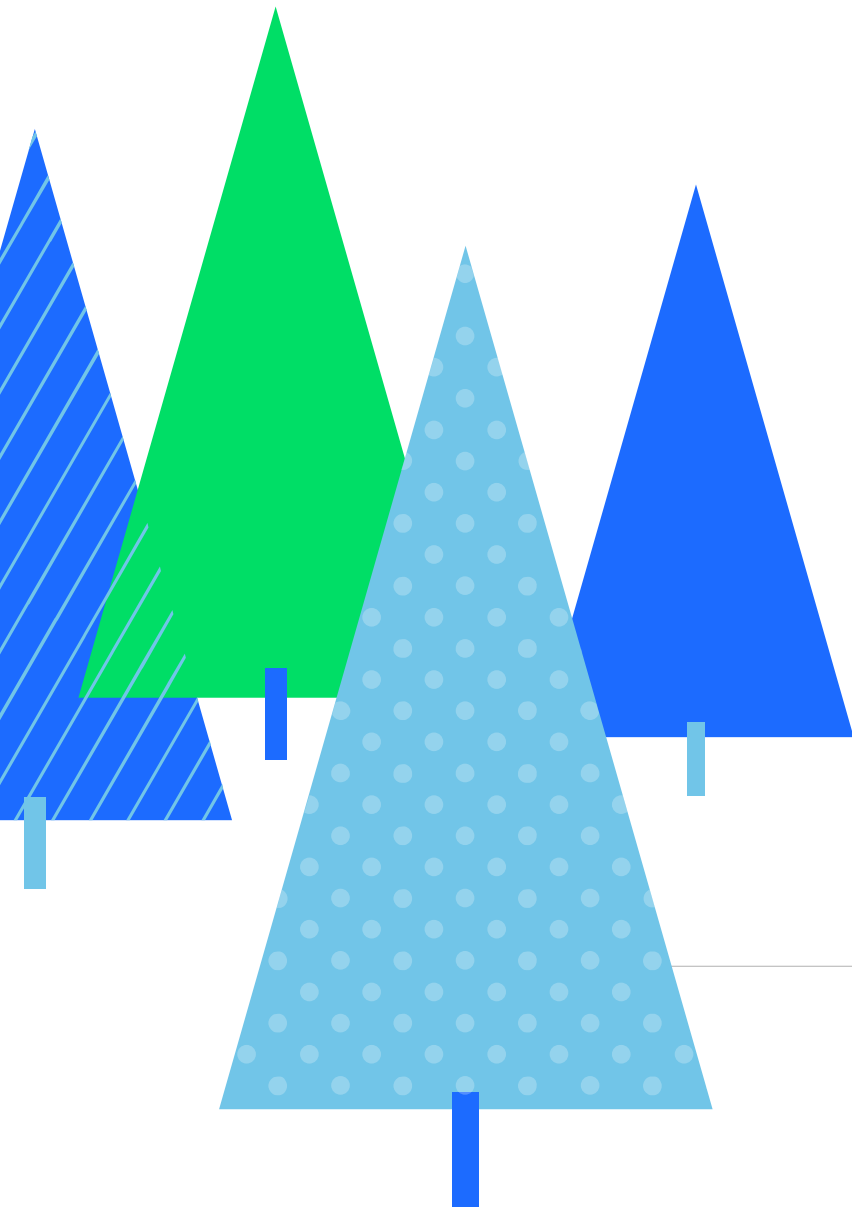
Mantén satisfechos a tus clientes, y a tus trabajadores

15 **Estas fiestas, mejora tu balance final**

16 **Fuentes**



Las fiestas de 2022: **mejora tu balance final**



A medida que nos adentramos en la temporada de compras navideñas de 2022, hacer frente a las dificultades económicas te ayudará a cumplir las expectativas de tus clientes y a incrementar el balance final de tu empresa, sea cual sea el sector.

