

ETIQUETAS ELECTRÓNICAS

Las **etiquetas electrónicas** han cobrado recientemente gran popularidad en el comercio detallista a nivel mundial, incluyendo a los comercios mexicanos, por supuesto, y esto se debe a que cada vez más “*retailers*” se dan cuenta de los ahorros que pueden tener con ellas, pero sobre todo de su enorme conveniencia para maximizar las utilidades obtenidas de la venta o ahorrar en costos por errores de marcación en el anaquel de venta. A continuación mencionaremos algunos de los enormes beneficios que convierten a las etiquetas digitales en un producto cada vez más atractivo para el mercado, incluso para aplicaciones alternativas que nunca tuvo en mente el fabricante.

Evidentemente, la principal ventaja que brindan las citadas etiquetas es la de automatizar los cambios de precios en una tienda, o incluso a nivel cadena comercial, con tan solo “pulsar un botón”. Este siempre ha sido uno de los principales motivos que impulsan el interés de los *retailers* en esta tecnología, ya que las **etiquetas electrónicas** o “ESLs” (conocidas así por las siglas en inglés de “*Electronic Shelf Labels*”), evitan la necesidad de tener personal dedicado a imprimir los nuevos precios de los artículos en etiquetas para cenefas, quitar los precios antiguos de los anaqueles y reemplazarlos por los actuales, lo que puede sonar sencillo, pero se complica cuando las impresoras de etiquetas de precios están en las oficinas de la tienda y se deben imprimir y bajar al piso de venta para cambiar casi todos los días los precios de cientos de productos distribuidos a todo lo largo y ancho de pisos de ventas de 100, 200 ó 400m² y repetir este proceso en 50, 100 o más tiendas. ¡Y así es de dinámico el retail en la realidad! Una de las principales armas para posicionarse como un comercio competitivo es el de ofrecer precios competitivos o más bajos que la competencia todo el tiempo, lo que lleva a los supermercados a auténticas guerras de precios que complican la vida del personal operativo a cargo de cambiar los precios físicamente en el anaquel luego de que fueron cambiados con un simple click en el sistema de la tienda y en los puntos de venta.

Obviamente, el realizar cientos de cambios de precios por día conlleva el riesgo de tener errores humanos, siendo sencillo colocar el precio equivocado a un producto que puede tener varias presentaciones casi iguales a simple vista, como por ejemplo, frascos de café de 150grs. o 200grs., o simplemente perder una etiqueta que se debía colocar con un precio actual más alto. Y lo peor es que este tipo de errores son comúnmente detectados por el cliente al pagar en la línea de cajas, generando su duda, descontento y mayores colas en las cajas al esperar que alguien compruebe si el precio cobrado en el punto de venta es el válido o si lo es el que vio el cliente en la cenefa. En estos casos, se concede la razón al cliente y se le debe vender el producto por un precio menor al vigente en los sistemas de la tienda, no sin haber aumentado gravemente la espera de la gente que estaba formada tras de él para pagar, generando su descontento y la pérdida ocasional de clientes por el mal servicio recibido. Y algunas cadenas comerciales van más allá intentando resarcir el daño causado al cliente que encontró el precio incorrecto dándole por política corporativa cupones de descuento cuyo costo afecta la utilidad del negocio.

Desde donde se quiera ver, esto es algo malo para el comerciante que se debe... y se puede evitar, con **etiquetas electrónicas**.

MAXIMIZACIÓN DE UTILIDADES

Las ESLs no solo propician ahorros, sino que también son una poderosa arma para afinar los precios de los artículos de manera minuciosa, pues muchas veces las tiendas prefieren esperar a que el incremento del costo de un producto determinado rebase cierto límite para detonar el cambio de precios al público de la tienda, pero con las **etiquetas digitales** es posible reflejar en los precios incluso las variaciones de costos más pequeñas y no solo diariamente, sino hasta varias veces durante el día, de ser necesario. Esto permite evitar la reducción de márgenes de utilidad de los productos cuando se experimentó una subida de precios por el fabricante o mayores costos de logística por eventos inesperados.

