

Canal de autoservicio gana terreno con crecimiento de 29% en el segundo trimestre

La tecnología transforma rápidamente los hábitos y las preferencias de los consumidores y una muestra de ello es el crecimiento que tienen las compras en el canal de autoservicio en Venezuela, así lo muestra un estudio de Atenas Grupo Consultor para el segundo trimestre de este año.

Los datos de la firma recogen que el canal de autoservicio aumentó 29% en el segundo trimestre de este año, al compararlo con el mismo periodo de 2024, mientras que el canal tradicional aumentó 5% en ese lapso.

Cada vez más establecimientos incorporan los canales de autoservicio, entre ellos, cadenas de farmacias o supermercados. Ya las personas no tienen que hacer colas enormes para pagar, sino que pueden hacerlo por sus propios medios, cuando el pago es a través de tarjeta de débito, en cambio si el pago se hace con efectivo sí se requiere de algún representante del local.

El estudio indica que, en el canal tradicional, productos como carne, pollo y huevos fueron las categorías que más se adquirieron a través de ese medio. Mientras que en autoservicio los principales impulsores fueron: productos de cuidado personal y mantenimiento del hogar.

La tecnología también está presente en los canales por donde transmiten la información a su público objetivo, por ejemplo, el 10% de los establecimientos dice que vende a través de un canal de comercio electrónico, principalmente Whatsapp (73,5%), Pedidos Ya (31%), Yummy (13%), páginas web (8%), Facebook (6,6%) y Gmail (4%).

Con información de Banca y Negocios