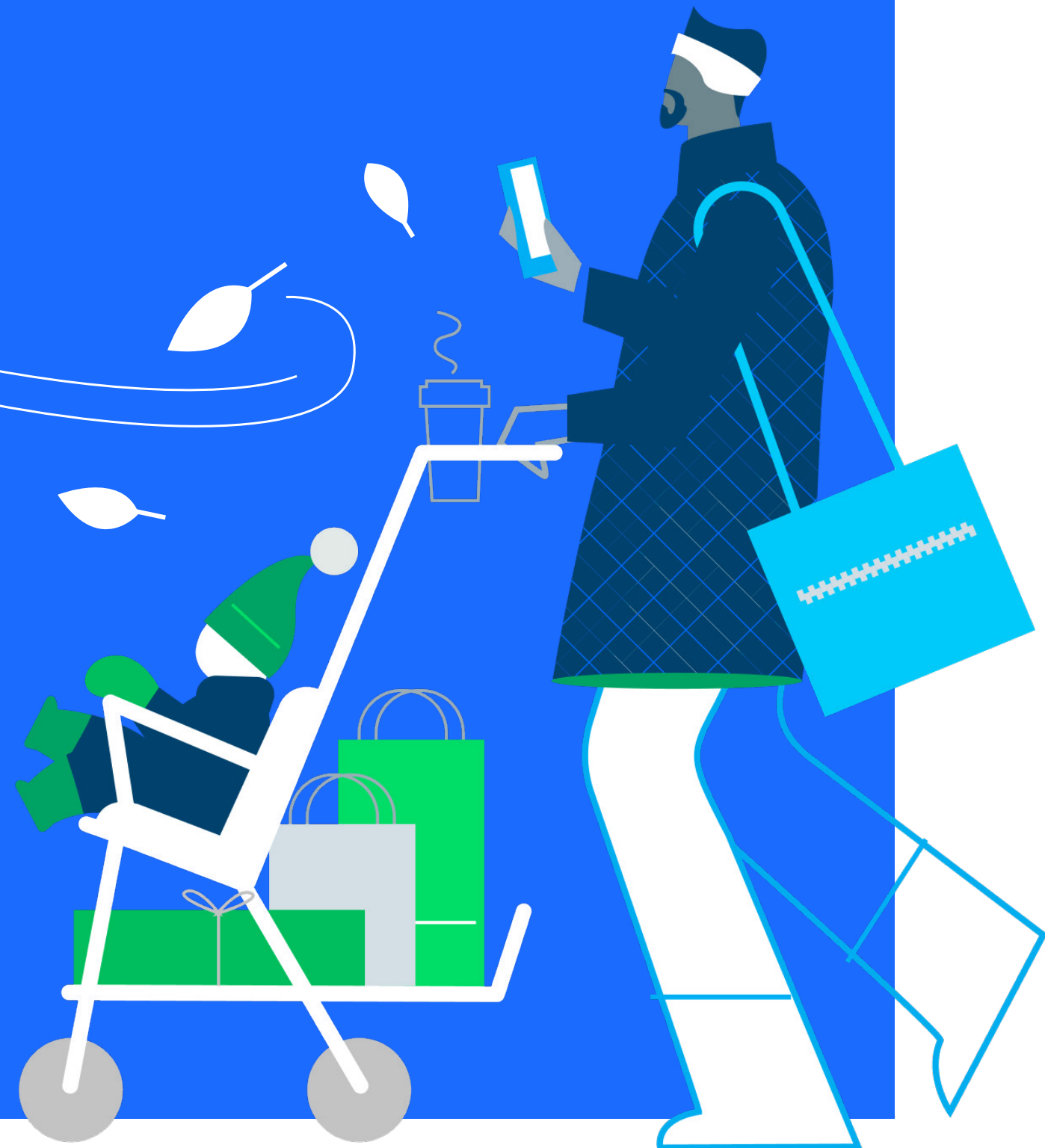
- En **retail**, el aumento de los precios se traducirá en que los consumidores compren menos productos o alternativas más baratas.
- Es posible que los **restaurantes** atiendan a menos comensales o que éstos pidan platos o menús más baratos.
- Los consumidores pueden tardar más en acudir a **peluquerías y salones de belleza**.
- Los **viajeros** puede que aplacen los viajes u opten por itinerarios más cortos o destinos más baratos.

Las empresas que se preparen ahora pueden convertir estos desafíos en oportunidades. **¿Estás listo?**

4 dificultades económicas que tienes que vigilar

Las fiestas son la temporada del año de mayor actividad para las empresas de todo el mundo. Y la temporada de compras navideñas de 2022 cuenta con su propia tanda de desafíos económicos.

La inflación, las interrupciones de la cadena de suministros, la escasez de personal y los repuntes de la pandemia afectarán a la disponibilidad, asequibilidad y comodidad de bienes y servicios, en todos los sectores de todo el mundo.





1. Inflación

Por las nubes

Aumento de los costes de la energía y la vivienda. Limitación de suministros de bienes de consumo. Escasez de recursos naturales. Todos ellos contribuyen a unos niveles de inflación sin precedentes. Y tanto los consumidores como las empresas lo están notando.

¿El resultado? Precios más altos. Menos ingresos disponibles.

- Los consumidores compran menos productos no esenciales u optan por alternativas más baratas. Por lo que están empezando a exigir salarios más altos para ayudar a compensar el aumento de los costes.
- Las empresas, por su parte, se ven afectadas por ambos lados: mayor coste de los productos y mayores expectativas salariales. Pronto se producirán nuevas subidas de precios.

Y el círculo vicioso continuará. La posibilidad de adquirir bienes se reduce. Ahora, un dólar (euro, libra, rupia, yuan) no compra lo mismo que hace un año o incluso seis meses.

Es un fenómeno global

Consumidores y empresas de todo el mundo están notando el impacto de la inflación.

