



# Transformando el retail con Inteligencia Artificial:

La guía definitiva para una  
implementación exitosa, empoderar  
al personal y optimizar operaciones

## Resumen Ejecutivo

En la era digital, el sector retail enfrenta desafíos sin precedentes. La Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta transformadora, ofreciendo soluciones innovadoras para empoderar al personal de tienda, optimizar operaciones, aumentar la eficiencia, y elevar la experiencia del cliente a nuevos niveles.

Este documento explora cómo las tecnologías de IA están redefiniendo el panorama del retail moderno, presentando estrategias prácticas de implementación para líderes visionarios que buscan mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo.

## El nuevo paradigma del retail: la transformación inevitable

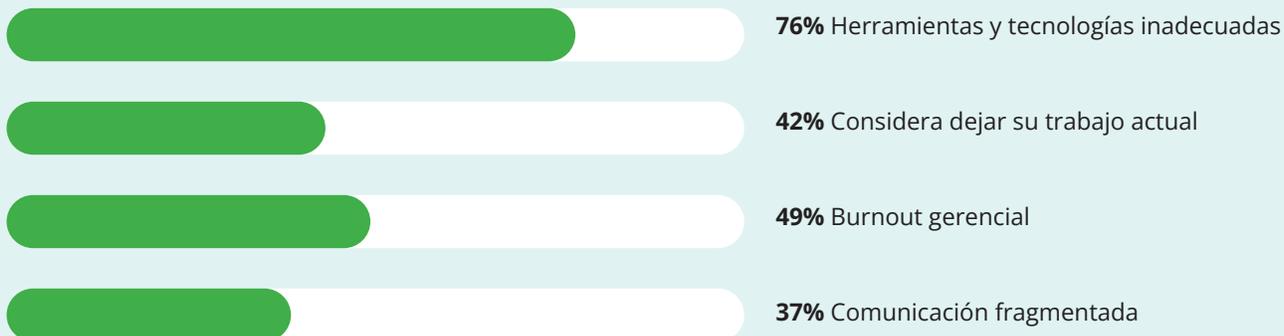
El sector retail se encuentra en medio de una transformación sin precedentes, donde la convergencia de la digitalización, las cambiantes expectativas de los consumidores y la evolución del lugar de trabajo están redefiniendo las reglas del juego.

Si bien hay un consenso a nivel de ejecutivos y personal en tienda sobre los beneficios del uso de nuevas tecnologías para la optimización de operaciones y compromiso del personal, la realidad de los equipos en terreno revela un panorama desafiante. El 60% de los colaboradores de primera

línea manifiesta insatisfacción con la tecnología que se les proporciona para realizar su trabajo. Esta discrepancia entre expectativas y realidad es particularmente crítica a nivel operativo, donde más de la mitad de los trabajadores se han visto en la necesidad de recurrir a soluciones tecnológicas por iniciativa propia para poder cumplir efectivamente con sus funciones. El impacto es significativo tanto en eficiencia interna como en la atracción de talento, pues el 78% de los trabajadores considera la disponibilidad de tecnología como un factor decisivo al momento de elegir su lugar de trabajo. La brecha entre la tecnología entregada y las necesidades del



### Principales desafíos en retail



personal no solo impacta la eficiencia organizacional, sino que representa un riesgo significativo para la retención y atracción de talento en un mercado cada vez más competitivo.

El panorama se vuelve más complejo con la acelerada digitalización del comercio, donde las proyecciones indican que el e-commerce alcanzará el 23% de las ventas globales de retail para 2027, forzando a las tiendas físicas a evolucionar rápidamente hacia modelos más eficientes y digitalizados.

En paralelo, se ha visto el surgimiento y rápido desarrollo de herramientas de IA que ponen nuevas oportunidades al alcance de la mano. No es sorprendente que el 84% de los ejecutivos C-level consideren que necesitan aprovechar la IA para alcanzar sus objetivos de crecimiento y el 75% reconoce que, si no expanden su uso en los próximos cinco años, corren el riesgo de quedarse fuera del negocio. Al mismo tiempo, el 95% de los trabajadores del retail considera que será valioso trabajar con la IA.

Así, el panorama está cambiando de forma inevitable. Las tiendas físicas deben reinventarse para mantenerse relevantes y rentables. La IA ofrece una solución poderosa, permitiendo a los retailers no solo sobrevivir, sino prosperar en este nuevo entorno.