Por otro lado, los retailers que gustan del análisis utilizan las ESLs para la determinación precisa de la elasticidad de la demanda de sus productos, incluso por zonas de una misma ciudad. Esto se logra haciendo pruebas del nivel de ventas de un producto a diferentes niveles de precios durante un lapso determinado, lo que muestra cuál es el precio exacto que proporciona mayores utilidades totales a la empresa independientemente del número de artículos vendidos. Por ejemplo, se pueden vender 100 bolsas de jabón a \$50 cada una normalmente, pero si se sube el precio a \$55, se venderán 95, y si se baja a \$45 se venderán 110 bolsas. En el primer escenario, la ganancia sería de \$5,000, en el segundo de \$5,225 y en el tercero de \$4,950, por lo que se aprecia que el bajar el precio no nos traerá mayores ganancias realmente, como podría pensarse, sino más bien el subirlo.

Finalmente, la flexibilidad en la actualización de precios permite a las tiendas de conveniencia elevar sus precios automáticamente durante un horario nocturno, por ejemplo, en el que la oferta es más escasa, y bajarlos durante el día, cuando compiten con muchos más comercios.

PROMOCIONES

Lo mencionado en el último párrafo de la sección anterior bien puede aplicarse en el sentido contrario y generar utilidades a la tienda. Esto es, el actualizar los precios de manera instantánea también se emplea como una estrategia promocional poderosa al implementar baratas de última hora del tipo “durante los próximos 30 minutos todas las salsas cátsup tendrán un 50% de descuento”, o bien, al fijar horarios para venta especial a algún grupo de la población, como ancianos o estudiantes, durante los cuales toda la tienda tenga un descuento automático de un tanto por ciento, o simplemente rebajando de inmediato los productos perecederos que notó un empleado que están próximos a echarse a perder y en cuyo caso se convertirían en una merma.

MODERNIDAD

Finalmente, las **etiquetas electrónicas** son elegidas también por comercios con formatos de tienda que deben dar una imagen moderna e innovadora, tales como boutiques de moda, tiendas de especialidades o supermercados de gama alta dirigidos a públicos exigentes con alto nivel adquisitivo. Las ESLs se convierten en parte de la experiencia que ofrece la tienda al cliente por su estética, además de por las funcionalidades extraordinarias que ofrecen, tales como integrar códigos QR, en el caso de las etiquetas con capacidad para mostrar gráficos, para que el cliente los lea y vea en su smartphone las características completas de un producto, críticas del mismo, videos, etc., reforzando su intención de compra y la imagen de la marca. O bien, las etiquetas pueden

prescindir de dichos códigos QR y poseer un chip NFC que dirija al cliente a la misma información mencionada con solo aproximar su dispositivo móvil a la etiqueta de su interés.

USOS ALTERNATIVOS

Las ESLs no solo se emplean en supermercados, que es su ambiente nativo, por así llamarlo, sino que también se pueden encontrar hoy en día en ambientes como diminutas tiendas de especialidad de alguna cadena nacional o en aplicaciones tan variadas como la de indicar qué producto va en cada repisa de un almacén o dentro de un recipiente que circula en una línea de producción, o señalando la silla que debe ocupar una persona dentro de un salón de eventos. La imaginación del integrador de la solución es el límite, y más si consideramos todos los distintos tipos de etiquetas que están disponibles en el mercado.

En una entrada posterior de este blog continuaremos ahondando en el interesante de las **etiquetas electrónicas**, ya que aún nos falta mucho por comentar. Por lo pronto, le invitamos a ponerse en contacto con nosotros, hoy mismo, para que le brindemos la asesoría necesaria para implementar un sistema de este tipo en su organización o la de sus clientes. Somos pioneros en la tecnología de las ESLs en nuestro país y contamos con la valiosa experiencia de haber instalado el sistema PRICER en varias de las principales cadenas comerciales de México. ¡Esperamos su llamada!

Juan Antonio Valadez

Mayo 2020