- En **América del Norte**, el comportamiento del consumidor cambió a mediados de año, pues el 85 % de los consumidores estadounidenses declararon que la inflación había cambiado sus hábitos de compra.¹ Los estadounidenses y canadienses están comprando con descuentos, posponiendo las compras importantes, conduciendo menos y cambiando a marcas genéricas o blancas más baratas.
- En toda **Europa**, los consumidores califican el aumento de los precios como significativo. Casi el 75 % ha cambiado sus comportamientos de compra en 2022, como comprando cantidades más pequeñas, posponiendo las compras importantes o cambiando a marcas de menor precio.²
- Por el contrario, muchas regiones de **Asia-Pacífico** han experimentado una «necesidad de despilfarrar» tras el confinamiento, que eclipsa toda inflación e incertidumbre. A excepción de China, en donde los aislamientos siguen afectando la economía.

A medida que la inflación afecta a las economías de todo el mundo, los consumidores buscan más descuentos y ofertas.

2. Interrupción de la cadena de suministros

¿Habrá regalos este año?

Los problemas de la cadena de suministros continúan afectando a la disponibilidad de los productos mucho después de la pandemia, cuando la menor demanda de los consumidores y la escasez de personal causaron estragos en todo el mundo. Más recientemente, los aislamientos por COVID-19 en China y el conflicto entre Rusia y Ucrania han agravado aún más los problemas en la cadena de suministros. Si a esto le añadimos el aumento de los costes de los combustibles, podemos hacernos una idea del impacto global en las empresas y los consumidores.

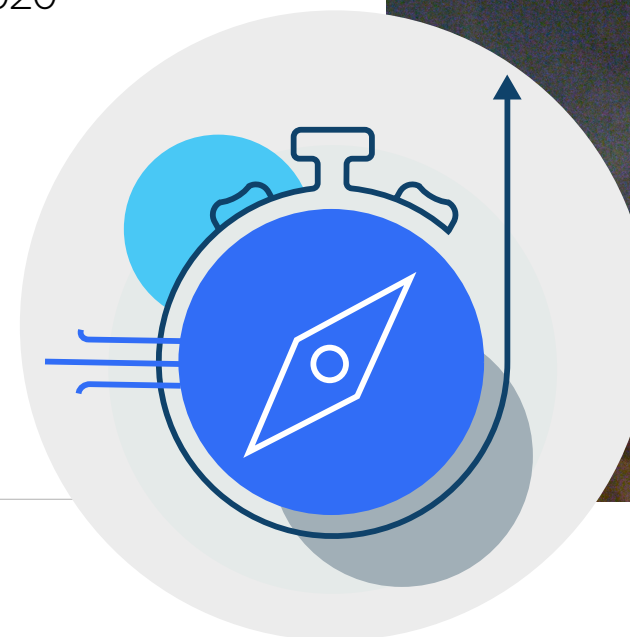
Los retrasos en los envíos hacen que el inventario sea escaso o nulo. El incremento de los precios de los combustibles contribuye a que aumenten los costes de envío y entrega, lo que se traduce en un aumento general de los precios de bienes y servicios. Como resultado, la asequibilidad y la disponibilidad de bienes y servicios se ven directamente afectadas.

2x

Ahora, un envío de China a Estados Unidos tarda, de media, más del doble que hace tres años.³

116 días

Y, enviar un contenedor de China a Europa tarda ahora 116 días, casi el doble que en enero de 2020⁴





3. Escasez de personal

Trabajadores felices: ¿dónde están?

A medida que los clientes vuelven a comprar en tiendas físicas y a ir a restaurantes, los empresarios están teniendo dificultades para encontrar y mantener al personal. Los sectores del comercio minorista y de la alimentación son los más afectados. Muchos han reducido su horario de apertura o han cerrado los días en los que el personal no estaba disponible.

Cuando las empresas encuentran buenos trabajadores, la retención es clave, y la tecnología puede ayudar.

75 %

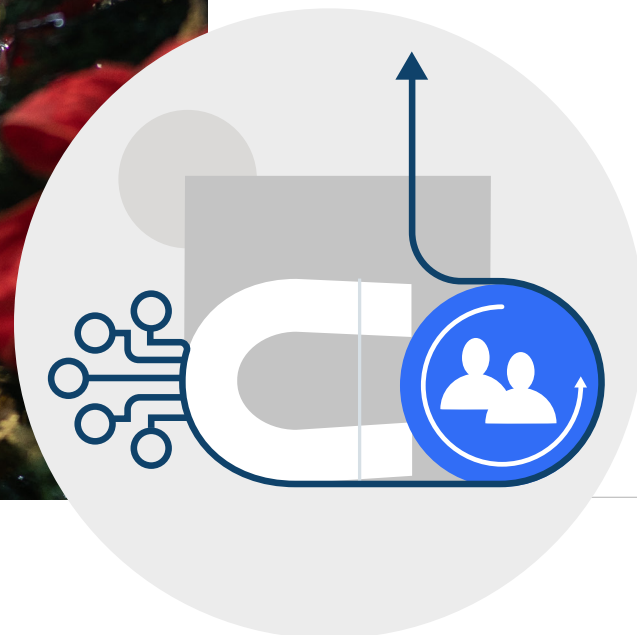
Un escalofriante 75 % de los restaurantes con escasez de personal afirma que su establecimiento está más de un 10 % por debajo de los niveles necesarios de personal.⁵

