

Comercio minorista de la nueva generación

Cómo aprovechar la IA para
obtener información útil y una
ventaja competitiva

1. Introducción:

El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa

La industria minorista se encuentra en una encrucijada, donde **la rápida transformación digital no es opcional** sino esencial. En este entorno altamente competitivo y en constante cambio, las grandes cantidades de datos en múltiples aplicaciones dispares resultan abrumadoras, y los minoristas luchan por transformarlas en conocimientos prácticos.

La inteligencia artificial (IA), y especialmente la IA generativa (IA generativa), se convierten en la fuerza fundamental que permite a los minoristas **no solo mantenerse al día, sino liderar la industria**. La IA no es solo una herramienta: es el futuro del comercio minorista, que impulsa una toma de decisiones más inteligente, experiencias del cliente personalizadas y, en última instancia, el éxito empresarial.

“La IA no será una solución que se pueda reemplazar. En cambio, se inyectará en los procesos actuales para mejorar la eficiencia y generar ventas graduales”.



Mike Relich

Asesor estratégico y exdirector de información de comercio minorista de Strategy Retail Solutions



Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

2. La disrupción digital en el mundo del comercio minorista

La industria minorista se enfrenta a un panorama dinámico marcado por la evolución de los comportamientos de los consumidores, las disrupciones globales y las presiones económicas. La búsqueda de **optimizar las 5 P: producto, precio, promoción, plaza y personas** se complica por los silos de datos y los sistemas funcionales fragmentados, lo que dificulta una visión holística de la empresa.

Esta disrupción digital está impulsada por el auge del comercio minorista **móvil, omnicanal y electrónico**, junto con una creciente presión para personalizar las ofertas según las expectativas de los compradores. También está estimulada por los avances en inteligencia artificial y tecnologías inmersivas, que ayudan a personalizar las experiencias de los clientes y agilizar el ecosistema minorista.



El mundo del comercio minorista se enfrenta a un momento crucial repleto de oportunidades. En esta era de transformación digital, la IA generativa surge como un elemento innovador que revoluciona el modo en que los minoristas operan, compiten y prosperan.

Índice

- 1 [Introducción:
El dilema de los datos del
comercio minorista y la
promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el
mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio
minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el
comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del
comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información
basada en datos en el comercio
minorista](#)
- 7 [El poder transformador
de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado
en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos
para todos los trabajadores
minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones
de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión:
El futuro del comercio
minorista es la IA](#)

3. El panorama del comercio minorista pospandémico

Debido a los impactos masivos en las cadenas de suministro globales durante la pandemia, se ha vuelto de vital importancia integrar eficazmente los datos y **aprovechar los conocimientos analíticos** en todos los aspectos del ciclo de vida del comercio minorista.

En el mundo minorista posterior al COVID, la industria enfrenta desafíos importantes en un mercado cada vez más competitivo y dinámico, lo que requiere que las empresas aprovechen **tecnologías avanzadas para optimizar las operaciones, mejorar las experiencias de los clientes e impulsar la rentabilidad**.



“Si bien las empresas globales todavía se centran en los bajos costos y la alta velocidad, se enfocan cada vez más en la resiliencia de la cadena de suministro. El resultado es una mayor inversión en la diversificación de la cadena de suministro”.

Perspectivas globales del comercio minorista 2024 de Deloitte

Cómo afrontar los desafíos y aceptar las oportunidades: perspectivas del comercio minorista de líderes de todo el mundo

