



# Retail inteligente: estrategias y soluciones SAP para un sector en evolución

México 2026



01

Introducción

Página 4

Inteligencia Artificial y  
Machine Learning en  
retail

Página 6

02



03

Omnicanalidad  
y experiencia de  
compra unificada

Página 9

04



Gestión de  
datos y análisis  
predictivo

Página 11

Tecnologías  
emergentes en la  
transformación del  
retail

Página 14

05

Sostenibilidad y  
responsabilidad social  
en retail

Página 12



06

# Introducción





En los últimos años, la industria minorista del mercado mexicano y sus innovaciones reflejan la evolución de los hábitos de consumo mundial. Y es que esta industria no solo impulsa a los consumidores a adoptar nuevas formas y canales de compra, sino que también se adapta de forma dinámica a las necesidades de los mismos.

Por eso, la transformación acelerada que está experimentando el sector retail, impulsada por la tecnología, la digitalización y los cambios en el comportamiento del consumidor, han marcado la pauta para que las empresas que logran adaptarse a estas tendencias no solo mejoren su competitividad, sino que también optimicen sus operaciones y fortalezcan la relación con sus clientes. En este contexto, se proyecta que el desarrollo del comercio minorista se sustentará en pilares esenciales como la personalización, la integración omnicanal, la sostenibilidad, la experiencia del cliente y especialmente el uso de la Inteligencia Artificial.

Desde Minsait exploramos en el siguiente ebook, algunas de las soluciones innovadoras que están revolucionando este sector, en búsqueda de la eficiencia operativa empresarial.


# Inteligencia Artificial y Machine Learning en el retail

En México, al igual que en otros mercados, el uso de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial (IA) y el Machine Learning (ML) vienen impactando de forma directa la forma en que las empresas entienden a sus clientes, optimizan operaciones y mejoran la eficiencia en la cadena de suministro.

Precisamente, uno de los mayores beneficios de la IA en el retail es la capacidad de personalizar la experiencia de compra, gracias al análisis de datos en tiempo real.

En consecuencia, con ayuda de la IA las empresas pueden:

- **Ofrecer recomendaciones personalizadas:** ya que los algoritmos de ML analizan el historial de compras y el comportamiento del usuario para sugerir productos relevantes, una información valiosa para la toma de decisiones en la producción.
- **Crear estrategias de marketing hipersegmentadas:** justamente, las campañas publicitarias pueden ajustarse en función de las preferencias y hábitos del cliente, para llegar de manera más específica a los clientes que anteriormente han mostrado sus preferencias de búsqueda.
- **Automatizar la comunicación con los clientes:** esto, con la ayuda de chatbots impulsados por IA, los cuales ofrecen asistencia en tiempo real, resolviendo dudas sobre productos, localización de tiendas o simplemente mejorando la interacción con los compradores.



La adopción de la IA será un proceso orgánico, pero dependerá de cómo se capacite a las organizaciones para utilizar estas herramientas de manera estratégica.

Las ventajas de utilizar Inteligencia Artificial en el retail son numerosas y además de tener un enfoque importante en la relación entre las empresas y los consumidores, también se debe mencionar el impacto que genera en toda la cadena productiva en aspectos como los siguientes:

## Optimización de la gestión de inventarios

El uso de IA en la gestión de inventarios permite a los minoristas mejorar la eficiencia y reducir costos mediante:

- **Predicción de demanda:** con algoritmos que analizan tendencias de compra, estacionalidad y factores externos para prever la cantidad de stock necesaria.
- **Reducción del desperdicio de productos:** por medio de la identificación de artículos que tengan baja rotación para evitar sobreinventario y pérdidas.
- **Reabastecimiento automatizado:** se basa en la integración de sistemas inteligentes que solicitan reposición de productos teniendo en cuenta la demanda en tiempo real.

## Automatización del servicio al cliente

Como se había mencionado antes, la IA está revolucionando la atención al cliente mediante herramientas como los chatbots y asistentes virtuales que proporcionan respuestas rápidas a preguntas frecuentes y además analizan sentimientos, reseñas o reacciones de los usuarios en las redes sociales con el fin de identificar la percepción de la marca. Asimismo, esto está acompañado de un soporte omnicanal que integra la asistencia en tiendas físicas, plataformas digitales y redes sociales para una experiencia fluida.



## Seguridad y prevención de fraudes

Según el Cisco Cybersecurity Readiness Index 2024, más del 30% de las organizaciones reporta afectaciones operativas por incidentes de ciberseguridad. A su vez, el IBM Cost of a Data Breach Report 2024 indica que cerca del 28% de las empresas sufre pérdidas financieras importantes tras una brecha, enfatizando la necesidad de fortalecer la protección digital.