69 %

El índice de rotación del sector del retail en Estados Unidos alcanzó el 69 % en 2020.⁶

85m

Se prevé una escasez mundial de talento de más de 85 millones de trabajadores para 2030, casi el equivalente a la población de Alemania.⁷



4. La pandemia

El panorama cambiante del comercio

La pandemia ha contribuido a las causas subyacentes de la inflación, la interrupción de la cadena de suministro y la escasez de personal. Solo por estas razones, merece su propio apartado. Sin embargo, existe un impacto significativo a largo plazo de la pandemia que aún no hemos abordado: su efecto duradero en el comercio mundial.

La COVID-19 ha cambiado el comercio para siempre. Ahora, los consumidores esperan que las empresas ofrezcan diversos modelos de compra, ya sea en tienda física, online o un modelo híbrido. Tanto en el comercio como en la restauración, los clientes están pagando cada vez más con métodos de pago sin contacto. Y, además, esperan que su experiencia esté conectada y sea fluida entre los distintos canales.

Y esperan pagar sus compras de forma rápida y segura. El pago en efectivo ahora, para muchos, es un tabú. Esperan métodos de pago sin contacto y sin tocar al personal.

Durante el confinamiento, los compradores adoptaron estas tendencias por su seguridad. Pero se están quedando por su comodidad.

85 %

Casi el 85 % de los clientes prefieren comprar a través de una combinación de canales físicos y digitales, algo constante en todas las generaciones.⁸

48 %

El 48 % de los consumidores no compra en tiendas que no cuenten con métodos de pago sin contacto.⁹



Oportunidades disfrazadas de desafíos.

Las dificultades económicas a las que se enfrentan las empresas son enormes y afectan a la capacidad de compra, disponibilidad y comodidad de bienes y servicios. Sin embargo, hay oportunidades en estos desafíos.

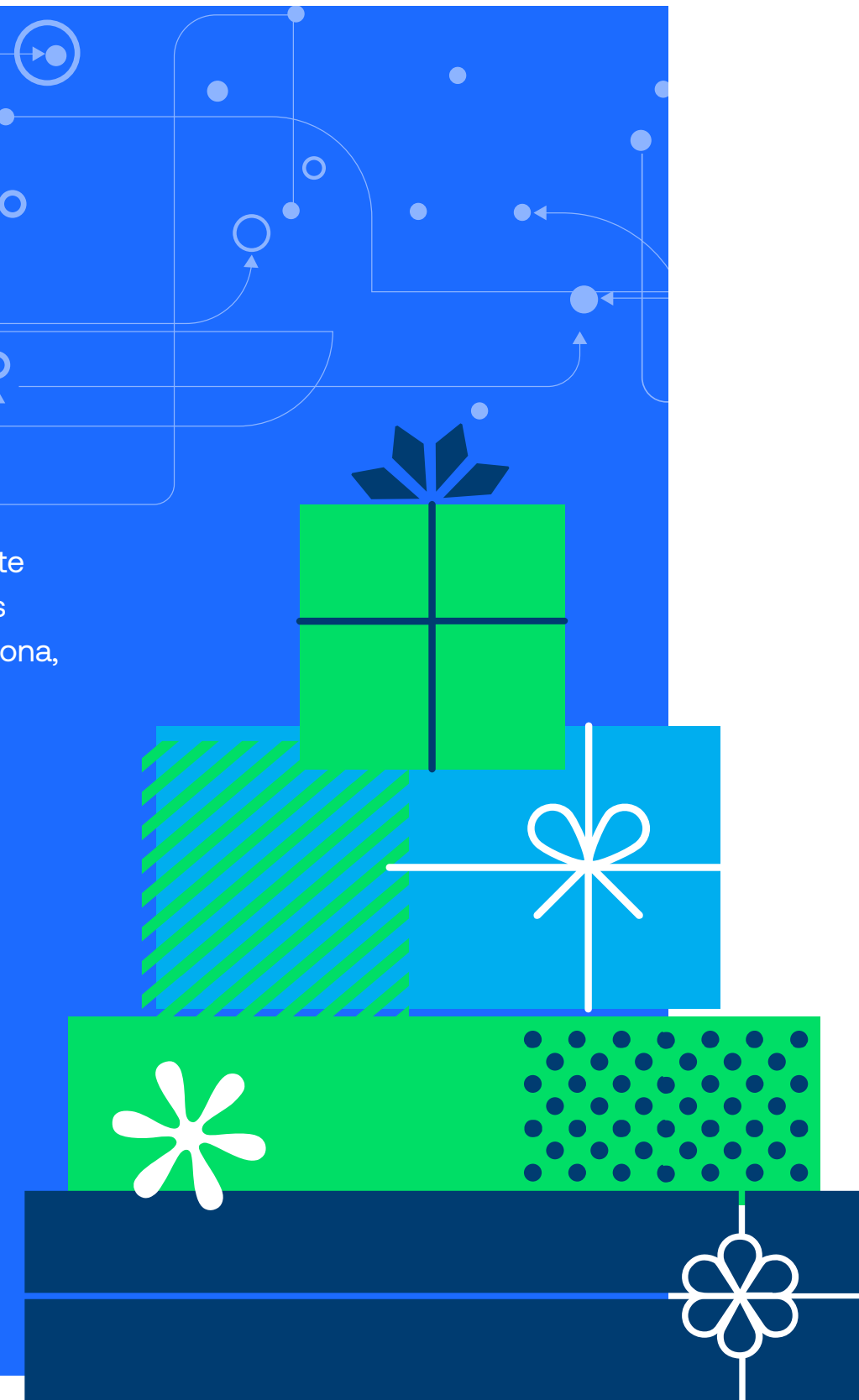
¿La clave? Abordar de frente estos desafíos con estas simples preguntas.