Índice

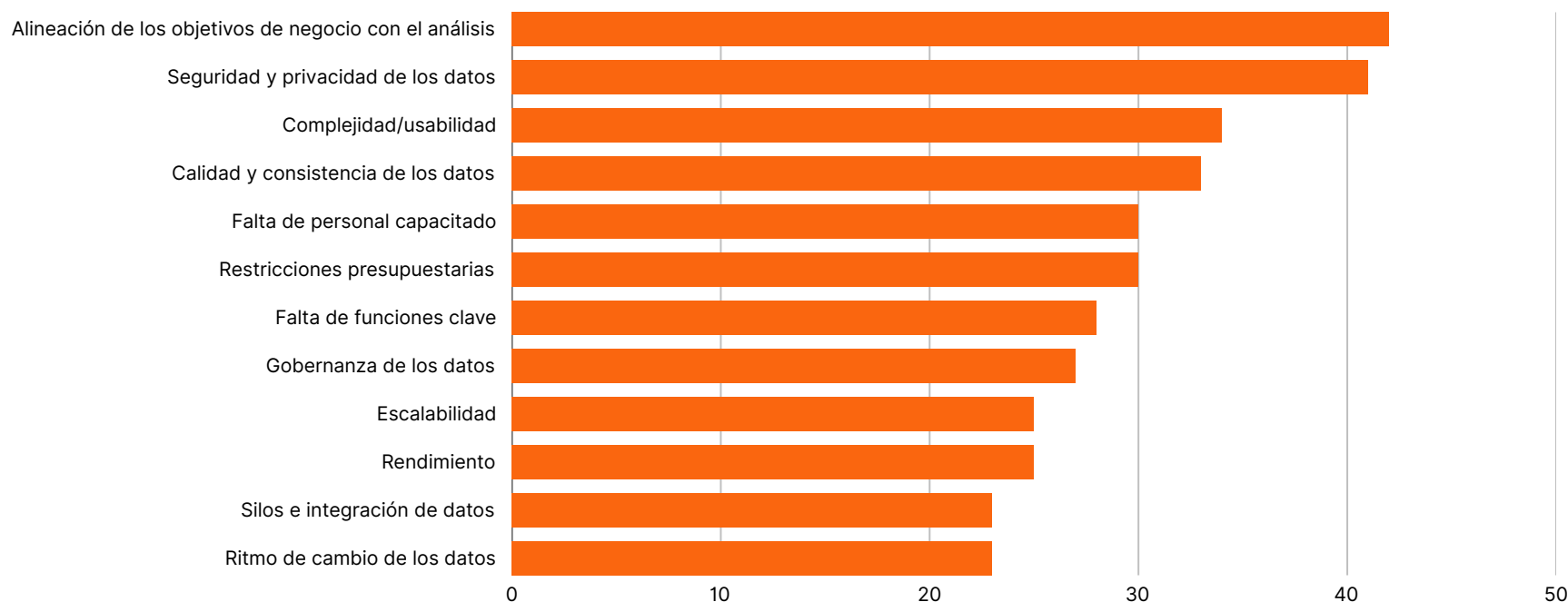
- 1 [Introducción:
El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión:
El futuro del comercio minorista es la IA](#)

4. Dilemas de datos en el comercio minorista

La explosión de datos multicanal ofrece una gran oportunidad para obtener un conocimiento profundo de los clientes. Pero, sin una estructura de datos unificada y consistente y un acceso intuitivo para todos los empleados, es difícil obtener información útil que se alinee con la estrategia comercial. Muchos minoristas tienen dificultades para **alinear los objetivos comerciales con el análisis** (42 %), lo que puede obstaculizar la eficiencia y la innovación.

A medida que avanza la transformación digital, **las amenazas a la ciberseguridad** se vuelven más frecuentes. **La protección de los datos privados y transaccionales de cada cliente** es cada vez más crucial. Los minoristas deben invertir en medidas de seguridad sólidas para proteger la información confidencial de los clientes y garantizar el cumplimiento de las regulaciones.

¿Cuáles son los **principales desafíos** que enfrenta con su plataforma de análisis e inteligencia empresarial?



Todos los datos presentados en esta publicación se derivan de una encuesta de la industria minorista realizada por el Enterprise Strategy Group de TechTarget, encargada por Strategy.

