

COMERCIO MINORISTA Y ENVIOS AL CONSUMIDOR

Reporte ACSI 2019-2020



La satisfacción del cliente con el sector minorista se estabiliza después de dos años de declive

Después de dos años de declive, el sector del comercio minorista se estabiliza ya que tres de las seis industrias no muestran cambio en sus puntajes de satisfacción del cliente de 2019. En general, el sector minorista retrocede tan solo 0.1% bajando a un puntaje de **77.3** en la escala de 100 puntos del American Customer Satisfaction Index. Pero mientras los clientes no encuentran mejoras entre las categorías de las tiendas físicas, el comercio minorista por Internet obtiene ganancias y continúa mostrando un nivel mucho más fuerte de satisfacción del cliente. Cuando se trata de satisfacer a los clientes, la complacencia, puede no ser una fórmula de éxito para los minoristas tradicionales, ya que 2019 trajo consigo un número récord de cierres de tiendas, que se estima que alcanzan más de 12,000 y superan con creces las nuevas aperturas.

Este informe cubre seis industrias minoristas: *Tiendas Departamentales y de Descuento*, *Tiendas Minoristas Especializadas*, *Tiendas de Salud y Cuidado Personal*, *Supermercados*, *Venta Minorista en Internet* y *Estaciones de Servicio*, así como *Envío al Consumidor* y *el Servicio Postal de EE. UU.* Los resultados se basan en encuestas realizadas en un período de 12 meses de enero a diciembre de 2019.

Hace un año, la disminución generalizada de la satisfacción del cliente caracterizó al sector minorista. Entre industrias, las *Estaciones de Servicio* fueron las más afectadas y, aunque continúa una tendencia a la baja, la disminución es mucho menos drástica. En general, las *Estaciones de Servicio* caen 1.4% a un puntaje de **73** para 2019. Asimismo, *Tiendas de Salud y Cuidado Personal* caen 1.3% a **76** después de una caída mayor hace un año. Tres industrias mantienen su puntaje: *Tiendas Departamentales y de Descuento* (**76**), *Tiendas Minoristas Especializadas* (**78**) y *Supermercados* (**78**). Solo las *Ventas Minoristas en Internet* mejoran, un 1.3% a **81** y muy por delante de las otras categorías.

Tiendas Departamentales y de Descuento

Después de una temporada de vacaciones donde los consumidores estaban dispuestos a gastar más, se ha detenido la disminución en la satisfacción del cliente. La mayoría de las rebajas navideñas aumentaron, sin embargo, el crecimiento fue en línea. A medida que el sector minorista continúa lidiando con el cambio hacia las compras en línea, la satisfacción del cliente que ha disminuido para los minoristas tradicionales ha cesado, al menos por el momento. En general, la satisfacción del cliente con las *Tiendas Departamentales y de Descuento* no ha cambiado, permaneciendo en un puntaje de **76** en 2019, muy por debajo de los minoristas en internet. Entre 18 tiendas individuales, 16 puntajes de satisfacción son constantes o están dentro de un punto de sus niveles de 2018.

Si bien la satisfacción del cliente de la industria se ha estabilizado por ahora, muchas empresas están adoptando un enfoque omnicanal para hacer negocios. Los principales jugadores como *Walmart* y *Target* están expandiendo sus capacidades de cumplimiento de los pedidos en línea, así como enfrentándose cara a cara con *Amazon* en envío de un día.

Como hace un año, la parte superior de la industria de *Tiendas Departamentales y de Descuento* pertenece a los almacenes de membresía. Almacenes *Costco* sigue siendo el pionero de la industria, liderando la categoría en **83** puntos por cuarto año consecutivo. El negocio tradicional de *Costco* sigue siendo un ganador con una fuerte satisfacción suficiente para atar al líder en línea *Amazon* (**83**). Los compradores aprecian especialmente a los empleados de *Costco* siendo la calificación por cortesía y amabilidad del personal la mejor en su clase.

Después de *Costco*, *Sam's Club* de *Walmart* (+ 1%) continúa ocupando el segundo lugar con **81** puntos, con *BJ's Wholesale Club* llega a **79** puntos (sin cambios). Del mismo modo, la tienda de descuento de *Kohl* y el exclusivo *Nordstrom* se encuentran en tercer lugar con puntajes estables de **79**, unido por el grupo de departamentos más pequeños y descuento tiendas (-1%). Si bien *Nordstrom* está en la cima cuando se trata de marcas, los clientes de *Kohl* aprecian la frecuencia de ventas y promociones de la cadena.

ACSI: Tiendas Departamentales y de Descuento

Empresa	2018	2019	Variación %
Tiendas Departamentales y de Descuento	76	76	0,0%
Costco	83	83	0%
Sam's Club (Walmart)	80	81	1%
Otros	80	79	-1%
BJ's Wholesale Club	79	79	0%
Kohl's	79	79	0%
Nordstrom	79	79	0%
Belk	78	78	0%
Dillard's	79	78	-1%
JCPenney	77	78	1%
Macy's	77	78	1%
Target	77	78	1%
Dollar Tree	77	77	0%
Meijer	76	76	0%
Ross Stores	77	76	-1%
Fred Meyer (Kroger)	76	74	-3%
Big Lots	75	73	-3%
Dollar General	73	73	0%
Sears	70	71	1%
Walmart	72	71	-1%