- ¿Están disponibles mis productos o servicios?
- ¿Son asequibles?
- ¿Son fáciles de conseguir?
- ¿Están contentos mis clientes y trabajadores?

Las siguientes estrategias te ayudarán a centrarte en las necesidades de tus clientes y a ofrecerles una gran experiencia de compra, ya sea en persona, online o en un modelo híbrido.

- **Disponibilidad:** Gestiona el inventario en tiempo real.
- **Accesibilidad:** Ofréceles sus métodos de pago preferidos.
- **Comodidad:** Crea una experiencia de compra unificada y omnicanal.
- **Servicio:** Pon en marcha la tecnología.

A continuación, te explicamos cómo puedes prepararte





ESTRATEGIA #1:

Haz una lista **y** revísala **dos veces**

Gestiona el inventario en tiempo real

Los consumidores son resilientes. Para adelantarse a los problemas de disponibilidad y liquidez, compran antes, buscan descuentos, cambian a alternativas más baratas y son más selectivos en lo que compran, y en la forma en que lo hacen.

42 %

El 42 % de los compradores de todo el mundo tiene previsto adelantar este año la compra de regalos con respecto a 2021.¹⁰

75%

Los artículos agotados han provocado que más del 75 % de los consumidores se marchen, en lugar de esperar a que las tiendas repongan sus estanterías.¹¹

Los clientes te incluirán en su lista de favoritos

Nuestra [solución de TPV](#) basada en la nube te ayuda a gestionar con precisión tu inventario y cuenta con un potente software de administración que hace que la gestión de tu negocio sea una tarea de lo más fácil.

Asegúrate de que tus productos y servicios están disponibles.

Vigila más aún el inventario durante estas fiestas, en las que los problemas de la cadena de suministros siguen siendo una gran preocupación. Haz que tus clientes sigan comprándote a ti, y no en otro sitio, gestionando el inventario en tiempo real.

1. Ten un control del inventario en todo momento y en todos los canales con los datos en tiempo real a nivel de SKU.
2. Recibe alertas cuando el inventario sea escaso, para que puedas hacer un nuevo pedido, antes de perder una venta por falta de inventario.
3. Descubre lo que quieren tus clientes antes de que lo quieran, analizando los datos de las transacciones para optimizar el inventario.

A pesar de las interrupciones en la cadena de suministros, la gestión proactiva del inventario te ayudará a mantener tus estanterías bien abastecidas para la compra de regalos navideños y mucho más.

ESTRATEGIA #2:

Ayuda a tus clientes **a terminar su lista de la compra**

Haz que tus clientes no se preocupen por sus problemas económicos durante las fiestas