Índice

- 1 [Introducción:
El dilema de los datos del
comercio minorista y la
promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el
mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio
minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el
comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del
comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información
basada en datos en el comercio
minorista](#)
- 7 [El poder transformador
de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado
en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos
para todos los trabajadores
minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones
de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión:
El futuro del comercio
minorista es la IA](#)

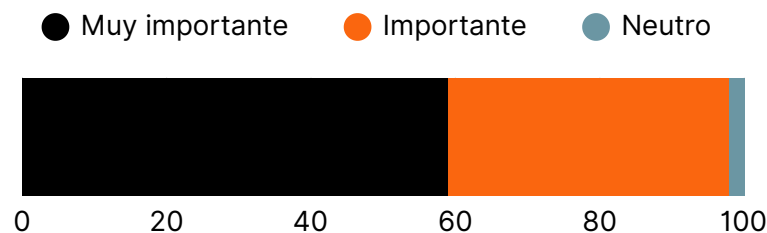
5. Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso

Las empresas minoristas valoran el análisis porque proporciona información procesable que impulsa decisiones estratégicas, lo que conduce **a mejores experiencias del cliente, una gestión optimizada del inventario y un aumento de las ventas**. Casi todos los minoristas (98 %) describen el aprovechamiento de los datos para obtener información útil como algo esencial para tomar decisiones comerciales informadas.

Los minoristas generan grandes cantidades de datos de diversas fuentes, como ventas multicanal, interacciones con clientes y operaciones de la cadena de suministro. Las tecnologías que proporcionan análisis de datos sólidos ayudan a los minoristas **a comprender las tendencias, las preferencias de los clientes y el rendimiento operativo**. Los minoristas con mejor desempeño aplican activamente conocimientos en todo su negocio para impulsar la eficiencia y el crecimiento estratégico.

59 %

de los minoristas consideran que BI **es muy importante**



¿Qué importancia tiene **Analytics y BI** en su organización?

“El comercio minorista avanza a un ritmo rápido: la gente no puede esperar a recibir información. Strategy One nos ayuda a aplicar datos de manera eficaz en todas las partes de nuestra empresa”.



Keryn McKenzie

Líder del área de datos, información y servicios del capítulo, The Warehouse Group

Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

6. Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista

La industria minorista, con su feroz competencia y enormes cantidades de datos, siempre ha sido pionera en el análisis de datos. Si bien la mayoría de los principales minoristas ya cuentan con sistemas de BI implementados, la búsqueda de conocimientos más profundos y una adopción más amplia por parte de los usuarios continúan impulsando a la industria hacia soluciones aún más avanzadas. De hecho, durante el último año, el 69 % de los minoristas aumentaron su inversión en análisis y el 27 % realizó mejoras significativas.

Los líderes tecnológicos, científicos de datos y analistas están trabajando para simplificar la integración de información compleja y multifacética de una variedad de aplicaciones y fuentes de datos de terceros. Su objetivo es transformarlos en **flujos de datos en tiempo real** y, en última instancia, en **análisis procesables** necesarios en toda la empresa para ejecutar con éxito su estrategia minorista y administrar un negocio rentable.

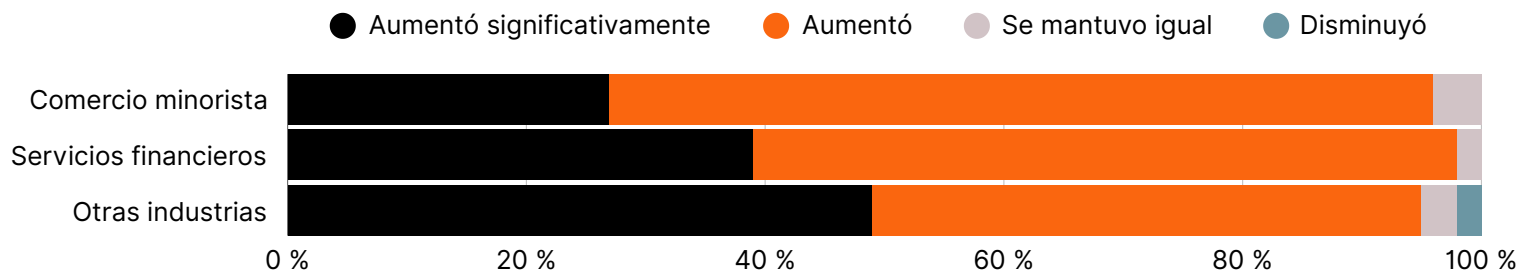
“En nuestra transformación, queríamos asegurarnos de que nuestra empresa entienda que los datos son un producto en sí mismos. Tienen valor como activo: no existen simplemente como un subproducto de lo que hacemos”.



