

RETAIL digital



vigilancia tecnológica &
tendencias



SERVICIOS DE SALUD Y BIENESTAR para clientes minoristas



Financiado por:



Cofinanciado por
la Unión Europea



Colabora:





Índice

5	Introducción
6	Claves
8	Beneficios de los servicios de salud y bienestar
10	Casos de uso de los servicios de salud y bienestar
12	Desafíos de los servicios de salud y bienestar
14	Casos de éxito en comercios minoristas
16	Noticias destacadas
18	Referencias



INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria vivida en el año 2020 provocó un aumento en la preocupación y **concienciación de los consumidores en materia de salud**, por lo que las estrategias encaminadas a garantizar la salud y el bienestar los clientes se han acabado convirtiendo en una **necesidad permanente para los comercios minoristas**. [1]

Las tiendas que incorporan tecnologías para la **monitorización, evaluación y recomendación en materia de salud** están logrando aumentar sus tasas de fidelización, lo cual ha dado lugar a todo un **nuevo ecosistema de startups** dedicadas al desarrollo de **soluciones** específicamente enfocadas al consumidor minorista.

Desde **chatbots de diagnóstico a wearables, sensores y dispositivos conectados**, pasando por **plataformas online de evaluación y recomendación de productos**, existe un diverso abanico de posibilidades que los **comercios minoristas** pueden implementar dentro de este espectro. Hay opciones diseñadas tanto para su aplicación en tiendas físicas como en sitios web, brindando una variedad de **herramientas multicanal** enfocadas a la mejora de los niveles de satisfacción y retención de clientes.

Sólo en el ámbito del e-Commerce, se estima que **el mercado de soluciones sanitarias va a crecer a un ritmo interanual de cerca del 20% hasta 2030**, generando un volumen de negocio de más de 1.000 millones de dólares a nivel global, lo cual muestra la importancia creciente que esta tendencia tendrá en los próximos años. [2]



CLAVES

- Durante esta década, se espera un auge en la implementación de experiencias personalizadas de salud y bienestar por parte del sector minorista.
- Especialmente veremos emerger multitud de soluciones innovadoras en el ámbito de las recomendaciones personalizadas, impulsadas a través de inteligencia artificial, así como de las herramientas de monitorización de la salud.
- Las tiendas pueden servirse de esta estrategia generar nuevas fuentes de ingresos a la vez que muestran su compromiso con el bienestar de sus clientes.
- La cadena barcelonesa de alimentación Sorli, y su nueva herramienta de recomendaciones basadas en IA, es un buen ejemplo de cómo la tendencia está empezando a llegar ya al sector minorista local.



BENEFICIOS DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y BIENESTAR

Veamos a continuación las **principales ventajas** que las herramientas de **salud y bienestar** ofrecen a los comercios minoristas:

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Se estima que **más del 80% de los consumidores consideran la salud y el bienestar como una prioridad principal en su vida diaria**. [3] Esto representa una gran oportunidad para que los minoristas puedan fomentar la lealtad de sus clientes y aumentar las **tasas de retención**.

En este punto, resultan especialmente efectivas las apps y los **programas de fidelización** basados en datos de salud asociados a **puntos de recompensa** por hábitos saludables.

EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS

Mediante el uso de aplicaciones móviles o dispositivos conectados, los minoristas pueden utilizar herramientas de **análisis de los parámetros físicos y sanitarios de los usuarios** y, en base a ellos, ofrecer recomendaciones de productos o servicios adaptados a las **necesidades particulares** de cada consumidor a un nivel individual.

INGRESOS ADICIONALES

Los minoristas pueden emplear estas soluciones para **crear o potenciar fuentes de ingresos alternativas**, mediante, por ejemplo, la venta de **nuevas líneas de productos** relacionados con la salud, el bienestar o el cuidado personal.

Además, abren la posibilidad de **diseñar servicios premium** donde los usuarios puedan acceder a **prestaciones exclusivas** como consultas virtuales, análisis o recomendaciones personalizadas de productos.

DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA

Por último, aquellos comercios que ofrezcan una gama más amplia de servicios relacionados con la salud y el bienestar pueden **atraer a clientes que valoren especialmente estos aspectos** y estén dispuestos a priorizar un proveedor sobre otro en base a ello.