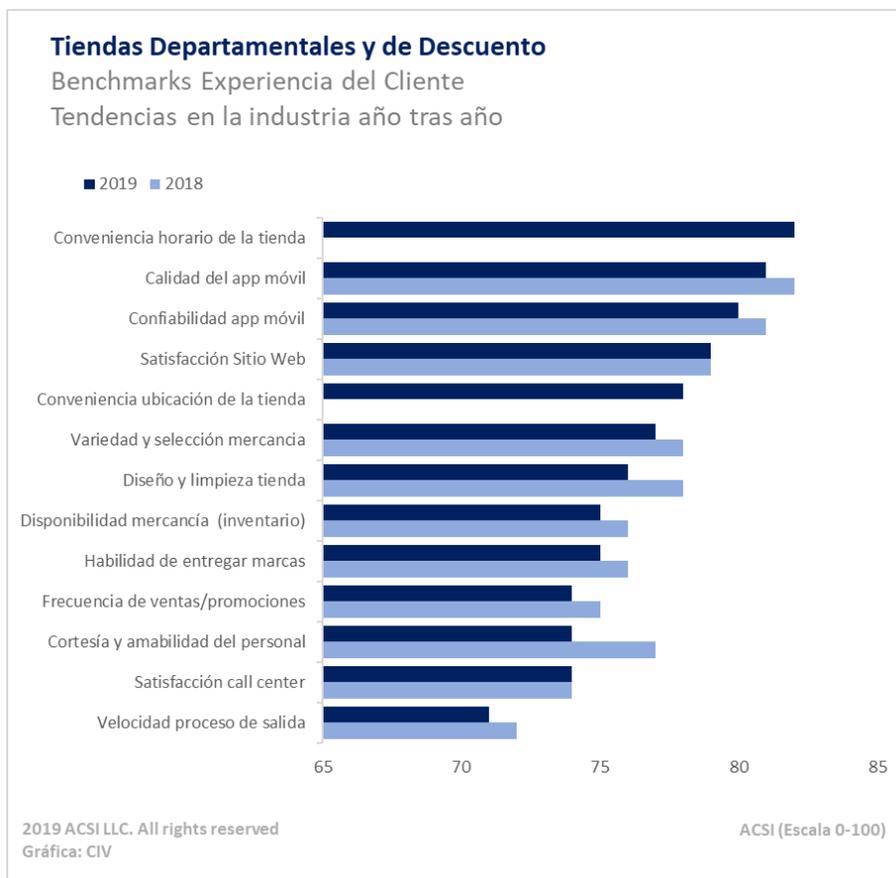
2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Varias tiendas están estancadas con puntajes de **78**: *Belk* (sin cambios), *Dillard's* (-1%), *JCPenney* (+ 1%), *Macy's* (+ 1%) y *Target* (+ 1%). *Dollar Tree*, que está cerrando o cambiando el nombre de cientos de sus tiendas Dollar, no cambia, con un puntaje de **77** encontrándose por delante de *Dollar General*, sin cambios en **73**. Mientras tanto, *Meijer* (sin cambios) y *Ross Stores* (-1%) están atados con el promedio de la industria de **76**.

Los únicos cambios notables en la satisfacción del cliente ocurren en el extremo inferior de la industria. *Fred de Kroger Meyer* cae un 3% a una puntuación inferior a la media de **74**, mientras que *Big Lots* cae un 3% a **73**. La parte inferior de la industria sigue siendo territorio de *Sears* (+ 1%) y *Walmart* (-1%), ambos aterrizando en **71**.



Para la industria de *Tiendas Departamentales y de Descuento*, ningún elemento de la experiencia del cliente mejora en 2019, y algunos aspectos se están deteriorando. Para los clientes que continúan comprando en la tienda, la industria está haciendo un buen trabajo al proporcionar horarios convenientes. De hecho, el horario de la tienda se considera como la mejor parte de la experiencia del cliente (**82**).

Las aplicaciones móviles obtienen buenas calificaciones en calidad (**81**) y confiabilidad (**80**), aunque ambas son más débiles en comparación con hace un año. El sitio web (sin cambios en **79**) no es tan apreciado como las aplicaciones móviles. Los compradores están menos impresionados con las ubicaciones de las tiendas (**78**) - Una situación que es poco probable que mejore ante los cierres de tiendas. El diseño y la limpieza de la tienda está empeorando (-3% a **76**), y las tiendas son menos capaces de proporcionar nombres de marca y mantener existencias de inventario a niveles aceptables (ambos **75**).

El mayor cambio para la industria está en la cortesía y la ayuda del personal, que cae 4% a **74**. Para los compradores, los call center no son mejores que hace un año (**74**) y las ventas son menos frecuentes (**74**). Sin embargo, la peor parte de la experiencia de compra es la velocidad de pago (**71**), que para las *Tiendas*

Departamentales y de Descuento tiene tasas más bajas que cualquier otra categoría minorista

Tiendas minoristas especializadas

La estabilidad invade a las *Tiendas Minoristas Especializadas* resultados para 2019. La industria en general es estable con un puntaje de satisfacción del cliente de **78** por tercer año consecutivo. Entre 26 tiendas especializadas en productos como ropa, mejoras para el hogar, suministros de oficina, automotriz, de belleza o para mascotas, solo tres muestran cambios mayores al 1%. Los 23 minoristas restantes mantienen la satisfacción del cliente en niveles iguales o cerca de 1 punto de sus puntajes de 2018.

L Brands, que retrocedió un 4% a **82** hace un año, se mantiene en primer lugar con un puntaje sin cambios. Mientras esta estabilidad mantiene a *L Brands* en la posición líder de satisfacción del cliente, sus acciones cayeron casi un 30% en 2019 y las ventas de su marca *Victoria's Secret* continúan disminuyendo. En febrero, después del cierre del período de entrevistas, *L Brands* anunció su intención de vender *Victoria's Secret*. En contraste, la marca hermana *Bath & Body Works* mostró un crecimiento de las ventas de compensación del 10% durante los primeros tres trimestres del año fiscal 2019. Para las dos marcas, la satisfacción del cliente se alinea con el crecimiento de las ventas. *Bath & Body Works* gana un puntaje significativamente más alto que el de *Victoria's Secret*, que representa solo el 9 por ciento de *L Brands* en las entrevistas de la encuesta de 2019.

Siguiente en la línea, *Barnes & Noble* se mantiene estable en **81** por cuarto año consecutivo. El tercer lugar está lleno, con seis minoristas que obtuvieron un puntaje de **80**. *Ascena*, que se despojó de su marca *Maurices* y está cerrando todas sus tiendas *Dressbarn*, muestra una satisfacción estable del cliente, al igual que *Cabela's* y *Menards*. Del mismo modo, *Ulta Beauty* mantiene su puntaje de **80**, pero una pequeña mejora del 1% para *Sephora* pone a las dos cadenas de belleza en un empate. *Sephora* ha realizado cambios en su programa Beauty Insider y mientras la compañía ha mejorado su capacidad de proporcionar ventas y promociones, los clientes aún le dan a *Ulta Beauty* calificaciones significativamente más altas en esta área. *Bed Bath & Beyond* completa el empate a seis bandas, un 1% a **80** a pesar de los continuos cierres de tiendas.

