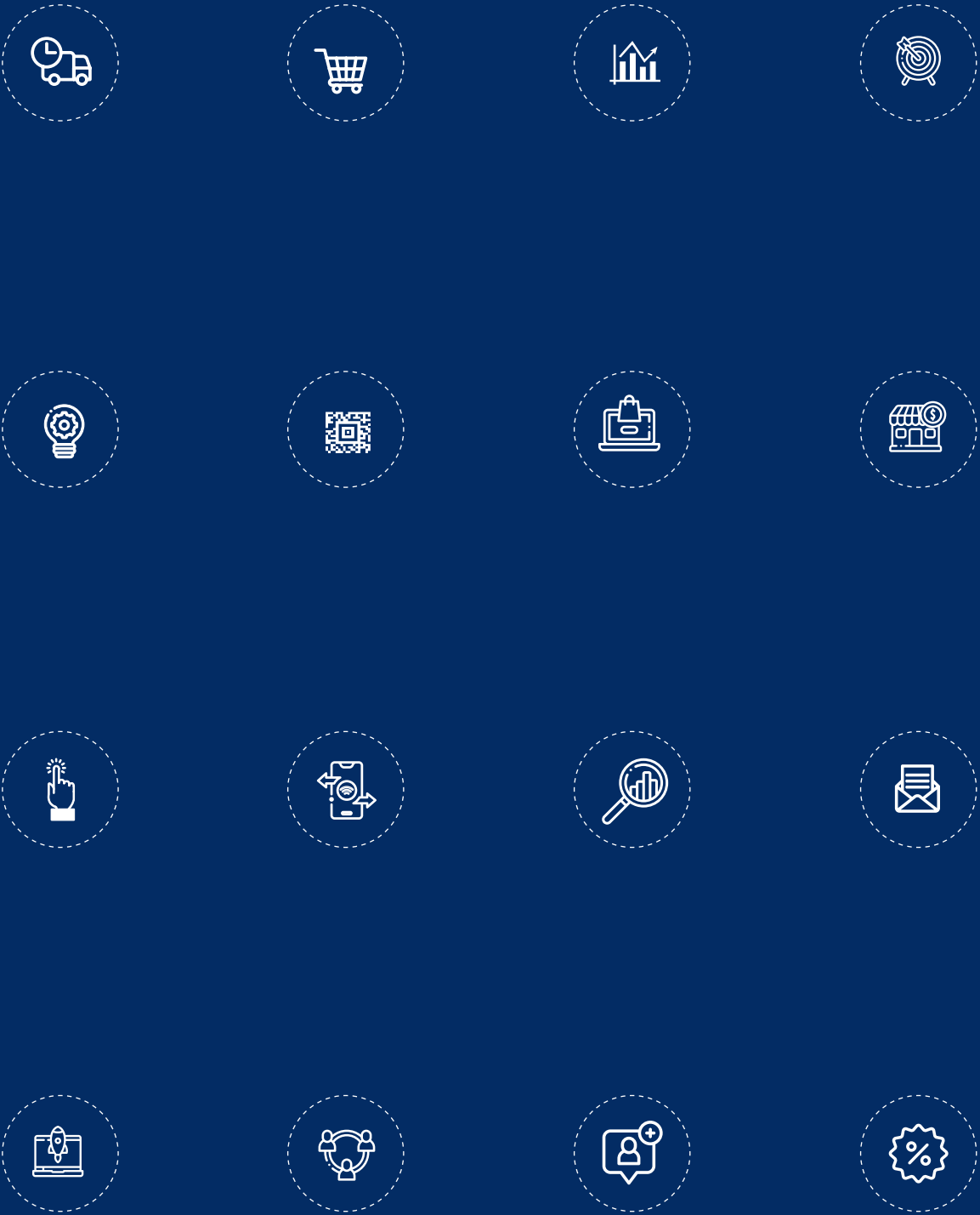


Reporte de Innovación 2024 - 2025





Contenido

Introducción	04
1. Resiliencia del sector minorista en la era digital	06
2. La revolución de la Inteligencia Artificial en el comercio minorista	10
3. Comercio autónomo y automatización	14
4. Comercio impulsado por contenido y retail media	17
5. Evolución de la tienda física como centro de experiencias	22
6. Liderazgo en tres dimensiones	26
Conclusión: Impacto y oportunidades para la industria mexicana	30

Introducción al Reporte de Innovación GS1 2024-2025

Bienvenidos al Reporte de Innovación GS1 2024-R2: “Innovación en un mundo de disrupción continua”. Este informe es una guía esencial para navegar las tendencias emergentes y las tecnologías transformadoras que están redefiniendo el panorama del comercio minorista. Este reporte tiene un enfoque muy particular en lo que GS1 México encontró en su visita al NRF 2024.