En un mercado cada vez más competitivo **es necesario destacar** de alguna forma sobre el resto de comercios, así que las tiendas pueden servirse de esta estrategia para presentarse como **líderes avanzados en innovación** y mostrar su **compromiso con el bienestar** de los clientes.



CASOS DE USO DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y BIENESTAR

A continuación, vamos a ver diferentes tipos de herramientas que los **comercios minoristas pueden implementar** tanto en tiendas físicas como en sitios web:

CHATBOTS PARA EVALUACIÓN DE LA SALUD

Asistentes médicos basados en **inteligencia artificial** que **evalúan posibles síntomas de enfermedad** o monitorizan el estado físico de una persona. El sistema realiza preguntas y, tras la evaluación, el usuario consigue recomendaciones sobre qué hacer o qué productos adquirir.

Estas soluciones a veces incorporan **prestaciones SaaS (Software as a Service)** de marca blanca integrables para empresas de diversos sectores. Los comercios minoristas pueden implementar estos chatbots como **servicio añadido** en sus e-commerce o dentro de dispositivos ubicados en las propias tiendas físicas.

WEARABLES PARA LA SALUD INTELIGENTE

Por ejemplo, los **relojes fitness** monitorizan signos vitales y patrones de comportamiento del consumidor, de tal forma que emiten **alertas o diagnósticos preventivos** con actualizaciones en tiempo real. Las compañías del sector retail pueden asociarse con otras apps o con las marcas fabricantes para implementar estos dispositivos de tal forma que los clientes relacionen sus productos con el control de su estado físico.

ASISTENCIA REMOTA

Dispositivos de **dispensación remota de medicamentos** que pueden ser instalados dentro de los establecimientos.

Estas soluciones ofrecen funciones de **comunicación de video en vivo** para que los usuarios se conecten con profesionales médicos y los consulten de manera remota a través de paneles inteligentes. Pueden ser de gran utilidad en **farmacias** o tiendas relacionadas con el sector de la **alimentación** o la **nutrición**.

PLATAFORMAS DE RECOMENDACIÓN

Aplicaciones orientadas a optimizar la **salud individual** o crear **planes dietéticos personalizados**. Los sistemas más avanzados incorporan **prestaciones de IA generativa** para rastrear entre los datos médicos y los patrones físicos del usuario para luego producir los **diagnósticos** o **recomendaciones** correspondientes.

Los comercios minoristas pueden utilizar estas apps para hacer **sugerencias de productos**, por ejemplo, en el ámbito de la **nutrición** o los **materiales deportivos**.

En este espectro también nos encontramos con aplicaciones móviles a través de las cuales los consumidores pueden **escanear los códigos de barras de los productos en tienda** y obtener así información detallada sobre los **ingredientes, características** o su posible **impacto** en la salud.



DESAFÍOS DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y BIENESTAR

Los comercios que quieran subirse al carro de esta tendencia pueden encontrarse, eso sí, con algunos **retos y barreras de implementación importantes**:

PREOCUPACIONES EN MATERIA DE PRIVACIDAD DE DATOS

Algunos **clientes** pueden ser **reticentes a compartir información personal** ya que las tecnologías de salud y bienestar recopilan **datos personales y sensibles**.

Los minoristas deben abordar adecuadamente estas preocupaciones, garantizando el **cumplimiento de la regulación** y protegiendo la **información confidencial** de sus usuarios.

RETICENCIAS RESPECTO A SU EFICACIA

La aceptación por parte de los clientes es fundamental para el éxito de estas soluciones. Sin embargo, algunos de ellos, pueden mostrar **incredulidad sobre su precisión o eficacia real**.

Por otro lado, también pueden generar cierto **rechazo entre quienes las consideran meras herramientas comerciales** o quienes dudan de que tengan un verdadero respaldo científico detrás.

NICHO DE MERCADO

Aunque la preocupación en materia de salud se haya generalizado en los últimos años, hay ciertas herramientas y servicios que **pueden tener un enfoque dirigido a un perfil de cliente bastante específico**, el cual no tiene por qué ser un target de igual importancia para todos los sectores y modelos de comercio minorista. Por lo tanto, en algunos casos, **el coste operativo podría no estar justificado**.