Helen Hunter

Exdirectora de tecnología de Sainsbury's

¿Cómo ha cambiado la inversión financiera de su empresa **en análisis y BI** en el último año?



Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

7. El poder transformador de la IA

El gran volumen de datos disponibles plantea desafíos para el almacenamiento, el análisis y la identificación de información útil. Una gobernanza de datos eficaz y capacidades de análisis son esenciales, pero a menudo faltan. Garantizar una experiencia consistente y fácil de usar en todas las funciones de los trabajadores de primera línea también es fundamental, pero muchos empleados de comercio minorista aún tienen dificultades para encontrar fácilmente la información que necesitan.

En medio de estos desafíos, la IA, y en particular la IA generativa, surge como un factor revolucionario. La IA permite a los minoristas analizar datos, obtener información en tiempo real y personalizar las experiencias de los clientes. Casi todas las organizaciones minoristas consideran que aprovechar la IA es importante (41 %) o muy importante (56 %). Curiosamente, **aún más minoristas consideran que la IA generativa es muy importante y** citan su importancia en un porcentaje aún mayor (58 % frente a 56 %).

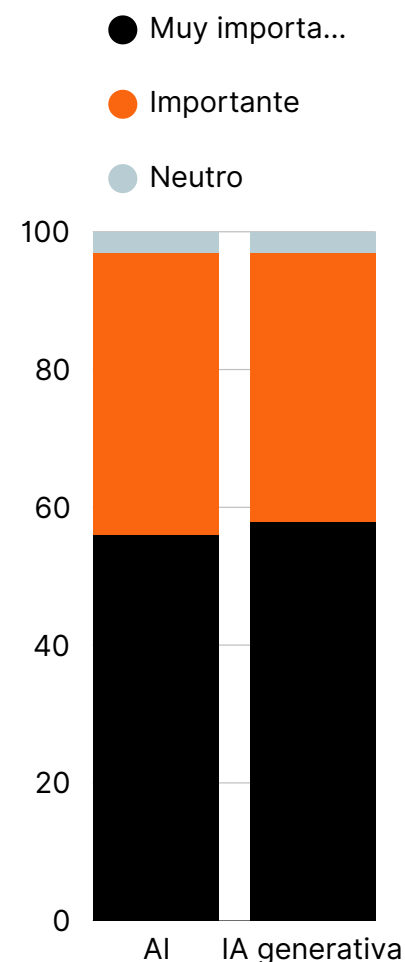
Equipar a los tomadores de decisiones con la información correcta les permite **comprender mejor el comportamiento del consumidor, predecir tendencias, personalizar el marketing y agilizar las operaciones.**

"Creemos que el uso de Strategy AI generará un gran valor al brindar a una variedad de usuarios información más detallada que antes requería más clics y mayor granularidad para comprenderla; es una herramienta poderosa para el autoservicio del usuario".



Nena Pidskalny

Director, Estrategia y planificación de la cadena de suministro, Federated Cooperatives Limited



¿Qué importancia tienen **la IA y la IA generativa** en su organización?

Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

8. Inversión en análisis basado en IA

Se están realizando inversiones en toda la industria minorista en la integración de información porque todas las partes involucradas en ella necesitan información confiable y detallada para hacer mejor su trabajo. Para seguir siendo competitivos, los líderes empresariales deben confiar en los datos de todo el ciclo de vida minorista para crear la combinación óptima de las 5 P desde una perspectiva empresarial.