Estas cifras, tan contundentes y alarmantes, dan cuenta de la gran importancia que tiene y debería tener el tema de seguridad virtual para las organizaciones de todo tipo, en la actualidad.

Al respecto, el Machine Learning ayuda a identificar patrones de comportamiento sospechosos en transacciones y reducir el riesgo de fraudes a través de:

- **Detección** de actividades fraudulentas en pagos y devoluciones mediante análisis de comportamiento.
- **Autenticación** biométrica que permite a los clientes realizar compras seguras con reconocimiento facial o huella dactilar.
- **Protección** de datos con sistemas de ciberseguridad basados en IA que detectan vulnerabilidades en tiempo real.

Por ahora, si bien el panorama en México y otros mercados es amplio en cuanto a innovación tecnológica, todo muestra que el retail continuará evolucionando con la incorporación de tecnologías emergentes como la Realidad Aumentada, asistentes virtuales avanzados y tiendas autónomas impulsadas por IA por lo que las empresas que adopten estas innovaciones podrán mejorar la eficiencia operativa y ofrecer experiencias de compra más atractivas y personalizadas para sus clientes.

Desde Minsait, impulsamos varias de las soluciones que SAP, uno de nuestros partners más importantes tiene para esta industria del retail, como lo es SAP Cloud ERP for Retail, una solución ERP diseñada para optimizar procesos esenciales como la operación en tiendas, la gestión de cadenas de suministro y el análisis financiero.

## El Impacto de la IA y el Machine Learning en el retail moderno

¿Cómo están transformando el retail?



### Experiencia del cliente personalizada

- Los algoritmos avanzados analizan el comportamiento de compra y las preferencias del consumidor.
- Ofrecen recomendaciones en tiempo real, mejorando la satisfacción y fidelización.



### Gestión de inventarios optimizados

- Predicción de demanda basada en patrones históricos y factores externos.
- Reducción del desperdicio y mejora en la disponibilidad de productos.



### Servicio al cliente automatizado

- Uso de chatbots y asistentes virtuales.
- Menos costos operativos y mejor experiencia del usuario.

# Omnicanalidad y experiencia de compra unificada

La convergencia entre lo físico y lo digital permite ofrecer experiencias fluidas y conectadas en todos los canales de venta, por lo cual, es fundamental que se dé la integración entre tiendas físicas, plataformas digitales y redes sociales para garantizar:

- Interacciones personalizadas en cualquier punto de contacto
- Opciones de compra flexibles como el "compra en línea, recoge en tienda"
- Sistemas de pago digitales y sin fricción que optimizan la experiencia de compra

En México, un comercio más centrado en el cliente y su satisfacción, es sin duda una de las grandes conclusiones en cuanto al rumbo que deben tomar las empresas y marcas a nivel mundial. Es por eso que diseñar momentos inolvidables para los consumidores es una clara prioridad y durante este año veremos cómo las

marcas están utilizando tecnología y creatividad para destacar en un mercado competitivo, algo que continuará evolucionando, con especial atención en la personalización y el uso de big data.

Frente a este aspecto, SAP anunció una solución de fidelización basada en datos, que estará disponible el segundo semestre de 2025 y la cual permite a las empresas crear perfiles de clientes personalizados, implementar promociones omnicanal en tiempo real y medir con precisión el retorno de inversión (ROI).

La idea principal de esta solución, es brindar una experiencia de cliente más enriquecedora, coherente y alineada con las demandas del consumidor actual. En ese sentido, la nueva plataforma incorporará un asistente de compras impulsado por Inteligencia Artificial, que será capaz de interactuar con un lenguaje natural, lo que elevará considerablemente la calidad de las experiencias de compra en línea.

Así, esta herramienta permitirá hacer recorridos personalizados y emitir ofertas en tiempo real y una vez se integre con SAP Cloud ERP for Retail, SAP Commerce Cloud, SAP Service Cloud y SAP Emarsys Customer Engagement, las empresas del sector retail podrán ofrecer experiencias centradas en el cliente y maximizar su cuota de mercado mediante las siguientes características:

- **Perfiles de fidelidad en la nube:** que vinculan a cada comprador con un monedero de fidelidad, habilitando ofertas personalizadas, derechos exclusivos y análisis de compras en tiempo real.
- **Gestión de programas de lealtad multimarca:** para centralizar programas de fidelización para diferentes regiones y mercados, incluyendo colaboraciones con socios.
- **Promociones omnicanal en tiempo real:** que permite planificar, canjear y gestionar ofertas y pagos digitales en cualquier canal.
- **Recorridos personalizados:** con experiencias omnicanal ajustadas a las necesidades de los clientes mediante interacciones en comercio, marketing y servicio.
- **Métricas de desempeño:** que proporcionan datos para rastrear el ROI de las promociones y gestionar las obligaciones financieras vinculadas a la lealtad.