Un ejemplo representativo es el reciente anuncio del **cierre de los centros de atención sanitaria y las operaciones de telesalud** que la cadena estadounidense **Walmart** había puesto en marcha en los últimos años. [4] [5]

ESTRÉS DIGITAL

La **sobrecarga de opciones digitales en tienda** puede generar un efecto negativo si no se maneja correctamente. De igual forma, un exceso de opciones **puede afectar a la simplicidad** que requiere un interfaz **de e-commerce** adecuado.

Cuando hay demasiadas herramientas y soluciones disponibles, **los consumidores pueden sentirse abrumados, indecisos, presionados o saturados** por tener que tomar tantas decisiones de compra, o cumplir ciertos objetivos de salud.

También puede intimidar **la complejidad de las herramientas**, especialmente a aquellos que no están familiarizados con el uso de tecnologías avanzadas.



CASOS DE ÉXITO EN MINORISTAS

Veamos, a continuación, **algunos ejemplos interesantes** de soluciones tecnológicas de salud y bienestar implementadas por comercios minoristas:

DECATHLON Y WEWARD

Weward es una aplicación de origen francés que **mide los pasos del usuario** con la premisa de que "cuanto más camine, más ganará". El objetivo de la app es **promover la salud** entre los consumidores para que, a la vez que se benefician de una mejor salud al hacer ejercicio, puedan obtener **recompensas** por cumplir sus **objetivos deportivos o de bienestar físico**.

A través del sistema de **geolocalización y el podómetro del smartphone**, la app cuenta automáticamente los pasos, incluso cuando el teléfono está en el bolsillo y aseguran **augmentar, de media, un 24% el volumen de actividad física diaria** de los usuarios que utilizan la app.

Su modelo de negocio se basa en **acuerdos de colaboración con diferentes socios**, tanto grandes empresas como **minoristas**, los cuales se sirven de la app como **canal de venta y fidelización**.

Entre los diversos comercios minoristas con los que la app está asociada se encuentra la **cadena de productos deportivos Decathlon**.

A través de este acuerdo, Decathlon anima a sus clientes a utilizar la solución para conseguir **descuentos en la compra de equipaciones y materiales deportivos** a la vez que demuestran su compromiso para ayudarles a conseguir sus objetivos de actividad física diaria.

Otras cadenas minoristas con presencia en España que también trabajan con la app de **WeWard** son: **Nike, Adidas o Levi's**. [5] [6]

SORLIPERTU

La **cadena barcelonesa de alimentación Sorli** ha lanzando recientemente una nueva herramienta integrada en su **ecommerce Sorliclic**, la cual se sirve de un sistema de **inteligencia artificial** para fomentar la **alimentación sana y equilibrada** entre sus usuarios, a la vez que permite un ahorro en la compra semanal.

Para desarrollar la solución, denominada **Sorlipertu**, han realizado una **inversión de 500.000 euros** y lo han hecho de la mano del centro tecnológico **Eurecat**, quien ha aportado tanto la parte técnica como el conocimiento nutricional necesario para la puesta en funcionamiento.

A través de **Sorlipertu**, la cadena minorista pretende ayudar a sus clientes a **planificar sus comidas semanales de forma personalizada**, teniendo en cuenta aspectos como su condición física, posibles intolerancias alimentarias, tipo de dieta o gustos particulares.

La herramienta es **accesible de forma gratuita** por cualquier cliente de la cadena, a través de la app de **Sorliclic**, y tan solo tienen que rellenar un cuestionario con información personal sobre hábitos y patrones de ejercicio físico, así como sus preferencias personales.

En base a esta información, la herramienta genera un **menú semanal completo**, adaptado a cada usuario, que después puede crear **listas de compra asociadas a esos menús** e incorporar los ingredientes necesarios en el carrito de la compra de Sorliclic.

A través de esta iniciativa, **Sorli** está buscando convertirse en un **referente en materia de salud**, buena alimentación y ejercicio físico, así como mostrar su compromiso con el **bienestar** de los clientes. [8] [9]



NOTICIAS DESTACADAS



LOS MINORISTAS Y LOS SISTEMAS DE SALUD PUEDEN MEJORAR LA ATENCIÓN JUNTOS

HBR

Los sistemas de salud están luchando para abordar numerosas deficiencias de la prestación de servicios: costos en rápido crecimiento, calidad inconsistente y acceso inadecuado y desigual a la atención primaria y otros tipos de atención. Sin embargo, si los minoristas y los sistemas de salud formaran asociaciones sólidas, podrían desempeñar un papel importante a la hora de abordar estos megadesafíos.