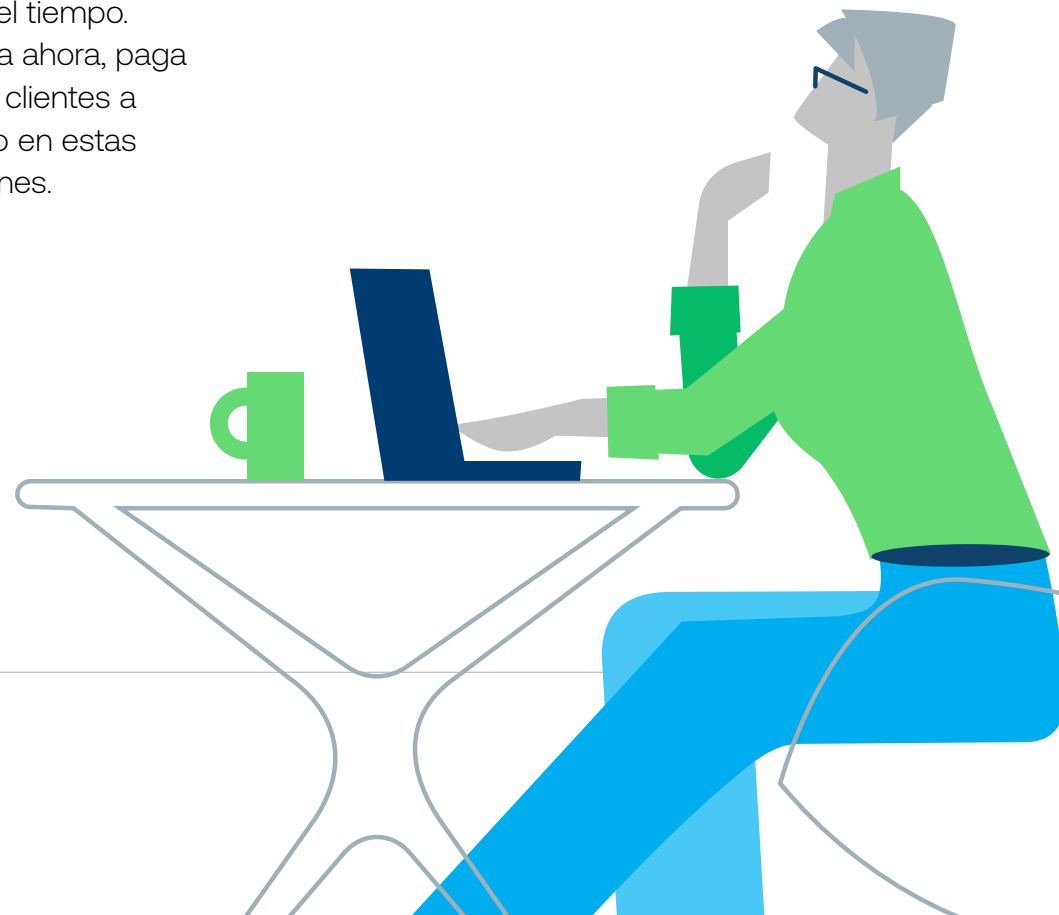
Puede que la inflación contribuya a un fuerte aumento de los precios, pero hay formas de ayudar a que tus clientes se puedan permitir incluir artículos grandes y pequeños en su lista de la compra. Ayuda a tus clientes a completar su lista de la compra haciendo que puedan comprar los regalos ahora y pagarlos a lo largo del tiempo. El conocido método de pago compra ahora, paga después (BNPL), puede ayudar a tus clientes a pagar los artículos de su lista, no solo en estas fiestas, sino también en otras ocasiones.

\$680b

El BNPL, este método de pago que cada vez más conocido, representará la asombrosa cifra de 680.000 millones de dólares en transacciones a nivel mundial para 2025.¹²

Ayuda a tus clientes a pagar los regalos

Nuestras [soluciones de pago](#) ayudan a tus clientes a pagar más artículos de su lista de compras navideñas dándoles más tiempo para pagar sus compras.





ESTRATEGIA #3:

Regala **comodidad**

Estas fiestas, deja que tus clientes compren cómo, cuándo, y dónde quieran

Los problemas de la cadena de suministros y la escasez de personal afectan en gran medida a la comodidad de las compras durante estas fiestas. Los consumidores tienen ya bastantes preocupaciones en esta temporada de compras. Por ello, facilítales las compras ofreciéndoles una experiencia personalizada, conectada y fluida, tanto en persona, online o en un modelo híbrido.

Ofrece la experiencia de compra omnicanal que los clientes esperan y cosecha los beneficios.

Tanto si compran los regalos en su portátil a altas horas de la noche, como si hacen las compras en su móvil mientras toman un café por la mañana o recogen esas compras en la tienda esa misma tarde, los clientes esperan una experiencia de compra conectada y fluida.

10x

Los compradores omnicanal, es decir, los clientes que utilizan tanto los canales físicos como los digitales, gastan cuatro veces más que los clientes que solo acuden a las tiendas y 10 veces más que los que solo acuden a los canales digitales.¹³

Convierte tu servicio al cliente en una experiencia omnicanal y fluida

Nuestra *solución* proporciona una experiencia de compra fluida en todos los canales, lugares y dispositivos.

Ofréceles a tus clientes otros de sus métodos de pago preferidos

Independientemente de dónde compren tus clientes, asegúrate de que les ofreces sus métodos de pago preferidos en el momento de hacer la compra.

1/2

Casi la mitad de los clientes compran más a los comercios que cuentan con su forma de pago preferida.¹⁴

Estos son algunos de los métodos de pago preferidos que puedes considerar incluir en tu negocio.

- Los monederos electrónicos ofrecen pagos sin contacto, sin fricciones, seguros y rápidos en tiendas físicas y online. Los clientes se sienten cada vez más cómodos pagando con estos métodos de pago digitales que podrían representar más de la mitad de los pagos del comercio electrónico para 2024.¹⁵
- Los enlaces de pago convierten cualquier canal digital, SMS, correo electrónico, comercio social, etc., en una forma fácil y segura de pagar. Las empresas pueden generar rápidamente y sin problemas un hipervínculo que permite a los clientes pagar en cualquier lugar y en cualquier momento.

