



# WTW Global Retail Risk Outlook 2024

Un panorama dinámico del sector minorista en medio de una rápida transformación.

---

**En un entorno influenciado por la disrupción digital, el cambio en las preferencias de los consumidores y las incertidumbres geopolíticas, los minoristas enfrentan tanto oportunidades sin precedentes como crecientes riesgos.**

---

El informe de WTW pone énfasis en las prioridades estratégicas de este sector, donde un **52% de los encuestados destaca la mejora de la experiencia del cliente como una prioridad clave** para los próximos dos años, así como el auge de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA), la automatización y la integración omnicanal, que están revolucionando la gestión de la cadena de suministro y el nivel de la personalización.

Sin embargo, junto con estas innovaciones vienen riesgos significativos. Los asociados

a la marca y la reputación emergieron como la mayor preocupación para los minoristas, con un 50% de los encuestados resaltando su importancia debido a factores como las controversias en redes sociales y con influencers. Además, un **43% de los minoristas está profundamente preocupado por los riesgos cibernéticos**, ya que la creciente dependencia de plataformas digitales expone a las empresas a vulnerabilidades críticas, como brechas de datos y ataques de ransomware.

A pesar de estos riesgos, el sector de retail es optimista respecto de la rentabilidad futura, con un **58% de los participantes prediciendo que serán más rentables dentro de los próximos dos años**. Las tiendas físicas siguen desempeñando un papel crucial en la estrategia minorista, y un 84% de los encuestados espera mantener una combinación de presencia física y online en los próximos 3-5 años.



**52%**

de los encuestados considera una prioridad clave la experiencia del cliente.



**50%**

de los encuestados se encuentra preocupado por la reputación de su marca en RRSS.



**43%**

de los encuestados está consternado por los riesgos cibernéticos.



**58%**

de los encuestados predice será más rentable los próximos dos años.



**84%**

de los encuestados espera estar presentes de forma física y online en los próximos tres a cinco años.

# Principales Hallazgos del Informe Global



## Transformación Digital

Los minoristas están invirtiendo fuertemente en IA y aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del cliente, gestionar el inventario de manera más eficaz y personalizar las experiencias de compra. Se espera que el uso de IA aumente significativamente en los próximos 3-5 años, con un 48% de los minoristas identificando la IA Generativa como un cambio radical en áreas como el control de inventarios, el compromiso con los clientes y la gestión de la cadena de suministro.



## Riesgos cibernéticos

Con la transformación digital viene una mayor exposición a diversas amenazas cibernéticas. El 43% de los encuestados nombró los riesgos cibernéticos como una preocupación significativa, especialmente con la creciente dependencia de tecnologías como la IA y el Internet de las Cosas (IoT). El riesgo de brechas de datos, fallos del sistema y ataques cibernéticos es una prioridad clave para el sector en los próximos años.



## Riesgos de Marca y Reputación

Los minoristas están cada vez más expuestos a riesgos de reputación, particularmente debido a sus asociaciones con influencers y celebridades en redes sociales. El 50% de los encuestados indicó que la marca y la reputación son los mayores riesgos, lo que subraya la importancia de tener planes de gestión de crisis y contratos sólidos con embajadores de marca.



## Riesgos Geopolíticos

La inestabilidad política, las disputas comerciales y las sanciones económicas están creando barreras para que los minoristas gestionen eficazmente los riesgos. El 45% de los encuestados citó los factores geopolíticos como un gran desafío para abordar sus riesgos.



## Vulnerabilidades en la Cadena de Suministro

Aunque las interrupciones en la cadena de suministro han mejorado desde la pandemia, el 47% de los encuestados aún ve los riesgos en este sentido como una gran amenaza. Desafíos como la escasez de materias primas, los retrasos en los envíos y los retiros de productos siguen siendo preocupaciones clave.



# Hallazgos para América Latina

El sector de retail en Latinoamérica enfrenta muchos de los mismos desafíos identificados en el informe global, pero también existen dinámicas regionales específicas que influyen en sus riesgos y oportunidades.

## Adopción Digital



América Latina ha experimentado una aceleración significativa en el comercio digital, con un aumento en las ventas en línea y a través de redes sociales. Sin embargo, a medida que las plataformas digitales se vuelven más prevalentes, la región también está experimentando un aumento en la ciberdelincuencia. Los minoristas latinoamericanos deben invertir en infraestructura de ciberseguridad para proteger sus operaciones y datos de clientes, así como en seguros para afrontar los incidentes. Nuestro informe destaca la ciberseguridad como un riesgo crítico en toda la región, subrayando la necesidad de medidas de protección digital robustas.

## ESG y Sostenibilidad



Los consumidores latinoamericanos están cada vez más enfocados en cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Los minoristas de la región están sintiendo la presión de adoptar prácticas sostenibles, desde una reducción en la generación de residuos hasta el abastecimiento ético. El informe de WTW enfatiza que los minoristas que no prioricen el factor ESG corren el riesgo de enfrentar acusaciones de greenwashing y de perder la confianza de los consumidores. De hecho, el 30% de los minoristas latinoamericanos reportan dificultades para mantenerse al día con las regulaciones cambiantes de ESG, lo que destaca una brecha entre las metas de sostenibilidad y las prácticas reales.