Lo que encontrará en este reporte

En las siguientes páginas, exploraremos seis tendencias clave que están moldeando el futuro del retail:



1. Resiliencia del Sector Minorista en la Era Digital: Descubra cómo las empresas están adaptándose y prosperando en un entorno de cambio constante.



2. La Revolución de la Inteligencia Artificial en el Comercio Minorista: Explore el impacto transformador de la IA en todas las facetas del retail.



3. Comercio Autónomo y Automatización: Conozca cómo la automatización está redefiniendo la experiencia de compra y las operaciones minoristas.



4. Comercio Impulsado por Contenido y Retail Media: Analice la convergencia del contenido, la publicidad y el comercio en el nuevo ecosistema retail.



5. Evolución de la Tienda Física como Centro de Experiencias: Descubra cómo las tiendas físicas se están reinventando para la era digital.



6. Liderazgo en Tres Dimensiones: Entienda las nuevas competencias necesarias para liderar en el complejo panorama del retail moderno.

Cada sección del reporte incluye



Una descripción detallada de la tendencia



Los problemas clave que resuelve



Los resultados de mejora que se pueden esperar



Datos y estadísticas relevantes en nuestra sección “Key Facts”

Objetivos del reporte

1. Proporcionar una visión clara de las tendencias que están transformando el sector minorista.
2. Ofrecer insights accionables para que los minoristas puedan adaptarse y prosperar en este nuevo entorno.
3. Inspirar la innovación y el pensamiento estratégico en toda la industria.
4. Destacar el papel de GS1 en facilitar y estandarizar estas innovaciones en el comercio global.



Ya sea que usted sea un ejecutivo de retail, un profesional de la industria o un observador interesado, este reporte le proporcionará las herramientas y conocimientos necesarios para navegar el futuro del comercio minorista.

Le invitamos a sumergirse en estas páginas y a descubrir las oportunidades que surgen en este emocionante panorama de innovación continua.



1. Resiliencia del sector minorista en la era digital

Descripción de la tendencia

La resiliencia del sector minorista se ha convertido en un factor crítico en un mundo caracterizado por la disrupción constante. Esta tendencia se refiere a la capacidad de las empresas minoristas para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, recuperarse de las crisis y prosperar en entornos inciertos. En 2024-2025, la resiliencia se manifiesta en varios aspectos clave que están redefiniendo la forma en que las empresas operan y se relacionan con sus clientes.



La resiliencia en el sector minorista se caracteriza por:



Flexibilidad Operativa
Capacidad para ajustar rápidamente las operaciones.



Cultura Organizacional Adaptativa
Fomento de una mentalidad ágil y aprendizaje continuo.



Diversificación de Canales
Integración efectiva de canales online y offline.



Innovación Tecnológica
Adopción ágil de nuevas tecnologías.



Gestión de datos
Uso avanzado de análisis de datos para toma de decisiones.



Problemas que Resuelve

La resiliencia en el sector minorista aborda varios desafíos críticos que las empresas enfrentan en el entorno actual. Principalmente, reduce la vulnerabilidad ante crisis imprevistas, como pandemias o recesiones económicas, permitiendo a las empresas mantener la continuidad del negocio incluso en circunstancias adversas. Además, supera la rigidez operativa que a menudo caracteriza a los modelos de negocio tradicionales, permitiendo una adaptación más rápida a las cambiantes demandas del mercado.

Otros problemas que la resiliencia ayuda a resolver incluyen

-  Mejora en la capacidad de respuesta a cambios en el comportamiento del consumidor.
-  Abordaje de ineficiencias en la cadena de suministro global.
-  Mitigación de riesgos asociados con la dependencia de un solo canal de venta.
-  Combate a la obsolescencia tecnológica.