- El sistema de compra online y recoge en tienda (BOPIS) ha crecido en popularidad desde la pandemia. Los clientes hacen sus compras online de forma rápida y fluida, y en cuestión de horas, recogen sus artículos cómodamente en la tienda o en la acera. Durante estas fiestas, esta puede ser la opción preferida frente a las largas colas agravadas por la escasez de personal.

Ya sea comprando con antelación para evitar problemas de disponibilidad y liquidez, o comprando a última hora, en estas fiestas, ayuda a tus clientes ofreciéndoles una experiencia de compra omnicanal cómoda y fluida.

Compras festivas: de la forma en que tus clientes quieren pagar

Asegúrate de que tu negocio acepta los métodos de pago preferidos de tus clientes, incluyendo [enlaces de pago](#), monederos electrónicos y otros métodos de pago.



ESTRATEGIA #4:

Atiende con **una sonrisa**

Mantén a tus clientes y a tus trabajadores requetefelices

No dejes que la escasez de personal te impida deleitar a tus clientes y trabajadores en estas fiestas. ¡Puedes hacer ambas!

- Actualiza tus sistemas con la última tecnología para automatizar tareas manuales y mejorar la eficiencia de tus trabajadores.
- Reduce el tiempo de formación de los trabajadores con soluciones de software y hardware fáciles de usar.
- Permite que los trabajadores acepten pagos desde cualquier lugar: en la tienda, online o en un modelo híbrido.

La inversión en las últimas tecnologías tiene grandes beneficios para las empresas. Puede reducir el trabajo manual (piensa en escribir en teclados o ingresar números manualmente en tabletas) y proporcionarle a los trabajadores más tiempo para dedicarse a la atención al cliente. Los trabajadores felices generan clientes satisfechos.

