



## **EEUU: Los productos CBD y las cajas sin fricción, dos tendencias principales**

**Las tiendas multiservicio están en un momento de transición y deben centrarse en los consumidores más jóvenes al considerar los temas más importantes del día.**

Según el Informe de la Industria de las Tiendas Multiservicio de TrendSource de finales del año 2019, dos de las mayores tendencias que conforman el panorama actual y futuro de las tiendas multiservicio en los Estados Unidos son las ventas de cannabis en las tiendas y la tecnología de cajas sin fricción. Ambas giran en torno a las diferencias generacionales, ya que los consumidores de más edad demuestran ser relativamente más resistentes que los más jóvenes.

La vicepresidenta de desarrollo de negocios de TrendSource, Sarah Rowlett, señaló: "A medida que las tiendas multiservicio entran en la próxima década, la investigación de mercado será cada vez más importante para asegurar que las nuevas iniciativas se implementen adecuadamente para mantenerse a la cabeza en un panorama muy competitivo".

Una cuestión especialmente destacada que se plantea a los c-stores es la relativa a los productos de cannabis. Aunque las leyes aún no se han fusionado del todo, los operadores más experimentados ya deberían estar preparándose para un mundo en el que los productos derivados del cannabis, en particular los del Convenio sobre la Diversidad Biológica, aparecerán en las salas de venta de las tiendas C. Y si bien podría ser tentador suponer que esos productos pueden alienar a los consumidores actuales, nuestro informe sugiere que incluso los no consumidores de cannabis se sienten cómodos comprando en una tienda de conveniencia con esos productos.

De hecho, la única resistencia a los productos de cannabis de las tiendas C parece provenir de la generación silenciosa, en la que la oposición al cannabis se mantiene firme, pero en todas las generaciones más jóvenes, desde los boomers hasta los encuestados más jóvenes, hay comodidad, si no entusiasmo, según el estudio.

Las cuestiones relacionadas con la automatización de las tiendas también rompen con las líneas generacionales, ya que los consumidores más jóvenes se muestran mucho más interesados y cómodos con las cajas registradoras sin fricción y otras innovaciones tecnológicas. Los consumidores de mayor edad, especialmente la generación silenciosa, expresaron su preocupación por la automatización que evita a los empleados de las tiendas, ya que no se sienten cómodos con las máquinas que quitan el trabajo a las personas. Mientras que los milenarios también expresaron su

preocupación por este potencial, la mayoría demostró estar dispuesta a pasar por alto este aspecto siempre y cuando la automatización haga que su experiencia en la tienda sea más cómoda.

A medida que estas tecnologías se convierten en apuestas de mesa gracias a Amazon Go, los operadores de las tiendas c deberían empezar a considerar las formas más eficientes y efectivas de empezar a funcionar sin contacto.