Resultados de mejora

La adopción de estrategias de resiliencia en el sector minorista conduce a una serie de mejoras significativas en el rendimiento y la competitividad de las empresas. Una mayor estabilidad financiera es uno de los resultados más notables, con empresas resilientes mostrando una capacidad superior para mantener ingresos estables incluso en tiempos de crisis.

Otros resultados positivos incluyen

La combinación de estos factores no solo mejora la posición competitiva de las empresas resilientes, sino que también las prepara mejor para capitalizar nuevas oportunidades de mercado y superar a los competidores menos adaptables.

-  Aumento en la satisfacción del cliente
-  Eficiencia operativa mejorada
-  Innovación acelerada
-  Ventaja competitiva sostenible
-  Mejor gestión de riesgos
-  Atracción y retención mejorada de talento

Key Facts



El tiempo de recuperación ante interrupciones mayores **se redujo en un 40% para minoristas con estrategias de resiliencia implementadas**



La inversión en tecnologías de resiliencia en el sector minorista alcanzó los **\$56 mil millones en 2023, un aumento del 23% respecto al año anterior.**

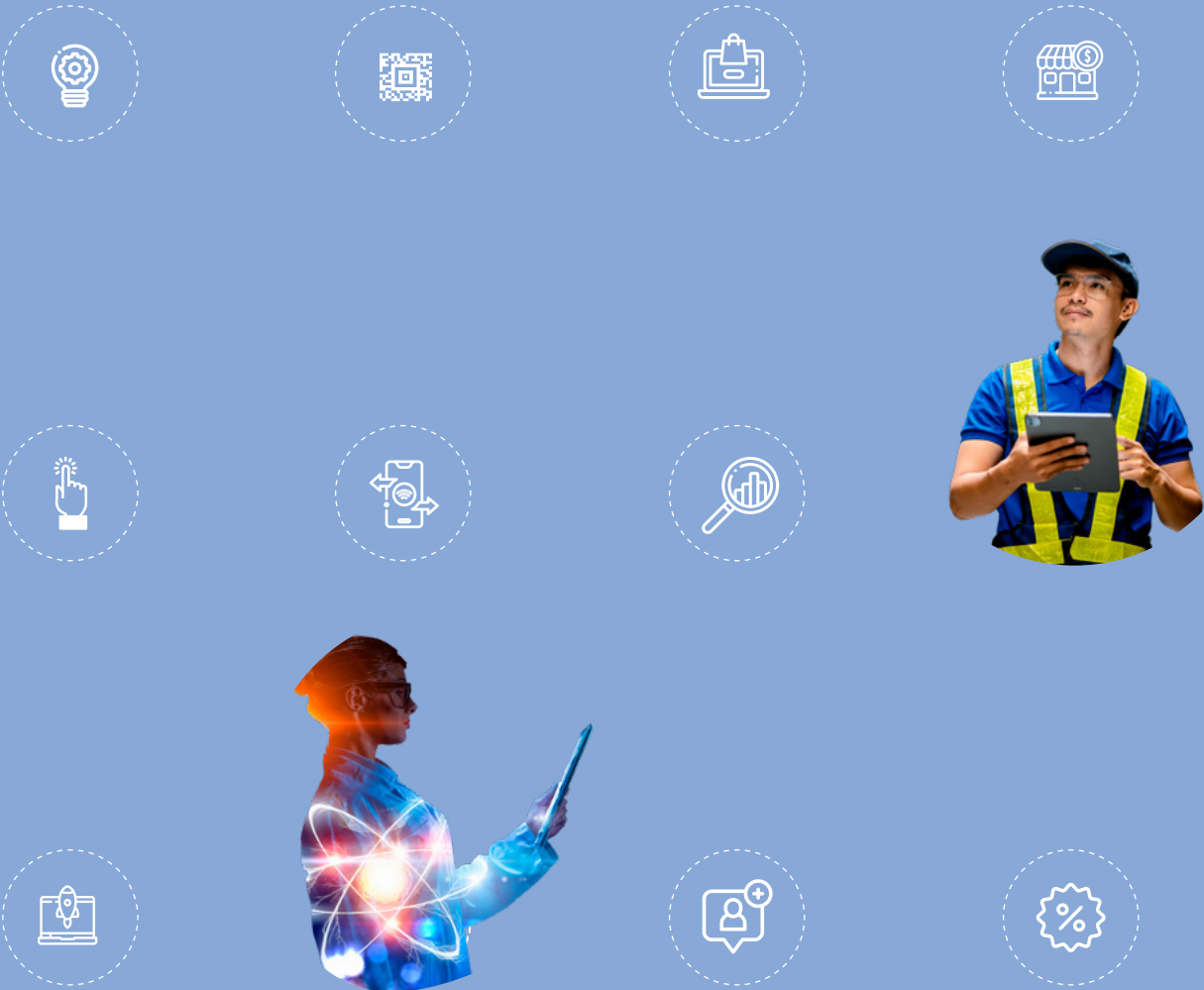


Las empresas minoristas con alta resiliencia experimentaron un **crecimiento promedio de ingresos del 15% durante la pandemia**, en comparación con un declive del 8% en empresas menos resilientes.

2. La revolución de la Inteligencia Artificial en el comercio minorista

Descripción de la tendencia

La Inteligencia Artificial (IA) está transformando fundamentalmente el sector minorista, pasando de ser una tecnología emergente a una herramienta esencial para la operación y estrategia de las empresas. En 2024-2025, la IA en el comercio minorista se ha convertido en un factor diferenciador clave, impulsando la innovación y la eficiencia en todos los aspectos del negocio.

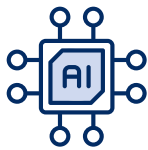


La revolución de la IA en el comercio minorista se caracteriza por

- 

Optimización de Precios e Inventarios
Ajustes en tiempo real basados en datos.
- 

Personalización Avanzada