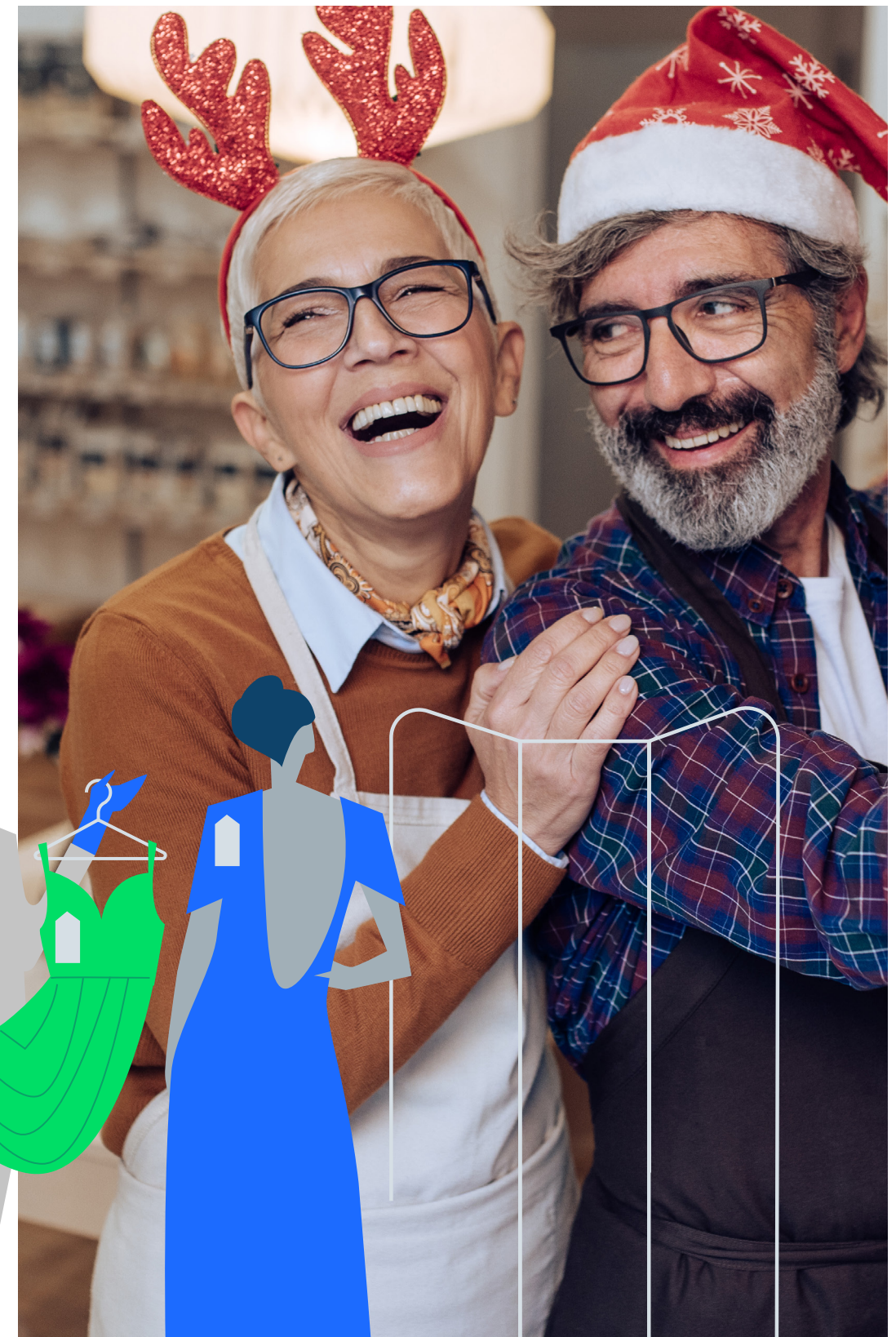
54 %

El 54 % de los gerentes afirma que la tecnología obsoleta es la mayor frustración de sus trabajadores.¹⁶

La tecnología no solo ayuda a evitar largas colas y clientes insatisfechos, sino que también puede ayudar a mantener a los trabajadores más contentos y a que sean más eficientes.

Pon en marcha la tecnología.

Gestiona tu negocio sin problemas con nuestras vanguardistas herramientas basadas en la nube. [Nuestra solución](#) hace que tu negocio funcione en minutos.



CONCLUSIÓN

Mejora tu balance final en estas fiestas

Puedes convertir estos desafíos en oportunidades de negocio gracias a una sólida comprensión de las dificultades económicas a medida que nos acercamos a la temporada de compras navideñas de 2022. Asegúrate de que los productos estén disponibles donde y cuando tus clientes los quieran, con opciones de compra asequibles y con la comodidad que los clientes de hoy esperan.

Si estás listo para cumplir las expectativas de tus clientes en estas fiestas, [ponte en contacto con nosotros](#). Nuestro equipo puede ayudarte a elegir las mejores opciones para tu negocio.

Ahora es el momento de actuar.
Porque las fiestas ya están aquí.

Fuentes

1. Morning Consult, H2 2022, [The State of Retail and E-commerce](#).
2. McKinsey & Company, June 12, 2022, survey, [European consumers increasingly react to the stress of rising prices](#).
3. Flexport, January 31, 2022, [Understanding the Ocean Timelines Indicator](#).
4. Statista, May 25, 2022, [Number of days for a shipping container to be delivered from China to Europe from January 2020 to March 2022](#).
5. QSR Magazine, May 25, 2022, [Employee Retention: The Root to Restaurant Growth in 2022](#).
6. Zippia, August 30, 2022, [27 US Employee Turnover Statistics \[2022\]: Average Employee Turnover Rate, Industry Comparisons, and Trends](#).
7. Korn Ferry, [The \\$8.5 Trillion Talent Shortage](#).
8. CB Insights, May 4, 2021, [The Technology Driving The Omnichannel Retail Revolution](#).
9. Visa, [The Visa Back to Business Study](#).
10. CNBC, June 28, 2022, [3 trends to watch as retailers prep for back-to-school, holiday shopping](#).
11. McKinsey & Company, May 5, 2022, podcast, [Taking the pulse of the US consumer](#).
12. Business Wire, September 22, 2020, [Buy Now Pay Later Digital Spend, Led by Klarna, PayPal & Afterpay, to Double by 2025: Reaching \\$680 Billion](#).
13. CNBC, March 2, 2022, [Target thinks it can keep growing sales—here's how the retailer plans to do it](#).
14. Chain Store Age, April 30, 2021, [Survey: The more payment methods, the merrier your customers](#).
15. PWC, [Payments 2025 & beyond](#).
16. Study Finds, May 27, 2022, [Old school office: 44% of employers are out of touch with their workers' tech needs](#).

globalpayments

Innovación a tu alcance.

Acerca de

Global Payments Inc. (NYSE: GPN) es una empresa líder en tecnología de pagos que ofrece software y servicios innovadores a nuestros clientes por todo el mundo. Nuestra combinación de sistemas, servicios y conocimiento nos permite ofrecer una amplia gama de soluciones que facilitan a nuestros clientes el éxito de su negocio.

Con sede en Georgia y cerca de 24.000 personas en todo el mundo, Global Payments está incluida en la lista Fortune 500® y es miembro del S&P 500 con un alcance mundial que llega a más de 170 países de Norteamérica, Europa, Asia-Pacífico y Latinoamérica.

Más información en www.globalpayments.com y sigue Global Payments en [Twitter](#) (@globalpayinc), [LinkedIn](#), y [Facebook](#).

©2022 Global Payments Inc. Todos los derechos reservados. Todas las demás marcas comerciales, nombres de productos y los logotipos identificados o mencionados aquí son propiedad de sus respectivos dueños. (11722)