## El poder transformador de la IA en el retail

El desarrollo de la IA está proliferando a velocidades nunca vistas y en diversas áreas. Desde desarrollo de imágenes y analítica de datos, hasta generación de contenido, su aporte es innegable, y como sociedad estamos recién experimentando y rozando las oportunidades que trae consigo. A pesar de ser algo nuevo, algunas áreas del retail ya están viendo implementaciones con beneficios tangibles.



## Empoderamiento del personal de tienda

El desarrollo y mantención de una fuerza laboral capaz y comprometida se ha vuelto uno de los dolores más persistentes en la industria del retail, debido a sus altos niveles de rotación del personal, cercanas al 60% anual. Uno de los factores que influye en esto, de acuerdo con lo que muestran los estudios, es que el 37% de los trabajadores de primera línea identifican la comunicación fragmentada como un desafío muy o extremadamente importante para su trabajo diario. Por otro lado, se ha identificado que la comunicación no está fluyendo de forma efectiva desde la casa central a las tiendas: el 63% de los empleados reporta que no recibe los mensajes de sus líderes. La situación es aún más crítica para los gerentes de primera línea, un 69% señala que sus superiores tampoco se están comunicando de manera efectiva con ellos.

**Comunicaciones, operaciones y capacitación emergen como las principales áreas del retail beneficiadas por la tecnología.**

Afortunadamente, el acceso a las herramientas adecuadas aparece como una gran oportunidad para solventar la situación tanto a nivel de comunicación como de capacidad de gestión. El 70% de los colaboradores de primera línea afirma que tener acceso a más tecnología les ayudaría a hacer mejor su trabajo. Las áreas que consideran se beneficiarían más incluyen las comunicaciones (96%), las operaciones y logística (93%), la inducción y capacitación (91%) y productividad (90%).

Como parte clave dentro de las innovaciones tecnológicas, la IA emerge como una pieza fundamental. Esta tecnología en desarrollo potenciará las capacidades del personal en tienda. Los colaboradores podrán transformar sus interacciones con clientes, optimizar sus tareas diarias y mejorar la comunicación con sus equipos centrales:

- Asistentes virtuales: Implementación de chatbots y asistentes de voz basados en IA que proporcionan respuestas instantáneas a preguntas frecuentes, permitiendo al personal concentrarse en interacciones de mayor valor.
- Recomendaciones personalizadas: Sistemas de IA que utilizan el historial de compras y preferencias para ofrecer sugerencias precisas a los clientes.
- Formación continua: Plataformas de aprendizaje adaptativo impulsadas por IA que ofrecen capacitación personalizada basada en el desempeño individual.
- Comunicación e información fluidas: La transformación mediante IA está redefiniendo cómo se gestiona el trabajo diario en las tiendas y los flujos de comunicación con el personal en terreno.

## Optimización de operaciones

La optimización de operaciones mediante IA está generando un impacto significativo en el retail: el 42% de los CEOs del sector están apostando por tecnologías de IA avanzada para entregar mejores resultados en los próximos 3 años. El potencial de transformación es sustancial, ya que se espera que aproximadamente el 50% de todas las actividades en retail puedan ser automatizadas. A través de la optimización, los retailers pueden mejorar significativamente sus márgenes de beneficio y la eficiencia laboral. Para ello, es clave entender que esta transformación no se trata de desplazar empleos, sino de evolucionar el rol del personal hacia actividades de mayor valor agregado para el negocio.

De este modo, la IA está redefiniendo la eficiencia operativa en el retail, desde la simplificación de tareas hasta elementos más sofisticados, como análisis inteligentes:

**Esta transformación no se trata de desplazar empleos, sino de evolucionar el rol del personal hacia actividades de mayor valor agregado para el negocio.**

- **Gestión de inventario predictiva:** Algoritmos de machine learning que predicen la demanda y optimizan los niveles de stock.
- **Planogramación dinámica:** Sistemas de IA que ajustan en tiempo real la disposición de productos basándose en datos de ventas y comportamiento del cliente.
- **Mantenimiento predictivo:** IA que anticipa problemas en equipos y sistemas antes de que ocurran.
- **Automatización de tareas rutinarias:** Liberando tiempo del personal para enfocarse en atención al cliente y ventas.
- **Análisis de datos en tiempo real:** La IA está cambiando la forma en la que el personal interactúa con los datos y la información, proporcionando insights accionables para toma de decisiones rápida y efectiva.