El grupo de minoristas especializados más pequeños es estable con un puntaje agregado de **79**, al igual que *TJX* (sin cambios). Pequeñas mejoras del 1% mueven *Abercrombie & Fitch*, *Foot Locker* y *Gap* a puntajes de **79** también. Mientras que el especialista en mejoras para el hogar *Lowe's* no muestra ningún cambio en la satisfacción, *Home Depot* se muda hasta un 3% para igualar *Lowe's*

en **78**. *Home Depot*, la única tienda especializada que mejora sustancialmente tiene planes para retar a Amazon con opciones de entrega de un día.

ACSI: Tiendas Minoristas Especializadas

Empresa	2018	2019	Variación %
Tiendas Minoristas Especializadas	78	78	0,0%
L Brands	82	82	0%
Barnes & Noble	81	81	0%
Ascena	80	80	0%
Bed Bath & Beyond	79	80	1%
Cabela's	80	80	0%
Menards	80	80	0%
Sephora	79	80	1%
Ulta Beauty	80	80	0%
Abercrombie & Fitch	78	79	1%
Otros	79	79	0%
Foot Locker	78	79	1%
Gap	78	79	1%
TJX	79	79	0%
Advance Auto Parts	78	78	0%
Home Depot	76	78	3%
Lowe's	78	78	0%
O'Reilly Auto Parts	80	78	-3%
PetSmart	79	78	-1%
AutoZone	78	77	-1%
Best Buy	78	77	-1%
Michaels	79	77	-3%
Petco	78	77	-1%
Staples	78	77	-1%
Burlington	76	76	0%
Dick's Sporting Goods	75	76	1%
Office Depot	77	76	-1%
GameStop	74	75	1%

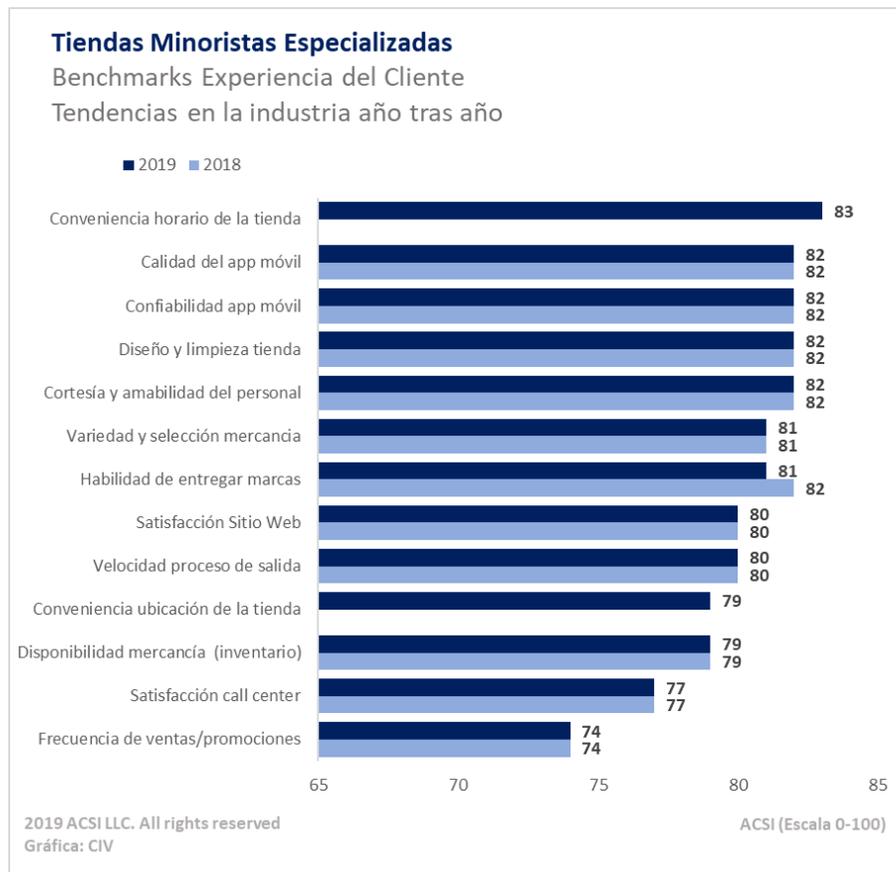
2020 American Customer Satisfaction Index . All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Dos distribuidores de autopartes coinciden con el promedio de la industria de **78**: *Advance Auto Parts* (sin cambios) y *O'Reilly Auto Parts* (-3%). La tercera cadena de autopartes, *AutoZone*, cae 1% a **77**. En otros enfrentamientos cercanos, solo un punto separa *PetSmart* (-1% a 78) y *Petco* (-1% a 77). Del mismo modo, las cadenas de suministros de oficina son casi iguales, ya que *Staples* (-1% a **77**) simplemente bordea a *Office Depot* (-1% a **76**).

El especialista en electrónica *Best Buy* cae 1% a **77**, mientras que la cadena de artesanías *Michaels* cae 3% a **77**. *Burlington* no se mueve desde el extremo inferior a **76**, vinculando tanto *Office Depot* como *Dick's Sporting Goods* (+ 1%). El fondo de la industria pertenece a *GameStop* a pesar de un aumento del 1% a **75**. Como muchos otros Minoristas, *GameStop* ha anunciado planes para cerrar hasta 200 de sus tiendas.



Poco ha cambiado en la experiencia del cliente para las *Tiendas Minoristas Especializadas*. El único aspecto que ligeramente ha cambiado es la capacidad de proporcionar nombres de marca (-1% a **81**). La conveniencia de las horas de la tienda (**83**) gana la calificación más alta de los compradores, la cortesía del personal es apreciado, junto con el diseño de la tienda, que tienen una puntuación tan alta como las aplicaciones móviles (todas en **82**).