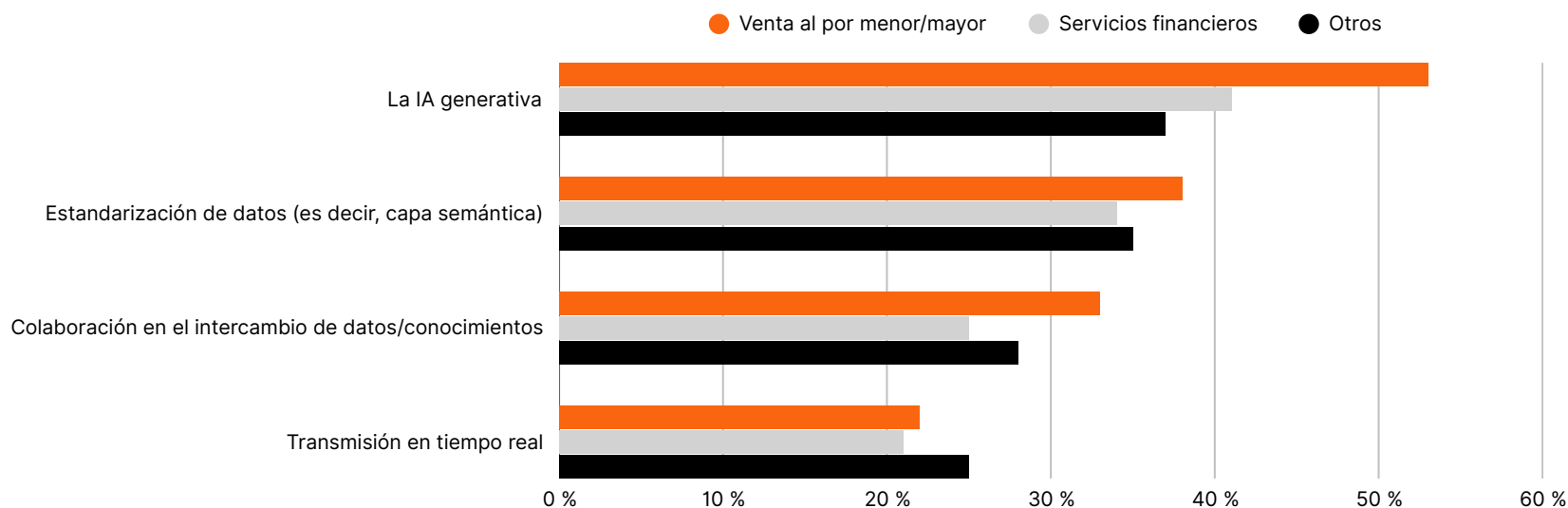
Los minoristas se centran cada vez más en ofrecer una **experiencia de compra omnicanal fluida** (en línea, en tiendas y en aplicaciones móviles). La integración de estos canales es crucial para satisfacer las expectativas de los consumidores en cuanto a conveniencia y consistencia.

Los minoristas necesitan **soluciones tecnológicas flexibles y escalables** para respaldar sus planes de expansión. Dadas las inmensas posibilidades que ofrece, no sorprende que hasta el 53 % de los minoristas ya aprovechen las capacidades de la IA generativa en sus análisis, un porcentaje más alto que cualquier otra industria.

53 %

de las organizaciones minoristas/mayoristas ya **aprovechan la Inteligencia Artificial Generativa**.

¿Qué **capacidades de BI** utiliza actualmente su empresa?



Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

9. Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas

La adopción de tecnologías digitales se está acelerando. Desde **las plataformas de comercio electrónico hasta la gestión de la cadena de suministro impulsada por IA**, las herramientas digitales son esenciales para mejorar la eficiencia e impulsar el crecimiento. La capacidad de **adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, las interrupciones de la cadena de suministro y las incertidumbres económicas** es fundamental en el panorama minorista actual.

Los minoristas están invirtiendo en modelos de negocio flexibles y estrategias sólidas de gestión de riesgos. Para evitar interrupciones y mantener una alta satisfacción del cliente, los minoristas están trasladando cada vez más la toma de decisiones al límite, democratizando los datos para **empoderar a los trabajadores de primera línea** con información procesable, cuándo y dónde la necesitan.

“Un equipo de BI de 10 personas siempre tendrá una acumulación de trabajo pendiente cuando atienda a 12 000 empleados. Con Strategy como nuestro aliado, podemos democratizar los datos de formas que antes no eran posibles, lo que nos permite acercar la información necesaria a más personas”.