## Inestabilidad Geopolítica



La volatilidad política y económica en ciertos países de América Latina agrava los desafíos de gestión de riesgos. Las interrupciones en la cadena de suministro, particularmente debido a disturbios políticos e inestabilidad económica, son más agudas en esta región. Los minoristas en América Latina son especialmente vulnerables a problemas como los retrasos en los envíos, los cambios regulatorios y las fluctuaciones en las tasas de cambio.

## Presiones Económicas



Los desafíos económicos que enfrenta América Latina, incluidos la inflación y las altas tasas de interés, están teniendo un profundo impacto en las estrategias minoristas. La crisis del costo de vida está reduciendo el gasto de los consumidores, y el 39% de los minoristas en la región identificaron los cambios drásticos en los costos como un riesgo significativo para los próximos 3-5 años. El foco está en aumentar la liquidez y reducir costos para enfrentar estas presiones financieras.

## Experiencia del cliente



A pesar de los vientos económicos en contra, mejorar la experiencia del cliente sigue siendo una prioridad en América Latina. Los consumidores de la región buscan cada vez más experiencias de compra personalizadas y fluidas. Los minoristas están respondiendo con la integración de estrategias omnicanal, asegurando una experiencia cohesiva entre las plataformas físicas y digitales.

## Conclusión

El WTW Global Retail Risk Outlook 2024 presenta un panorama mixto para los minoristas, especialmente en América Latina. Aunque la región se está transformando digitalmente y cada vez más adopta iniciativas ESG, desafíos como la inestabilidad geopolítica, los riesgos cibernéticos y las presiones económicas siguen siendo significativos. Los minoristas en América Latina deben seguir innovando mientras construyen marcos robustos de gestión de riesgos para navegar las incertidumbres de los próximos años. Al priorizar la experiencia del cliente, fortalecer las cadenas de suministro y abordar las vulnerabilidades cibernéticas, el sector de retail latinoamericano puede posicionarse para un crecimiento futuro en medio de un panorama en constante cambio.

**El WTW Global Retail Risk Outlook 2024 ofrece un análisis detallado del panorama de riesgos en el sector minorista global, el cual está en constante evolución. Este informe, basado en encuestas a 700 tomadores de decisiones en diversas subindustrias minoristas, incluyendo alimentos y supermercados, moda, electrónica y negocios en línea, proporciona información sobre cómo las empresas se están adaptando a los nuevos desafíos y oportunidades del sector.**

### Sobre WTW

En WTW (NASDAQ: WTW) proporcionamos soluciones analíticas basadas en datos en las áreas de personas, riesgo y capital. Potenciando la visión global y la experiencia local de nuestros profesionales presentes en más de 140 países y mercados, te ayudamos a perfilar tu estrategia, a mejorar tu resiliencia organizacional, a motivar a tu personal y a maximizar tu rendimiento. Trabajando codo a codo contigo, descubrimos oportunidades de éxito sostenible y aportamos la perspectiva que te impulsa.



[wtwco.com/social-media](https://www.wtwco.com/social-media)

Copyright © 2024 WTW. Todos los derechos reservados.

[wtwco.com](https://www.wtwco.com)

### Aviso Legal (Disclaimer)

WTW ofrece intermediación de seguros, y servicios de consultoría a través de entidades legales debidamente registradas ante los reguladores de cada país donde WTW opera. Para más detalles sobre las licencias y regulaciones de las entidades legales de WTW que operan en su país por favor referirse al sitio web de WTW: <https://www.wtwco.com/en-GB/Notices/global-regulatory-disclosures>.

Es un requisito normativo para nosotros considerar nuestros requerimientos de licencias locales antes de establecer cualquier acuerdo comercial. y/o contractual con nuestros clientes.

Las informaciones compartidas en esta publicación son consideradas precisas en la fecha de su comunicación, indicada en este documento. Estas informaciones pueden haber sido cambiadas o reemplazadas posteriormente y no se deben clasificar como precisas o adecuadas después de esta fecha. La presente publicación ofrece un resumen general sobre el tema al que se refiere. No aborda necesariamente todos sus aspectos ni todos los productos disponibles en el mercado. No es la intención que se la utilice (ni debe utilizarse) en reemplazo de asesoramiento específico referido a situaciones individuales.

WTW no ofrece (y no debe suponerse que la presente constituye) asesoramiento en materia contable, jurídica, regulatoria o tributaria. Si tiene previsto adoptar medidas o tomar decisiones sobre la base de los contenidos de esta publicación, le recomendamos consultar primero a un profesional apropiado para recibir asesoramiento específico en la materia. Es probable que parte de la información contenida en la presente se haya obtenido de fuentes externas que consideramos confiables, no obstante, lo cual no garantizamos ni asumimos responsabilidad por la exactitud de dicha información.

Las opiniones expresadas no necesariamente reflejan las de WTW.

