

La eficiencia de la cadena de suministro y la aportación de valor son algunas de las seis tendencias clave para el sector del retail mundial en 2023, según el proveedor de información [IGD](#).

"Aunque muchas de estas iniciativas de las empresas han sido reactivas, están ayudando a los minoristas a reajustar la base de costes y desarrollar modelos de comercialización para el futuro", afirma Toby Pickard, Global Insight Leader de IGD.

Con la inflación disparando los precios al por menor y el aumento de los costes de los insumos, la predicción es que los minoristas buscarán mejorar la eficiencia de las cadenas de suministro y ofrecer valor a los consumidores de nuevas formas durante 2023.

Según IGD, las iniciativas centradas en la salud y el bienestar, la sostenibilidad y la digitalización también serán algunas de las principales áreas de desarrollo para las empresas en 2023.

- **El imperativo de la eficiencia**

La tecnología, la automatización, la colaboración, las nuevas formas de trabajar y un nuevo enfoque del marketing tendrán un amplio papel que desempeñar.

- **La nueva ecuación del valor**

Valor no es sinónimo de precio. Otros factores como la experiencia, las recompensas, el tiempo y hacer lo correcto podrían cambiar la narrativa en torno a este concepto en los próximos 12 meses.

- **La magia de las tiendas**

Los minoristas tendrán el desafío de deleitar y sorprender a sus compradores. El tiempo, la comodidad, la caja, el valor y la variedad son aspectos que pueden optimizarse, tanto en la tienda como en Internet.

- **Fuerza para un futuro más saludable**

El interés por mejorar la salud sigue siendo elevado, y el cometido y la responsabilidad del sector de la alimentación no dejan de crecer.

Generar confianza y hacer que las opciones saludables sean asequibles y atractivas son aspectos que tienen potencial para un gran cambio positivo.

Un progreso significativo en 2023 sentaría las bases de la salud de las generaciones futuras.

- **Ahorro para el planeta**

Se espera que los minoristas perseveren en sus objetivos ESG a medida que hagan sus operaciones más eficientes y resistentes.

En esta línea, los minoristas se verán obligados a tomar decisiones difíciles entre la consecución de los objetivos ESG y las implicaciones en términos de costes.

- **Tecnología de tareas**

La innovación continua redefinirá la digitalización del retail, apuntalando el desarrollo de nuevas propuestas y modelos de negocio.