La velocidad de pago para las *Tiendas Minoristas Especializadas* (**80**) supera con creces la de las *Tiendas Departamentales y de Descuento*. (**71**), y los call center funcionan mejor (**77** para tiendas especializadas frente a **74** para departamento /

descuento). Como Con otras industrias minoristas, los clientes anhelan más ventas y promociones (**74**).

Tiendas de Salud y Cuidado Personal

Después de una disminución hace un año, la satisfacción del cliente con las *Tiendas de Salud y Cuidado Personal* (farmacias) se retira nuevamente, bajando 1.3% a un puntaje de **76**. La caída de dos años ocurre en medio de una industria cambiante, donde los principales actores están invirtiendo fuertemente para avanzar en el campo de la atención médica. *CVS* está rehabilitando cientos de tiendas para enfatizar los servicios de salud y bienestar, mientras *Walgreens* está lanzando nuevos servicios como pruebas de laboratorio y cuidado de la vista, todo con la intención final de conducir más tráfico peatonal a las tiendas físicas. Mientras tanto, *Amazon* sigue ganando popularidad tras la adquisición de *PillPack*.

Los esfuerzos nacientes de la industria para transformarse en atención médica aún no han tenido un impacto positivo en la satisfacción de los clientes. Los consumidores aún prefieren las farmacias más pequeñas, que continúan liderando la industria con un puntaje constante de **82**. Además, las tiendas más pequeñas ganan territorio en la satisfacción del cliente por encima de sus competidores más grandes, encabezando el campo por una brecha de 4 a 8 puntos. Según los clientes, las tiendas más pequeñas proporcionan un mayor nivel de valor.

Kroger sigue siendo el número uno entre las tiendas más grandes de salud y cuidado personal, pero con menor satisfacción que hace un año. *Kroger* cae 4% a **78**, llegando un punto por delante de *CVS* (sin cambios en **77**). Para *Kroger*, los clientes sienten que la calidad del servicio se ha erosionado y el personal es mucho menos servicial y cortés

Al igual que *Kroger*, *Albertsons Companies* muestra un pronunciado descenso del 4% a **75**, empatando en una lucha con *Kmart (Sears)*, que retrocede un 1%. Otras dos grandes cadenas de farmacias caen por debajo del promedio en **75** — *Rite Aid* (-1%) y *Walgreens* (-3%). *Walgreens* está cerrando tiendas ya que asume un " programa de gestión de costos transformacionales" para mejorar la eficiencia. Según los resultados de la encuesta, sin embargo, la empresa puede faltar cuando se trata de su presencia digital. *Walgreens* tiene la peor calificación en su clase por la calidad y la confiabilidad de su aplicación móvil, la cual se ha deteriorado significativamente año tras año.

ACSI: Tiendas de Salud y Cuidado Personal

Empresa	2018	2019	Variación %
Tiendas de Salud y Cuidado Personal	77	76	-1,3%
Otros	82	82	0%
Kroger	81	78	-4%
CVS	77	77	0%
Albertsons Companies	78	75	-4%
Kmart (Sears)	76	75	-1%
Rite Aid	76	75	-1%
Walgreens	77	75	-3%
Walmart	73	74	1%

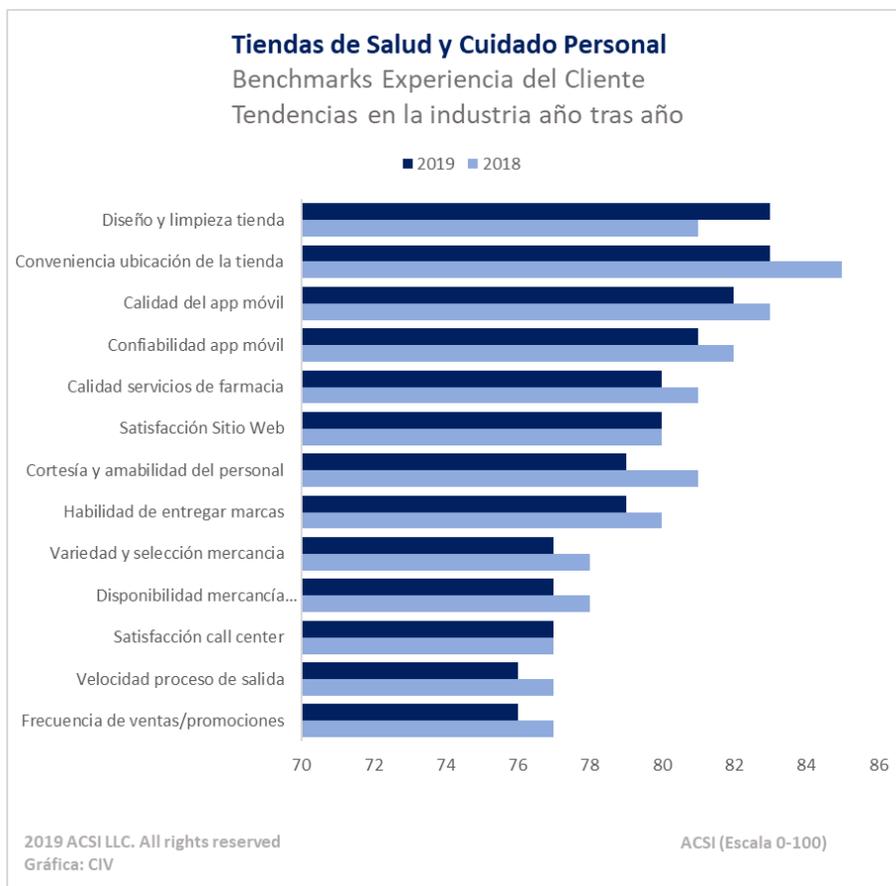
2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

El fondo de la industria todavía está ocupado por *Walmart*, subiendo un 1% a **74**. La buena noticia para el gigante minorista es que sus servicios de farmacia ahora están más cerca del promedio de la industria debido a que la mayoría de los otros grandes los competidores caen. Sin embargo, *Walmart* todavía está rezagado en lo que respecta al servicio del cliente en áreas como la velocidad de despacho, donde califica peor en clase por una amplia brecha.