Experiencias de compra altamente personalizadas.
- 

Automatización de Procesos
Desde la cadena de suministro hasta la atención al cliente.
- 

Asistentes Virtuales Inteligentes
Chatbots y asistentes de voz avanzados.
- 

Reconocimiento Visual
Mejora de la experiencia de compra y seguridad.
- 

Análisis Predictivo
Anticipación de tendencias de mercado y comportamiento del consumidor.



Problemas que Resuelve

La implementación de IA en el comercio minorista aborda numerosos desafíos críticos que el sector ha enfrentado durante años. Principalmente, resuelve las ineficiencias operativas al automatizar tareas repetitivas y optimizar procesos, lo que resulta en un aumento significativo de la productividad. Además, la IA transforma las experiencias de cliente impersonales en interacciones altamente personalizadas, mejorando la satisfacción y lealtad del consumidor.

Otros problemas que la IA ayuda a resolver incluyen

-  Gestión ineficiente de inventario, reduciendo excesos y roturas de stock.
-  Dificultades en la toma de decisiones, proporcionando insights basados en datos.
-  Altos costos de servicio al cliente, mediante asistentes virtuales eficientes.
-  Falta de comprensión del comportamiento del cliente, ofreciendo análisis profundos.

Resultados de mejora

La adopción de IA en el comercio minorista conduce a mejoras significativas en múltiples áreas del negocio. Uno de los resultados más notables es el aumento en las ventas, impulsado por la personalización y las recomendaciones basadas en IA que incrementan significativamente las tasas de conversión.

Otros resultados positivos incluyen

Estos beneficios combinados no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también permiten a los minoristas ofrecer experiencias de compra superiores y más personalizadas.

- 1** Aumento en la satisfacción del cliente
- 2** Eficiencia operativa mejorada
- 3** Innovación acelerada
- 4** Ventaja competitiva sostenible
- 5** Mejor gestión de riesgos
- 6** Atracción y retención mejorada de talento

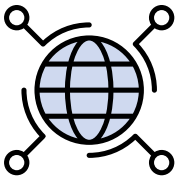
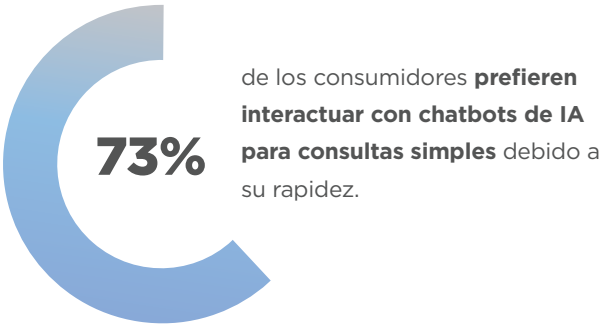
Key Facts