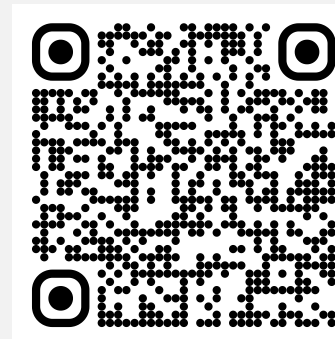


Keryn McKenzie

Líder del área de datos, información y servicios del capítulo, The Warehouse Group

Strategy One ofrece una variedad de opciones de entrega diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades de los trabajadores del comercio minorista **en el límite de la red**.

Desde las mejores aplicaciones móviles hasta aplicaciones analíticas personalizadas basadas en IA e información integrada en el flujo de trabajo, la plataforma Strategy facilita la creación de **soluciones de datos específicas** para satisfacer las necesidades de cada miembro del equipo minorista. [Más información](#) >



Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

10. Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista

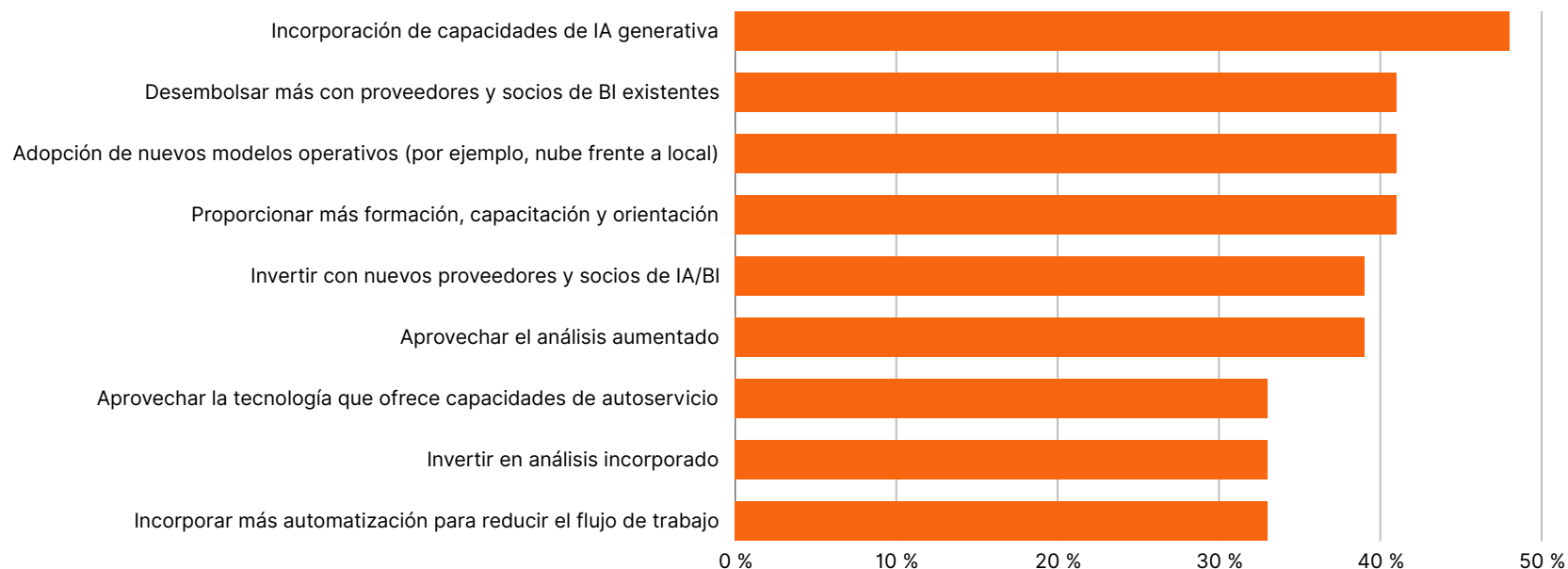
A menudo, la adopción es la última frontera para garantizar que la información basada en datos sea accesible para todas las personas involucradas, independientemente de la alfabetización en datos que estas tengan. Una experiencia fácil de usar es esencial porque el éxito de cualquier herramienta depende de la facilidad con que los empleados puedan adoptarla.

