

EL 47% DE LAS EMPRESAS DE CONSUMO Y RETAIL YA UTILIZAN LA IA PARA LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS, SEGÚN MINSAIT

- **El Informe Ascendant sobre IA de Minsait señala que el 20% de las empresas del sector la ha incorporado a sus planes estratégicos**
- **La eficiencia y la optimización de procesos internos es uno de los aspectos de mayor importancia para el 77% de las organizaciones**
- **Minsait acude al Retail Master Summit 2024, el primer encuentro de profesionales del Retail de Latinoamérica y Europa, para presentar sus últimas innovaciones en el mercado**

Madrid, 20 de mayo de 2024.- Un 20% de las empresas del sector Consumo y Retail ya está integrando la IA en sus estrategias de negocio. La digitalización se ha convertido en una práctica común en estas organizaciones y la inteligencia artificial ha ido ganando terreno desde su auge a mediados de 2022.

Esta es una de las principales conclusiones del análisis sectorial dedicado a este mercado en el informe Ascendant de Minsait (Indra) que, bajo el título *IA: radiografía de una revolución en marcha*, analiza su grado de adopción en compañías privadas e instituciones públicas.

El estudio señala que las áreas de marketing y ventas están liderando la integración de la IA en las compañías de Consumo y Retail, fomentando una cultura de reinención y transformación dentro del sector. En cuanto a las motivaciones para la adopción, el 77% de las encuestadas destaca la mejora de la eficiencia y la optimización de los procesos internos.

Estas empresas están enfocando sus esfuerzos en casos de uso específicos del sector, como la gestión de inventarios y el abastecimiento (58%), la producción y fabricación de productos (47%), o la mejora de la eficiencia en tienda y la experiencia del cliente.

Además, para hacer frente a los desafíos más importantes –la privacidad y la ciberseguridad–, las compañías están optando por utilizar herramientas basadas en IA proporcionadas por terceros para fortalecer el ámbito de la gestión de riesgos y la ciberseguridad (33%).

Un futuro sostenible y más digitalizado

A largo plazo, el mercado de Consumo y Retail avanza hacia un futuro donde los canales online y físicos estarán más interconectados. Según el informe *IA, radiografía de una revolución en marcha*, esta tendencia se ve favorecida por la expansión del *ecommerce* y la inversión en tecnologías como la realidad aumentada, la IA o la personalización para mejorar la experiencia de compra.

Asimismo, y ante el aumento de la conciencia medioambiental del consumidor, las empresas están priorizando la sostenibilidad al integrar prácticas comerciales más respetuosas con el entorno natural en todo su proceso productivo.

Arancha Pérez-Navarro, directora de Retail, Consumo y Farma de Minsait, explica que el sector “ha respondido al nuevo panorama macroeconómico acelerando su proceso de transformación digital para poder dar respuesta a las demandas de un consumidor cada vez más digitalizado. Esta apuesta pone en el centro la conveniencia, la seguridad y una experiencia del cliente mejorada y personalizada”.

Experiencia digital de Minsait en el Retail Master Summit 2024

Minsait participa en la mejora de la experiencia de cliente del sector Retail a través de la integración de soluciones innovadoras de sus principales socios y habilitadores de la transformación digital. Su directora de Retail, Consumo & Farma, Arancha Pérez-Navarro, destaca el papel fundamental que las nuevas tecnologías juegan en la evolución y crecimiento de este mercado, cada vez más hiperpersonalizado y demandado por

un cliente cada vez más digital. “A lo largo de toda la cadena de valor de la venta dentro de este sector”, sostiene, “es vital contar con los socios tecnológicos más relevantes, que tengan el conocimiento y experiencia en las últimas tendencias tecnológicas en lo *phygital* y que aseguren ese viaje hacia la digitalización de forma palpable.”

Pérez-Navarro acude este martes, 21 de mayo, al Retail Master Summit 2024, el primer encuentro de profesionales del Retail de Latinoamérica y Europa, para presentar las últimas innovaciones de Minsait en el mercado. El evento se celebrará en el Hotel RIU de Madrid y servirá de escaparate para mostrar, en un único espacio, el conocimiento y la experiencia de profesionales de empresas del sector Retail a través de un modelo de tienda *phygital*.

Algunas de las soluciones han sido implementadas por Minsait de la mano de sus socios tecnológicos, como la cesta de la compra *phygital*, el espejo inteligente que da acceso a los productos de la tienda desde el propio probador, la solución de *recommerce* que permite recuperar, gestionar y revender inventario de segunda mano a través de una pantalla digital o el alarmado y desalarmado de las prendas a través de la tecnología de hilo RFID. Esta última solución, una de las propuestas más llamativas, permite alarmar las prendas de forma discreta, con total seguridad y sin dañar los tejidos.

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía del Grupo Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. Presenta un alto grado de especialización, amplia experiencia en el negocio digital avanzado, conocimiento sectorial y un talento multidisciplinar formado por miles de profesionales en todo el mundo. Minsait está a la vanguardia de la nueva digitalización con capacidades avanzadas en inteligencia artificial, cloud, ciberseguridad y otras tecnologías transformadoras. Con ello, impulsa los negocios y genera grandes impactos en la sociedad, gracias a una oferta digital de servicios de alto valor añadido, soluciones digitales a medida para todos los ámbitos de actividad y acuerdos con los socios más relevantes del mercado. A cierre del año 2023, los ingresos de Minsait llegaron hasta los 2.517 millones de euros.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de defensa, aeroespacio y tecnología, así como líder en transformación digital y tecnologías de la información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios de alto valor y con un elevado componente de innovación, que la convierten en el socio tecnológico para la digitalización y para las operaciones clave de sus clientes en todo el mundo. La sostenibilidad forma parte de su estrategia y de su cultura, para dar respuesta a los retos sociales y ambientales presentes y futuros. A cierre del ejercicio 2023, Indra tuvo unos ingresos de 4.343 millones de euros, más de 57.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.

Contacto de Comunicación

Virginia Miranda Rufo
vmrufo@minsait.com
+34 682 528 486