Los minoristas que implementan IA ven un **aumento promedio del 19% en sus ingresos.**



La IA ha reducido los errores en la **predicción de demanda en un 30-50% en el sector minorista.**

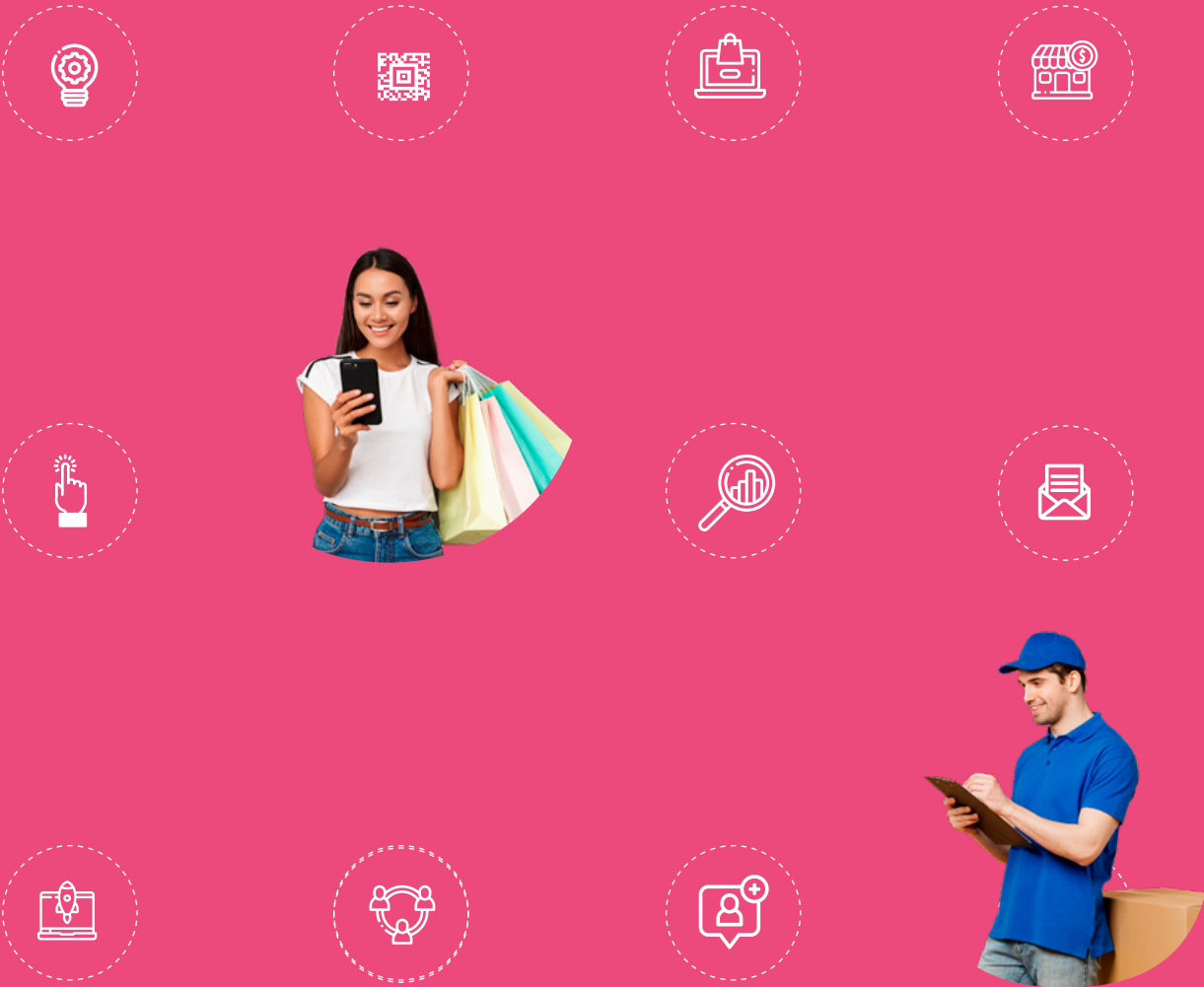


La inversión global en IA para el comercio minorista alcanzará los **\$12 mil millones para 2025.**