La IA generativa cierra la brecha entre los datos complejos y los usuarios finales al permitir que los trabajadores de primera línea hagan preguntas y reciban instantáneamente respuestas intuitivas en lenguaje natural. La IA generativa entrega información procesable directamente a quienes más la necesitan, por lo que no sorprende que implementarla sea actualmente una prioridad para muchos minoristas: el 48 % de los encuestados la cita como su próxima gran inversión.

48 %

de las organizaciones minoristas/mayoristas están trabajando para **incorporar capacidades de IA generativa**

¿Qué medidas está adoptando su organización para permitir que los usuarios finales existentes y/o nuevos **aprovechen la IA?**



Índice

- 1 [Introducción: El dilema de los datos del comercio minorista y la promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información basada en datos en el comercio minorista](#)
- 7 [El poder transformador de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos para todos los trabajadores minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA](#)

11. Conclusión: El futuro del comercio minorista es la IA

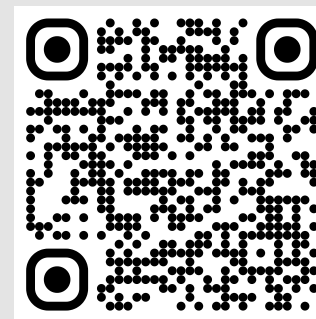
Índice

El futuro del comercio minorista está indisolublemente ligado al uso inteligente de los datos y la IA. Los desafíos del mundo pospandémico han puesto de relieve la necesidad de agilidad, adaptabilidad y una comprensión profunda del comportamiento del consumidor, capacidades que la IA puede proporcionar. A medida que la industria continúe evolucionando, los minoristas que mejor aprovechen el poder de la IA para transformar sus operaciones y experiencias de los clientes alcanzarán el éxito.

Al invertir en análisis impulsados por IA y democratizar los datos en sus organizaciones, los minoristas pueden alcanzar nuevos niveles de eficiencia, innovación y crecimiento. La integración de la IA en el comercio minorista no se trata solo de seguir el ritmo de los avances tecnológicos, sino también de establecer el estándar para **una nueva era del comercio minorista en la que la toma de decisiones basada en datos es el centro de cada estrategia**.

Al mirar hacia el futuro, está claro que la IA seguirá siendo una fuerza impulsora en el comercio minorista, al ofrecer posibilidades infinitas para los innovadores que aprovechen su potencial. Los minoristas que aprovechen la IA no solo satisfarán las demandas de hoy, sino que también estarán bien posicionados para prosperar en el panorama minorista en constante evolución del futuro.

La plataforma **Strategy One** proporciona un repositorio unificado y centralizado de todos los datos minoristas, lo que permite una versión única de la verdad. Al integrar la IA con los mejores análisis de su clase, Strategy One ayuda a los principales minoristas a transformar datos sin procesar en información inteligente, a fin de impulsar las experiencias personalizadas, las operaciones optimizadas y el crecimiento empresarial. [Más información >](#)



Strategy[®]

Copyright ©2025. Todos los derechos reservados.



- 1 [Introducción:
El dilema de los datos del
comercio minorista y la
promesa de la IA generativa](#)
- 2 [La disrupción digital en el
mundo del comercio minorista](#)
- 3 [El panorama del comercio
minorista pospandémico](#)
- 4 [Dilemas de datos en el
comercio minorista](#)
- 5 [Análisis: La piedra angular del
comercio minorista exitoso](#)
- 6 [Cómo priorizar la información
basada en datos en el comercio
minorista](#)
- 7 [El poder transformador
de la IA](#)
- 8 [Inversión en análisis basado
en IA](#)
- 9 [Cómo democratizar los datos
para todos los trabajadores
minoristas](#)
- 10 [Implementación de soluciones
de IA en el comercio minorista](#)
- 11 [Conclusión:
El futuro del comercio
minorista es la IA](#)