Junto con la satisfacción del cliente, la mayoría de los elementos de la experiencia del cliente con las farmacias se han erosionado en 2019. Los clientes aún clasifican a la industria como alta por la comodidad de las ubicaciones de las tiendas y horarios, aunque algo más bajo que hace un año (-2% a **83**). El diseño de la tienda aún tiene que mejorar a pesar de las inversiones de algunas grandes empresas en esta área; de hecho, retrocede un 2% a **81**. Asimismo, el personal no es tan cortés o servicial (-2% a **79**).



Los elementos restantes son estables o retroceden un 1%, y es notable que ningún factor mejora para la industria de farmacias. La calidad de los servicios de farmacia baja un 1% a **80**. Las aplicaciones móviles continúan obteniendo buenos resultados a pesar de pequeñas bajas tanto en calidad (**82**) como en confiabilidad (**81**). Los clientes prefieren sitios web (**80**) a los call center (**77**).

En el extremo inferior, como en muchas categorías minoristas, los clientes no están contentos con la frecuencia de ventas y promociones (**76**). Del mismo modo, la velocidad de pago debe mejorar (**76**), aunque la industria sí coincide con los supermercados en esta zona. Sin embargo, los minoristas especializados siguen siendo los pioneros en velocidad de despacho: puntuación en el nivel más alto de **80**.

Supermercados

La satisfacción del cliente con los *Supermercados* es estable en **78** puntos después de caer hace un año, pero más disrupción está en camino para esta industria. *Amazon* está avanzando con planes para ingresar al espacio físico de supermercados a través de tiendas que estarán separadas de su subsidiaria

Whole Foods. Mientras tanto, los supermercados tradicionales se están moviendo rápidamente en el espacio de comestibles en línea, así como también están implementando nuevas tecnologías para facilitar las compras en la tienda. En medio de este período de transformación, la satisfacción del cliente a través de las cadenas de supermercados en su mayoría es estable o está dentro de un punto de los niveles de 2018. Este es el mismo patrón encontrado entre minoristas especializados y tiendas departamentales y de descuento. Si bien estas industrias se centran en todo lo digital, la innovación tecnológica aún no ha ganado suficiente tracción con los consumidores para impulsar a la satisfacción de los clientes.

Las dos mejores compañías a partir de 2018 —*Trader Joe's* y *Wegmans*— se unen al supermercado con sede en Texas *H-E-B*. *Trader Joe's* ahora retrocede 2% a **84**, dejando espacio para *H-E-B* (+ 2%) y *Wegmans* (-1%). Las tres cadenas ocupan el primer lugar para la satisfacción en todo el sector minorista, incluso antes de Amazon (**83**). Si bien *Trader Joe's* ya no se encuentra solo en esta posición, sigue marcando el ritmo de gran parte de la experiencia del cliente y un líder en su calidad de servicio. *Wegmans*, con un enfoque en los mercados locales, gana las mejores calificaciones para la calidad de su carne y productos.

Otro trío de cadenas se encuentran solo un punto por debajo de los líderes. *Aldi* (-1%), *Costco* (sin cambios) y *Publix* (-1%) se encuentran con puntajes de **83**. *Publix* ha sido durante mucho tiempo un actor de primer nivel en supermercados y sus tiendas califican como las mejores en su clase por diseño y limpieza.

El negocio de comestibles de *BJ's Wholesale Club* muestra la mayor ganancia en la industria. BJ aumenta 4% a un puntaje de **82**, impulsado por un aumento en las percepciones de valor de los clientes. El puntaje actual de la empresa está muy por encima del promedio de *Supermercados* y es más alto que su puntaje de **79** en la industria de *Tiendas Departamentales y de Descuento*.

Sam's Club de Walmart, no ha cambiado (**80**), arrastrando a *Costco* y *BJ's*. *ShopRite* (+ 1%) ambos llegando a **80** y la cadena recibe los máximos honores por la frecuencia de su ventas y promociones.

La tienda de comestibles más grande de EE. UU., *Kroger*, no ha cambiado (**79**) después de una caída en 2018. La tienda sigue con el mismo puntaje del grupo de supermercados más pequeños por cuarto año consecutivo. *Kroger* está trabajando con Microsoft para desarrollar tecnología que incluya estanterías digitales que se comuniquen con los teléfonos inteligentes de los clientes para ayudarlos a completar sus compras. Estas innovaciones tecnológicas aún no han dado como resultado una mayor satisfacción del cliente.

El negocio de comestibles de *Target* también obtiene una puntuación de **79** después de un aumento del 1%, mientras que la cadena alimentaria de Amazon *Whole Foods* es estable (**79**). *Hy-Vee* (-1%) y *Meijer* (sin cambios) coinciden con

el promedio de la industria de **78** puntos. *Ahold Delhaize* pierde 1% quedando con **77**.

El extremo inferior de la industria sigue siendo el territorio de tres cadenas (**76**): *Giant Eagle*, *Southeastern Grocers*, y *Supervalu*. *Save-A-Lot* cae un 1% para reunirse con *Albertsons Companies* cuya puntuación no se movió de **75**. A pesar de ganar el 1%, *Walmart* se queda solo en el fondo de la industria con un puntaje de **73**. *Walmart* ocupa el último lugar en todas las categorías menos una en el sector minorista. La excepción es el negocio de internet de la compañía, que lo coloca en el último lugar, superando solo a *Sears*.