## Mejora de la experiencia del cliente

La implementación de IA está transformando la experiencia del cliente en el retail moderno. El 88% de los clientes considera que la experiencia que brinda una compañía es tan importante como sus productos o servicios. El impacto es tangible: empresas que han implementado soluciones de IA en servicio al cliente reportan incrementos de hasta 20% en la lealtad de sus clientes; donde el 91% planea mantenerse con la marca, el 88% se convierte en promotor activo y el 83% tiene intención de aumentar sus compras.

Es evidente que la IA está elevando tanto las expectativas como la satisfacción del cliente, desde distintos ámbitos:

**El 88% de los clientes considera que la experiencia que brinda una compañía es tan importante como sus productos o servicios.**

- Personalización omnicanal: Sistemas de IA que ofrecen una experiencia coherente y personalizada a través de todos los canales de venta.
- Cajas y checkout inteligente: Tecnologías de self-checkout y sistemas “just walk out” que eliminan las filas y agilizan el proceso de pago.
- Asistentes de tienda aumentados: IA que apoya a los vendedores con información en tiempo real sobre productos, inventario y recomendaciones personalizadas para cada cliente.
- Señalética dinámica en tienda: Pantallas inteligentes que ajustan contenido y ofertas según el perfil del cliente que está mirando, hora del día y otros factores contextuales.

## Roadmap estratégico para la implementación de IA

La implementación efectiva de IA está generando resultados significativos en el sector retail. Las empresas que logran escalar exitosamente sus iniciativas obtienen un retorno tres veces superior sobre sus inversiones en comparación con aquellas que permanecen en fase piloto. Además, estas organizaciones logran incrementos aproximados del 30% en métricas clave de valoración financiera, como el ratio Enterprise Value/Revenue y el ratio Price/Earnings.

La interrogante principal es cómo implementar estas nuevas tecnologías de manera efectiva para obtener todos estos beneficios, evitando el riesgo de verse sobrepasado por herramientas que, debido a una baja adopción, la complejidad en su implementación o una escalabilidad limitada, terminan obstaculizando la capacidad de generar valor.

Para esto, los retailers deben considerar 3 etapas principales en su roadmap: Prueba de concepto; Adopción y escalamiento; Incorporación y crecimiento.

### Impacto de la implementación de IA

**3x**

Mayor retorno de inversión

**30%**

Prima en métricas de valoración

**84%**

Ejecutivos ven IA como crítica

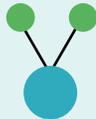
## 1. Prueba de concepto

Para asegurar el adecuado calce de la tecnología con el retailer, en primer lugar, se debe definir el objetivo, evaluar la infraestructura actual, identificar áreas de mejora y definir prioridades. Con esta preparación, cada retailer deberá seleccionar las herramientas a probar en modo piloto para experimentar el uso de IA en sus procesos. Es evidente que el establecimiento de metas claras y medibles, como tasa de adopción, retorno sobre la inversión (ROI), tiempos de implementación, entre otras, serán fundamentales para evaluar el éxito de esta etapa. Aproximadamente el 80-85% de las empresas se encuentran en esta fase, y enfrentan problemas para avanzar a la siguiente etapa, implicando bajas tasas de éxito en el escalamiento y retorno sobre sus inversiones.

## 2. Adopción y escalamiento

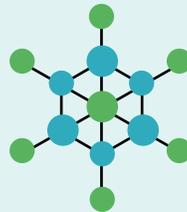
Superada la prueba de concepto, surgen desafíos técnicos y estratégicos. Es fundamental que la tecnología seleccionada permita el crecimiento y la integración con otras soluciones para simplificar la operación. Esta fase debe contemplar las necesidades de capacitación del personal y el desarrollo de nuevas habilidades para incorporar estas herramientas. Cabe destacar que solo el 15-20% de las empresas ha logrado conquistar esta etapa y, por lo general, son organizaciones que cuentan con una estrategia clara de IA vinculada a los objetivos empresariales. Un proceso de adopción y escalamiento bien ejecutado puede casi triplicar el retorno de la inversión.