Soluciones como esta son clave para brindar una experiencia consistente, medir resultados y fidelizar a los clientes de manera estratégica, lo que pone a SAP nuevamente como una de las opciones líderes en el sector retail.

Una de las grandes ventajas de esta solución es que ofrece herramientas avanzadas que se adaptan tanto a grandes corporaciones como a empresas medianas y pequeñas, gracias a su flexibilidad en la nube.

*A diferencia de otras soluciones fragmentadas en el mercado, SAP se distingue por su capacidad de ofrecer una plataforma integral que abarca todo el customer journey.*

# Gestión de datos y análisis predictivo

La gestión de los datos y el uso estratégico de los mismos se ha convertido en la actualidad en una de las ventajas competitivas más importantes para las empresas del sector retail.

Esto, debido a que la calidad de los datos y la necesidad de aprovecharlos en conjunto con la Inteligencia Artificial se pueden volver la base para impulsar a los minoristas a ofrecer experiencias superiores al cliente, a través de soluciones integrales.

Muchas soluciones de gestión de datos disponibles en el mercado actual permiten las siguientes acciones en el retail:

- **Segmentación avanzada de clientes** para campañas de marketing efectivas.
- **Predicción de tendencias de consumo** para tomar decisiones estratégicas.
- **Optimización de la cadena de suministro** mediante modelos basados en IA.

Por ejemplo, Stibo Systems, proveedor líder de gestión de datos maestros que presta servicios a cientos de empresas de diferentes sectores minoristas y de consumo, ofrece una única plataforma abierta, integrada, flexible, automatizada y eficiente, para establecer una base de datos sólida para diferentes negocios, que abarque datos de productos, de proveedores, de clientes, de ubicación, entre otros.

De hecho, un tema que lideran desde hace años es el de invertir en datos confiables para impulsar la transformación empresarial y acelerar el éxito en Inteligencia Artificial.

Stibo tiene claro que las marcas líderes ya están aprovechando datos de productos confiables para superar a sus competidores, pues el éxito en el comercio minorista moderno pertenece a las empresas que priorizan la confianza, la transparencia y la innovación continua, algo que comienza con los datos.

# 30%

de las iniciativas de IA generativa se abandonarán a fines de 2025 debido a la mala calidad de los datos, los costos y el valor comercial poco claro.

Gartner.

# Sostenibilidad y responsabilidad social en retail

La sostenibilidad continúa siendo un tema clave en cualquier sector, pues los consumidores dan cada vez más importancia a que las empresas garanticen un equilibrio responsable en la compra, fabricación y distribución de productos que generen el menor impacto en el medio ambiente y el bienestar social.

De esa forma, los consumidores valoran cada vez más las marcas que se comprometen con las prácticas sostenibles con estrategias claves que incluyen por ejemplo:

- Uso de empaques reciclables y biodegradables.
- Eficiencia energética en tiendas y centros de distribución.
- Modelos de economía circular para reducir el desperdicio de productos.

La implementación de tecnologías disruptivas, facilita a las compañías propender a un futuro más sostenible sin renunciar a la eficiencia y crecimiento empresarial, por nombrar algunos ejemplos: migración a un modelo cloud, optar por la digitalización total, usar Computer Vision y Big Data, implementar soluciones que

permitan mejorar los procesos de planificación para reducir emisiones y eliminar residuos, optimizar la entrega de última milla, conocer y dirigir el impacto ambiental de los productos durante todo su ciclo de vida, reducir exceso de existencias y desperdicios, medir y optimizar la huella de sostenibilidad.

Ante esas preocupaciones, por ejemplo SAP no solo ha venido trabajando en descarbonizar sus propias operaciones sino también en desarrollar un portafolio de soluciones que le sirva a sus clientes para definir las metas en este sentido y hacerle un seguimiento para gestionar y reducir su impacto ambiental, social y económico.

**SAP calcula que a finales de 2025 habrá hasta un 45% de incremento de la inversión en empresas que operan en un espacio de sostenibilidad**

*Gartner, McKinsey 2024-2025*

Es así como ofrece un paquete de soluciones de última generación (**SAP Sustainability**) que facilita que las empresas puedan integrar la sostenibilidad en el núcleo de las operaciones, garantizando el cumplimiento normativo y fortaleciendo su compromiso con el planeta, por medio de mediciones que en la economía actual, se han convertido en una ventaja competitiva clave.

Dichas soluciones incorporan datos sólidos y auditables directamente en los procesos centrales del ERP, permitiendo una gestión más precisa y estratégica. Con la automatización habilitada por IA y la flexibilidad de la nube, cada transacción y equipo dentro de la organización impulsa la innovación, optimiza costos y minimiza riesgos, garantizando un crecimiento sostenible y rentable.