ACSI: Supermercados

Empresa	2018	2019	Variación %
Supermercados	78	78	0,0%
H-E-B	82	84	2%
Trader Joes's	86	84	-2%
Wegmans	85	84	-1%
Aldi	84	83	-1%
Costco	83	83	0%
Publix	84	83	-1%
BJ's Wholesale Club	79	82	4%
Sam's Club (Walmart)	80	80	0%
ShopRite	79	80	1%
Otros	79	79	0%
Kroger	79	79	0%
Target	78	79	1%
Whole Foods (Amazon)	79	79	0%
Hy-Vee	79	78	-1%
Meijer	78	78	0%
Ahold Delhaize	78	77	-1%
Giant Eagle	76	76	0%
Southeastern Grocers	76	76	0%
Supervalu	76	76	0%
Albertsons Companies	75	75	0%
Save-A-Lot	76	75	-1%
Walmart	72	73	1%

2020 American Customer Satisfaction Index . All rights reserved

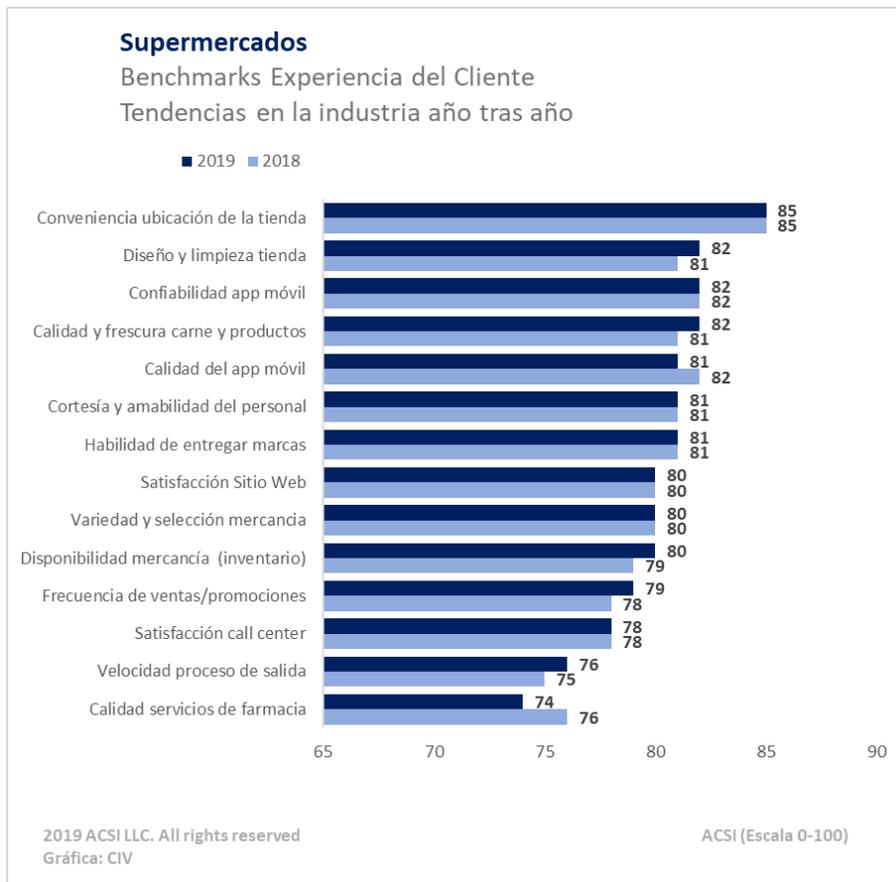
ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Para los *Supermercados*, la mayoría de los aspectos de la experiencia del cliente son estables o ligeramente mejores que hace un año. Las tiendas físicas aún son apreciadas por su ubicación y horario, recibiendo la mejor calificación en todo el

sector minorista (**85**). El diseño de la tienda está mejorando, al igual que la calidad y la frescura de la carne y productos (ambos **82**). Las aplicaciones móviles se consideran confiables (**82**), aunque la calidad es ligeramente menor (**81**). Mientras muchas tiendas están lanzando nuevas aplicaciones para ayudar a los compradores, la industria en general aún no ha visto ganancias en esta área.

La industria de los *Supermercados* hace un buen trabajo a la hora de proporcionar marcas (**81**) y el personal se considera cortés y servicial (**81**). En comparación con otras categorías minoristas, la frecuencia de ventas y las promociones son mucho más aceptables para los compradores de supermercados (**79**). Velocidad de salida, un poco mejor, muestra espacio de mejora (**76**). La peor parte de la experiencia del supermercado es la calidad de servicios de farmacia, que se ha deteriorado un 3% a **74**.



Venta minorista por internet

Los consumidores están más felices con sus experiencias de compra en línea en 2019, la satisfacción del cliente para el *Comercio Minorista de Internet* gana 1.3% a **81**. Como tal, se destaca como la única industria en el sector minorista que

muestra mejoría año tras año. Además, con un puntaje de satisfacción de **81**, la categoría supera con creces a sus contrapartes.

Solo tres empresas entregan puntajes que están por encima del promedio de la industria en 2019 y solo uno, *Nordstrom*, proviene del comercio minorista tradicional. El gigante de Internet *Amazon* gana un 1% para retomar el liderazgo en **83**, seguido por *Etsy* y el negocio en línea de *Nordstrom*, ambos subieron un 1% a puntajes de **82**. Amazon concluyó el 2019 superando su propio ingreso estimado alto, con la membresía Prime alcanzando un récord de 150 millones.

ACSI: Venta minorista por internet

Empresa	2018	2019	Variación %
Venta minorista por internet	80	81	1,3%
Amazon	82	83	1%
Etsy	81	82	1%
Nordstrom	81	82	1%
Costco	83	81	-2%
HP Store	80	81	1%
Kohl's	81	81	0%
Newegg	80	81	1%
Nike	81	81	0%
Macy's	80	80	0%
Wayfair	80	80	0%
Otros	82	79	-4%
eBay	80	79	-1%
Overstock	80	79	-1%
Apple	80	78	-3%
Best Buy	77	78	1%
Dell	79	78	-1%
Gap	78	78	0%
Home Depot	79	78	-1%
Lowe's	79	78	-1%
Target	80	78	-3%
Groupon Goods	76	77	1%
Staples	76	77	1%
GameStop	75	76	1%
Walgreens	76	75	-1%
Walmart	74	74	0%
Sears	73	73	0%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Hace un año, *Costco* ingresó a la categoría en primer lugar, pero una disminución del 2% hace que el club de membresía baje al tercer lugar en **81**, bloqueado con varios otros minoristas y empatado con el promedio de la industria. En 2019, solo el 18% de los miembros de *Costco* compraron su sitio web de manera regular.

HP Store (+ 1%) también publica un puntaje de **81** que lo coloca por delante de los negocios en línea de *Apple*, que desliza 3% a **78**, y *Dell* (-1% a **78**). Otros minoristas de Internet agrupados en el promedio de la industria de **81** son *Newegg* (+ 1%), *Kohl's* (sin cambios) y *Nike* (sin cambios).