### Roadmap de implementación de IA en retail



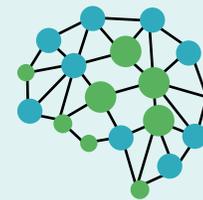
#### Prueba de concepto 80-85% de empresas

- Pilotos aislados
- Bajo retorno
- Éxito limitado



#### Adopción y escalamiento 15-20% de empresas

- 2x tasa de éxito
- 3x retorno inversión
- Estrategía clara



#### Incorporación y crecimiento <5% de empresas

- Cultura de IA
- Analítica y uso de datos democratizados
- Ventaja competitiva

### 3. Incorporación y crecimiento

Una vez consolidada la adopción de IA, los esfuerzos deben orientarse hacia su sostenibilidad y uso sistemático, estableciendo una Cultura de Innovación. La organización debe fomentar una mentalidad de experimentación y aprendizaje continuo. La digitalización, el uso de datos y la analítica deben priorizarse en todas las áreas del negocio para respaldar la toma de decisiones. Actualmente, menos del 5% de las empresas han avanzado hasta este punto.

En general, las organizaciones que logran avanzar a través de estas etapas comparten características distintivas. En primer lugar, tienen una estrategia claramente definida y un modelo operativo para escalar la IA. En el fondo, se han tomado la implementación de IA con el peso que se merece, considerando que es un cambio disruptivo en el día a día del personal y los procesos. Consecuentemente, estas empresas cuentan con procesos definidos y responsables específicos. Se fomenta el accountability de cada proyecto y sus etapas, además de definir y monitorear KPIs que permiten validar los resultados de manera objetiva. Por último, han establecido un sólido respaldo directivo con líderes dedicados a la IA. La designación de referentes internos resulta crucial para acercar la tecnología de manera más tangible y empática.

#### Características distintivas de empresas líderes en implementar AI



Estrategia de IA clara



Procesos definidos,  
responsables específicos  
y KPIs medibles



Referentes internos  
designados

## El futuro del retail impulsado por IA

La IA está redefiniendo el panorama del retail, trascendiendo el concepto de ventaja competitiva para convertirse en un imperativo estratégico. Esta realidad se refleja en las perspectivas del sector, donde el 86% de los ejecutivos del retail consideran que la IA será un elemento fundamental para el éxito de sus organizaciones en los próximos 5 años.

Las organizaciones que logren implementar estas tecnologías estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del mercado y capitalizar las oportunidades emergentes. El panorama actual es alentador, con una creciente gama de soluciones que ofrece opciones escalables y efectivas para retailers de todos los tamaños. La implementación adecuada de estas herramientas permite mejorar múltiples aspectos de la operación: la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa, el desarrollo de un personal más capacitado y la optimización en la toma de decisiones, culminando en un incremento de las ventas y la rentabilidad.

**La diferencia entre el éxito y el estancamiento radica precisamente en superar la barrera de implementación y escalamiento de IA en el negocio.**

Los datos son contundentes: el 76% de los ejecutivos reconocen que luchan con el escalamiento de IA en sus negocios. Sin embargo, la diferencia entre el éxito y el estancamiento radica precisamente en superar esta barrera crítica. Las organizaciones que logran integrar exitosamente sus iniciativas de IA obtienen ventajas competitivas que transforman su negocio.

Las investigaciones demuestran que el éxito en la adopción, escalamiento e incorporación de IA está fundamentado en tres pilares esenciales: una estructura organizacional alineada, una sólida capacidad de gestión de datos y un alto nivel de adopción por parte del personal.

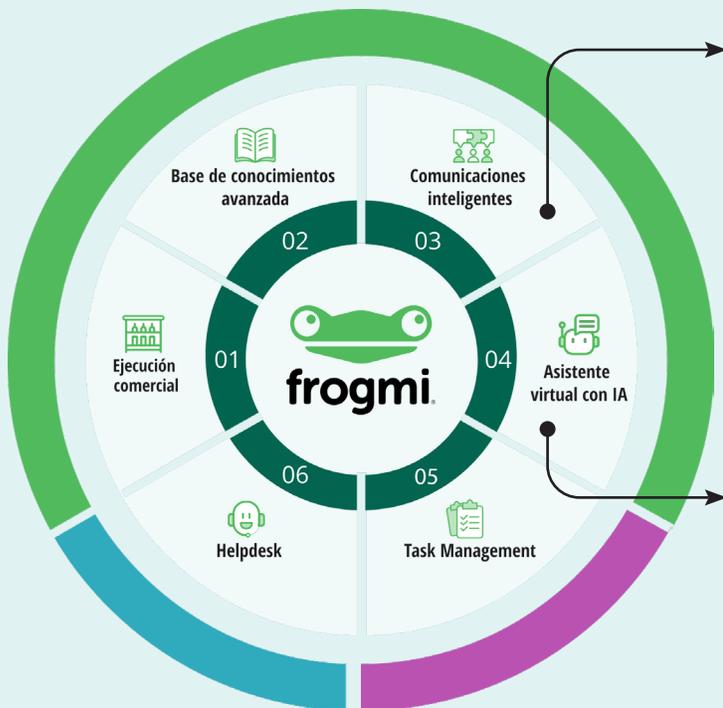
Es por esto que para capitalizar el potencial transformador de la IA, resulta imperativo adoptar un enfoque de implementación estratégico y sistemático. Esto implica seleccionar herramientas que resuelvan desafíos específicos y generen un impacto transversal en la organización. Las soluciones implementadas deben ser inherentemente escalables y suficientemente adaptables para evolucionar en sintonía con las necesidades dinámicas del negocio.