# Tecnologías emergentes en la transformación del retail



La revolución del retail está marcada por la adopción de nuevas tecnologías, que redefinen la manera en que las marcas interactúan con los consumidores. Estas innovaciones no solo optimizan la experiencia de compra, sino que también mejoran la eficiencia operativa, la personalización y la toma de decisiones basada en datos.

Las siguientes son algunas de las que están marcando el futuro del retail, permitiendo a las empresas adaptarse a las nuevas expectativas del mercado y ofrecer experiencias de compra más fluidas, atractivas y eficientes.

- **Realidad Aumentada y Virtual (AR/VR):** Se le conoce así a las experiencias inmersivas para mejorar la interacción con productos, lo que va de la mano de la experiencia del cliente y la optimización de las operaciones.

Actualmente es una de las tecnologías que más está revolucionando la experiencia de compra de los clientes y su principal enfoque está en crear recorridos inmersivos en tiendas físicas y digitales.

- **Internet de las Cosas (IoT):** Son dispositivos conectados que optimizan procesos de venta y logística. Ya sabemos que el IoT conecta dispositivos y sistemas, permitiendo operaciones más eficientes y una experiencia de cliente única.

Durante este 2025, este tipo de herramientas serán más comunes en acciones relacionadas por ejemplo con probadores inteligentes y etiquetas digitales.

- **Gemelos Digitales:** Se trata de modelos virtuales de tiendas físicas que las empresas pueden utilizar para imaginar cómo se verían los cambios mucho más rápido que hacerlos efectivos en la vida real.

El concepto de “gemelos digitales” que tanto se viene popularizando, se refiere entonces a la creación de una representación virtual de un objeto, sistema o proceso físico que permite simular, analizar y optimizar su comportamiento en tiempo real o en escenarios hipotéticos.

Así, estos gemelos digitales combinan datos en tiempo real, modelos computacionales avanzados e Inteligencia Artificial para ofrecer una visión completa del objeto o sistema que representan.

Algunas de sus características son:

- **Representación virtual:** Se basa en un modelo digital exacto de un objeto que existe en la realidad, como una máquina, una tienda o incluso una cadena de suministro.
- **Conexión en tiempo real:** Utiliza datos en vivo recopilados de sensores y dispositivos IoT para reflejar el estado actual del objeto físico.
- **Simulación y pruebas:** Esta tecnología permite ensayar diferentes escenarios o ajustes sin necesidad de intervenir o modificar el objeto físico en la vida real.
- **Optimización:** Ayuda a mejorar procesos, predecir fallos o identificar áreas de mejora antes de implementar cambios en el mundo físico.

*Hoy en día, incluso las pequeñas y medianas empresas pueden adoptar estas herramientas de manera rentable y escalable, lo que **representa una democratización de la tecnología nunca antes vista en el retail.***

# Conclusión

En México, el sector retail está en constante evolución, y la adopción de soluciones tecnológicas es clave para mantenerse competitivo. Por eso, implementar estrategias basadas en Inteligencia Artificial, gestión de datos, sostenibilidad y omnicanalidad permitirá a las empresas mejorar la experiencia del cliente, optimizar sus operaciones y prepararse para el futuro del comercio. La transformación digital es una oportunidad para innovar y crecer en un mercado cada vez más dinámico y exigente. Sin duda, el panorama del sector retail es desafiante y la transformación digital de las compañías es inevitable, pero ¿por dónde empezar o cuáles deberían ser las prioridades? son algunas de las preguntas más importantes que muchas empresas no logran responder y que son fundamentales para lograr el éxito y elegir la tecnología adecuada para sus necesidades.

De acuerdo con Gartner, el 49% de los minoristas se arrepiente de una o más compras realizadas en el último año y medio, lo que deja ver la importancia de contar con un plan que determine la estrategia y la ruta adecuada, con un proveedor tecnológico que demuestre un profundo conocimiento, que comprenda las necesidades únicas de la compañía y desarrolle un modelo de trabajo especializado para ella, brindando un acompañamiento completo a lo largo de todo el proceso de transformación.

Desde Indra Group, te ofrecemos un gran equipo de consultores experimentados, conocedores de la región y los desafíos de la mayoría de industrias, así como las soluciones que te pueden ayudar.

# Tech for Impact

Conectamos talento,  
tecnología y negocios  
para generar crecimiento  
e impacto positivo y  
sostenible.

Jóse Antonio Velázquez Hernández  
**Líder de Soluciones de Gestión  
Empresarial**

javelazquezh@minsait.com  
5531001363