Justo por debajo del promedio, *Macy's* y *Wayfair* continúan empatando con puntajes de **80**. Para *Macy's*, las tiendas en línea superan su puntaje de las tiendas físicas (**78**), pero solo por 2 puntos. Los minoristas en línea *eBay* y *Overstock* caen un 1% cada uno para empatar en **79** puntos, uniéndose al grupo de sitios minoristas más pequeños.

Junto con *Apple* y *Dell*, varios minoristas tradicionales se agrupan con puntajes de **78**. Para *Best Buy*, un aumento del 1% a **78** lo alinea con *Gap* (sin cambios), así como con especialistas en mejoras para el hogar *Home Depot* (-1%) y *Lowe's* (-1%). *Target* se retira 3% a **78** para su negocio en línea, igualando su puntaje en la industria de *Tiendas Departamentales y de Descuento*. Al igual que *Walmart*, *Target* ha adoptado las entregas rápidas para competir mejor con *Amazon*. *Target* está expandiendo su servicio de entrega el mismo día, ahora disponible directamente a través de su sitio web y ayudado por su adquisición previa de *Shipt*. En julio, la empresa contrarrestó el evento Prime de *Amazon* con sus propios "Deal Days", pero en satisfacción del cliente, *Target* aún se encuentra muy por detrás del líder de internet.

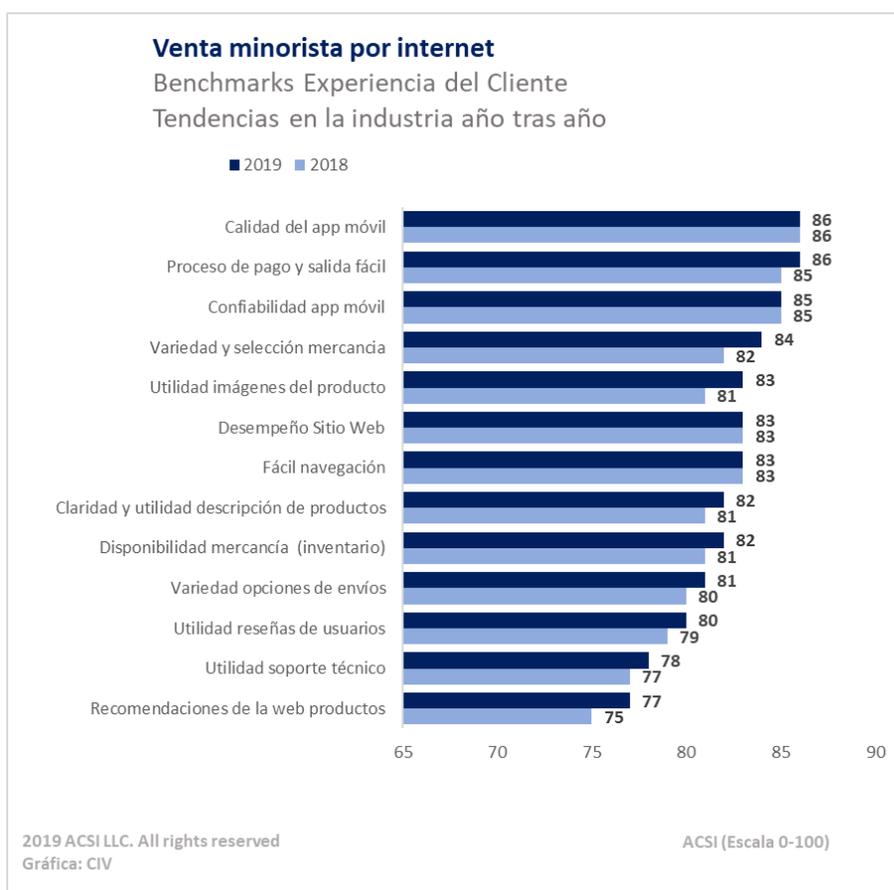
Más abajo, *Groupon Goods* (+ 1%) se encuentra con *Staples* (+ 1%) en **77**, mientras que *GameStop* sube a **76**: un puntaje que supera su calificación de tiendas físicas (**75**). *Walgreens* cae 1% a **75**, igualando su puntaje de satisfacción de farmacia.

Al igual que en la industria de las *Tiendas Departamentales y de Descuento*, *Walmart* ocupa el último lugar del comercio minorista en Internet seguido de *Sears* con puntajes estables de **74** y **73**, respectivamente. Mientras ambos siguen a *Amazon* por amplios márgenes, sus negocios en línea mejoran sobre sus puntajes de **71** en las *Tiendas Departamentales y de Descuento*. A pesar de sus esfuerzos por competir con *Amazon* en el envío de un día, *Walmart* no puede ganar contra el líder cuando se trata de la satisfacción del cliente.

Los clientes aprecian los pagos rápidos que ofrecen los sitios web minoristas y los puntajes muy altos de la industria en **86**. Esta calificación supera ampliamente a las tiendas físicas, donde la calificación de la velocidad de pago varía de **71** (tiendas departamentales / de descuento) a **80** (tiendas especializadas). Las aplicaciones móviles de los minoristas en internet también dominan el sector con

puntajes de **86** para calidad y **85** para confiabilidad. En comparación con otras industrias minoristas, las marcas están más disponibles en línea (+ 2% a **84**).

En general, la *Venta Minorista por Internet* obtiene puntajes de **80** o más para la mayoría de los elementos de la experiencia del cliente, incluidos navegación y rendimiento del sitio (ambos **83**). Las imágenes del producto se consideran más útiles (+ 2% a **83**), y elementos como existencias de inventario (**82**) y opciones de envío (**81**) son mejores. Incluso los de menor puntaje mejoran para el comercio minorista de Internet. El soporte al cliente llega a **78**, mientras que las recomendaciones generadas en el sitio suben un 3% a **77**.