En el entorno minorista actual, la IA ha dejado de ser un simple diferenciador: ahora es una necesidad básica. El imperativo estratégico para los líderes del retail no es decidir si deben adoptar la IA, sino ejecutar una implementación cuidadosa que genere un valor duradero y garantice relevancia en el mercado.

## Cómo Frogmi revoluciona el retail con IA

Frogmi es la plataforma que potencia las operaciones del retail con Inteligencia Artificial. Mediante la conexión inteligente entre tiendas, oficinas centrales y colaboradores, simplificamos procesos y optimizamos la comunicación, transformando la operación de las tiendas físicas. Como aliado estratégico, Frogmi equipa al personal en terreno con IA especializada en retail, agilizando su trabajo diario, acelerando la resolución de problemas y garantizando acceso inmediato a información crítica. La plataforma integra tecnología de IA diseñada específicamente para operaciones de retail, poniendo herramientas disruptivas directamente en manos de cada colaborador en tienda.

- **Transforma datos duros en inteligencia accionable**
- **Impulsa la excelencia operativa**
- **Mejora la experiencia del cliente**
- **Empodera a tu equipo con acceso instantáneo a información crucial**
- **Lleva el poder de la IA directamente a tus equipos en tienda**



### **Transforma las Operaciones en Tienda con Asistentes Virtuales Inteligentes 24/7 Impulsados por IA.**

Tus colaboradores ganan un socio inteligente que procesa grandes volúmenes de datos para ofrecer respuestas expertas a preguntas complejas. Ya sea sobre protocolos, ventas, inventario o planogramas, nuestro asistente de IA guía a los empleados en tienda a través de decisiones y procesos de ventas, impulsando el rendimiento y ayudando a tu equipo a alcanzar sus objetivos.

### **Sistema Automatizado de Reportes, Insights y Comunicación Orientada a la Acción.**

Conecta tus métricas comerciales clave: ventas, objetivos, presupuestos, entre otros, y permite que nuestro motor de IA transforme los datos en inteligencia accionable y precisa. Al entregar automáticamente los insights adecuados a la persona correcta, aceleramos la toma de decisiones en cada nivel de tu operación en el retail.

Para conocer más sobre Frogmi, ingresa a [frogmi.com](https://frogmi.com)

Estaremos felices de conversar sobre los desafíos de tu organización y cómo podemos apalancar nuestras soluciones para redefinir la excelencia operacional en tus tiendas.

**¡Contáctanos!**

## Fuentes

- The State of AI in 2023, McKinsey & Company.  
<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year>
- The State of AI in 2022, McKinsey & Company.  
<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2022-and-a-half-decade-in-review>
- Global Ecommerce Forecast 2023, eMarketer  
<https://www.emarketer.com/content/worldwide-ecommerce-forecast-2023>
- AI: Built to Scale 2019, Accenture.  
<https://www.accenture.com/us-en/insights/artificial-intelligence/ai-investments>
- The State of Technology for the Deskless Workforce, Emergence.  
<https://www.emcap.com/technology-for-the-deskless-workforce-2020/>
- Technology Can Help Unlock a New Future for Frontline Workers, Microsoft.  
<https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/technology-unlocks-a-new-future-for-frontline>
- Put AI to work for customer service, IBM.  
<https://www.ibm.com/info/ai-for-customer-service-guidebook>
- Automation in retail: An executive overview for getting ready, McKinsey.  
<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/automation-in-retail-an-executive-overview-for-getting-ready>