CÓMO DEFINIR Y EJECUTAR UN MODELO DE NEGOCIO MINORISTA DE SALUD EXITOSO

EY

A medida que las líneas separadoras entre las empresas de atención médica y de consumo se han desdibujado, muchas organizaciones han intentado implementar ofertas minoristas de salud. La pandemia de COVID-19 llevó a un mayor énfasis en estas prioridades a medida que los consumidores prestaron más atención a su salud y se les alentó cada vez más a utilizar métodos de prestación de atención no tradicionales.



TENDENCIAS DE DISEÑO MINORISTA: LOS CONSUMIDORES BUSCAN BIENESTAR EN EL LUGAR DONDE COMPRAN

BDC NETWORK

Los consumidores eligen estilos de vida teniendo en cuenta el bienestar, lo que enciende en ellos un sentimiento de propósito y motivación. Ésa es la conclusión a la que llega la firma de arquitectura y diseño MG2 a partir de una encuesta realizada en el pasado mes de diciembre a 1.182 consumidores adultos estadounidenses sobre su búsqueda de experiencias de compra más saludables.



CÓMO LAS MARCAS ESTÁN INCORPORANDO SERVICIOS DE BIENESTAR A LA EXPERIENCIA DEL COMPRADOR

FORBES

Mientras que muchas marcas recurren al entretenimiento para captar compradores, otras aprovechan el creciente interés por el bienestar y el cuidado personal para impulsar el tráfico en las tiendas, diseñando nuevos espacios y servicios que brindan al cliente una experiencia más significativa y memorable.



REFERENCIAS

[1] EY. How to define and execute on a successful retail health business model. 15 de febrero de 2024. [Consultado 16 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.kingsresearch.com/healthcare-e-commerce-market-327>

[2] KINGS RESEARCH. Healthcare E-Commerce Market. Global Industry Analysis and Forecast 2023-2030. Diciembre de 2023. [Consultado 16 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.kingsresearch.com/healthcare-e-commerce-market-327>

[3] MCKINSEY. Las tendencias que definirán el mercado mundial del wellness, de \$1.8 billones de dólares, en 2024. 16 de enero de 2024. [Consultado 16 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/las-tendencias-que-definiran-el-mercado-mundial-del-wellness-de-1-8-billones-de-dolares-en-2024/es>

[4] DIGIDAY. Lo que el cierre de los centros de salud de Walmart dice sobre el futuro de la sanidad minorista. 03 de mayo de 2024. [Consultado 16 – 05 – 2024] Disponible en: <https://digiday.com/es/lo-que-el-cierre-de-los-centros-de-salud-de-walmart-dice-sobre-el-futuro-de-la-sanidad-minorista/>

[5] AMERICARETAIL-MALLS. Walmart cierra clínicas: ¿Lecciones para el futuro de la atención médica minorista? 02 de mayo de 2024. [Consultado 17 – 05 – 2024] Disponible en: <https://americaretail-malls.com/paises/usa/walmart-cierra-clinicas-lecciones-para-el-futuro-de-la-atencion-medica-minorista/>

[6] WEWARD. Nuestros socios. [Consultado 17 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.wewardapp.com/es/partners>

[7] TRAVELER. WeWard, la aplicación que te anima a caminar mientras recibes recompensas. 06 de agosto de 2022 [Consultado 17 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.traveler.es/articulos/weward-la-aplicacion-que-te-anima-a-caminar-mientras-recibes-recompensas>

[8] ALIMARKET. Sorli lanza una nueva herramienta de IA para planificar comidas saludables. 20 de marzo de 2024 [Consultado 17 – 05 – 2024] Disponible en: <https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/387148/sorli-lanza-una-nueva-herramienta-de-ia-para-planificar-comidas-saludables>

[9] FOOD RETAIL. Sorli lanza Sorlipertu, la herramienta de inteligencia artificial que recomienda platos sanos y económicos. 21 de marzo de 2024 [Consultado 17 – 05 – 2024] Disponible en: https://www.foodretail.es/retailers/Sorli-Sorlipertu-herramienta-inteligencia-artificial_0_1859514050.html

RETAIL  digital