Envío al consumidor

A medida que crece la demanda de entrega de paquetes más rápido, los consumidores están menos contentos con sus experiencias de envío. Para la industria de envío al consumidor en general, la satisfacción del cliente cae 1.3% a **77**. Entre las dos principales empresas del sector privado, se ha abierto una brecha de rendimiento durante casi una década, *FedEx* y *United Parcel Service*

(UPS) han coincidido estrechamente en el índice, con puntajes separados por no más de 2 puntos. Para 2020, FedEx aumenta su satisfacción del cliente del 1% a **80**, mientras que UPS cae un 4% a **76**, el puntaje más bajo de la compañía en la historia del índice. Además, esta es la segunda disminución consecutiva para UPS.

La industria en general enfrenta presión para automatizar y entregar más rápido, así como la amenaza de mayor competencia de Amazon, que continúa construyendo su propia red de entrega. Amazon es el mayor cliente individual de UPS, representando casi el 12% de los ingresos de UPS en 2019. Según Index datos, la aplicación móvil de UPS se considera mucho menos confiable que la aplicación de FedEx.

ACSI: Envío al Consumidor

Empresa	2018	2019	Variación %
Envío al Consumidor	78	77	-1,3%
FedEx	79	80	1%
UPS	79	76	-4%
U.S. Postal Service (Express & Priority Ma	74	72	-3%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

El Servicio Postal de los EE. UU. (USPS) continúa obteniendo puntajes muy por debajo de sus competidores del sector privado, cayendo 3% a **72** para su servicio de correo urgente y prioritario. En 2019, el Servicio Postal elevó sus tasas del correo prioritario junto con el mayor aumento de precios de sus sellos Forever de primera clase. Al mismo tiempo, USPS encontró la primera disminución en el volumen del paquete en nueve años a medida que la industria cambia hacia el aprovisionamiento para entregas de última milla.

Aunque los estadounidenses envían menos cartas, la satisfacción del cliente con USPS es regular (monopolio) la entrega de correo se recuperó de una fuerte caída en 2019, aumentando un 4,3% a **73**. Este cambio devuelve el USPS al nivel estable de satisfacción obtenido de 2016 a 2018. Por primera vez en el historial de medición, USPS Express y Priority Mail (**72**) obtienen puntajes más bajos que su servicio de correo regular.

ACSI: U.S. Postal Service

Empresa	2018	2019	Variación %
U.S. Postal Service (Express & Priority Mail)	70	73	4,3%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

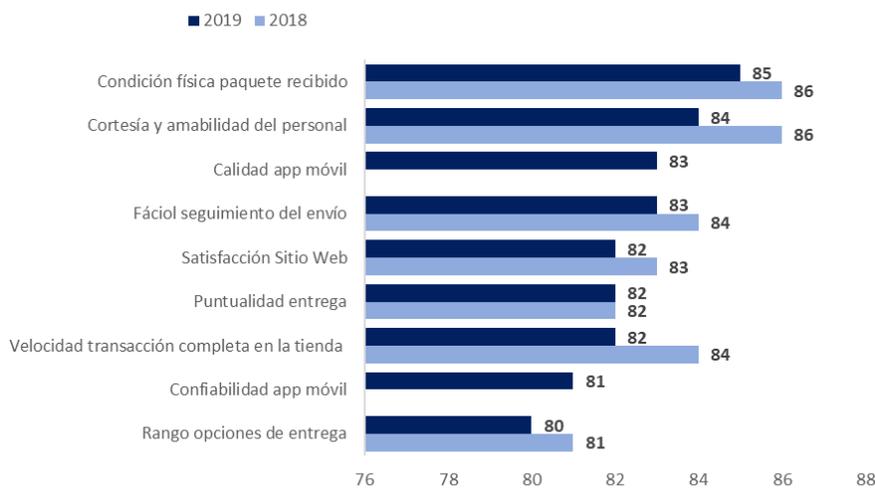
Al igual que con la satisfacción del cliente, la experiencia del envío al consumidor muestra signos de tensión. Si bien todos los elementos aún obtienen un puntaje de **80** o más, hay un debilitamiento en los puntos de referencia en comparación con hace un año. La condición física de los paquetes recibidos (**85**), la facilidad de seguimiento (**83**) y los sitios web (**82**) todos retroceden 1% este año. La cortesía del personal en la tienda (**84**) y la velocidad de servicio (**82**) muestran mayores caídas, bajando 2% año tras año.

Las aplicaciones móviles, nuevas en la medición en 2020, llegan a niveles similares a las industrias minoristas, con puntajes de **83** para calidad y **81** para confiabilidad. En el extremo inferior, la gama de opciones de entrega disminuye 1% a **80**: no es una señal positiva a medida que crece la demanda de envíos más rápidos.

Venta minorista por internet

Benchmarks Experiencia del Cliente

Tendencias en la industria año tras año



2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Sobre este informe

El informe del American Customer Satisfaction Index de Comercio Minorista y Envíos al Consumidor 2019-2020 en tiendas departamentales y de descuento, tiendas especializadas, farmacias, supermercados, venta minorista en internet, las estaciones de servicio, el envío al consumidor y el Servicio Postal de EE. UU. se basan en entrevistas con 85,175 clientes. Los encuestados fueron elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre el 8 de enero y 23 de diciembre de 2019. Se pide a los clientes que evalúen sus experiencias recientes con las empresas más grandes en términos de participación de mercado, más una categoría agregada que consiste en "todos los demás", y por lo tanto, compañías más pequeñas en estas industrias.

Los datos de la encuesta se utilizan como datos de entrada al modelo econométrico de causa y efecto de ACSI, que estima la satisfacción del cliente como resultado de los datos medidos por la encuesta de las expectativas del cliente, las percepciones de calidad y las percepciones de valor. El modelo ACSI, a su vez, vincula la satisfacción del cliente con los resultados medidos por la encuesta de las quejas y la lealtad del cliente. Los clientes ACSI reciben datos confidenciales competitivos de la industria y los mejores en su clase sobre todas las variables modeladas y puntos de referencia de la experiencia del cliente.

ACSI y su logotipo son marcas registradas de la Universidad de Michigan, con licencia mundial otorgada exclusivamente a American Customer Satisfaction Index LLC con el derecho de sublicenciar.

No se puede hacer publicidad u otro uso promocional de los datos e información en este informe sin el consentimiento previo por escrito de ACSI LLC.