3. Comercio autónomo y automatización

Descripción de la tendencia

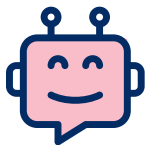
El comercio autónomo y la automatización representan un cambio paradigmático en la forma en que operan las tiendas minoristas. Esta tendencia está redefiniendo la experiencia de compra, eliminando fricciones y mejorando la eficiencia operativa a niveles sin precedentes. En 2024-2025, vemos una adopción acelerada de estas tecnologías en diversos formatos y sectores del comercio minorista.



El comercio autónomo y la automatización se caracterizan por:



Tiendas sin personal
Establecimientos completamente automatizados.



Robots en tienda
Para tareas como reposición y asistencia al cliente.



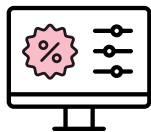
Gestión Automatizada de Inventario
Monitoreo y reordenamiento en tiempo real.



Sistemas de Pago Automático
Tecnologías que eliminan las cajas tradicionales.



Logística Autónoma
Vehículos autónomos y drones para entregas.



Personalización Automatizada
Ajuste dinámico de ofertas y layout de tienda.



Problemas que Resuelve

La implementación del comercio autónomo y la automatización aborda varios desafíos críticos en el sector minorista. Principalmente, reduce significativamente los costos laborales asociados con tareas repetitivas, permitiendo a las empresas reasignar recursos humanos a funciones de mayor valor. Además, minimiza los errores humanos en procesos críticos como el cobro y la gestión de inventario.

Otros problemas que esta tendencia ayuda a resolver incluyen

- Limitaciones de horarios operativos.
- Ineficiencias en la gestión de inventario.
- Tiempos de espera en caja, eliminando filas.
- Inconsistencias en la experiencia del cliente.
- Dificultades en la recopilación de datos precisos sobre el comportamiento del cliente.

Resultados de mejora

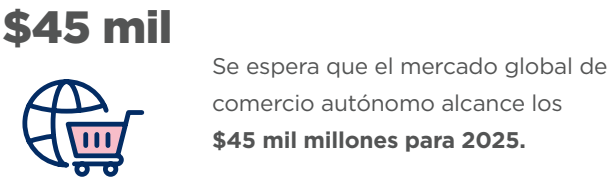
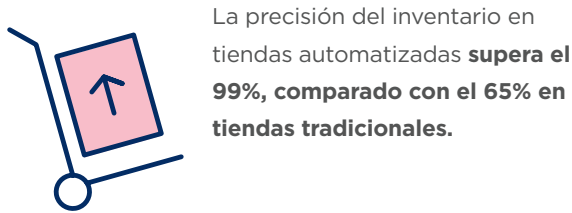
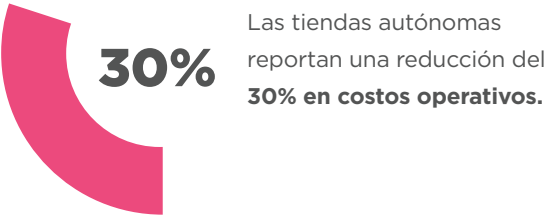
La adopción del comercio autónomo y la automatización conduce a mejoras significativas en múltiples aspectos del negocio minorista. Una de las más notables es la reducción drástica de los costos operativos, lo que permite a las empresas invertir en otras áreas críticas o mejorar sus márgenes.

Otros resultados positivos incluyen

Estos beneficios combinados no solo mejoran la rentabilidad, sino que también posicionan a los minoristas para competir de manera más eficiente en un mercado cada vez más digitalizado.

- 1 Aumento de la eficiencia operativa
- 2 Mejora en la experiencia del cliente
- 3 Operaciones 24/7 sin interrupciones
- 4 Optimización del espacio de tienda
- 5 Datos más precisos y en tiempo real
- 6 Mejora en la gestión de inventario
- 7 Personalización mejorada de la oferta
- 8 Nuevos modelos de negocio innovadores

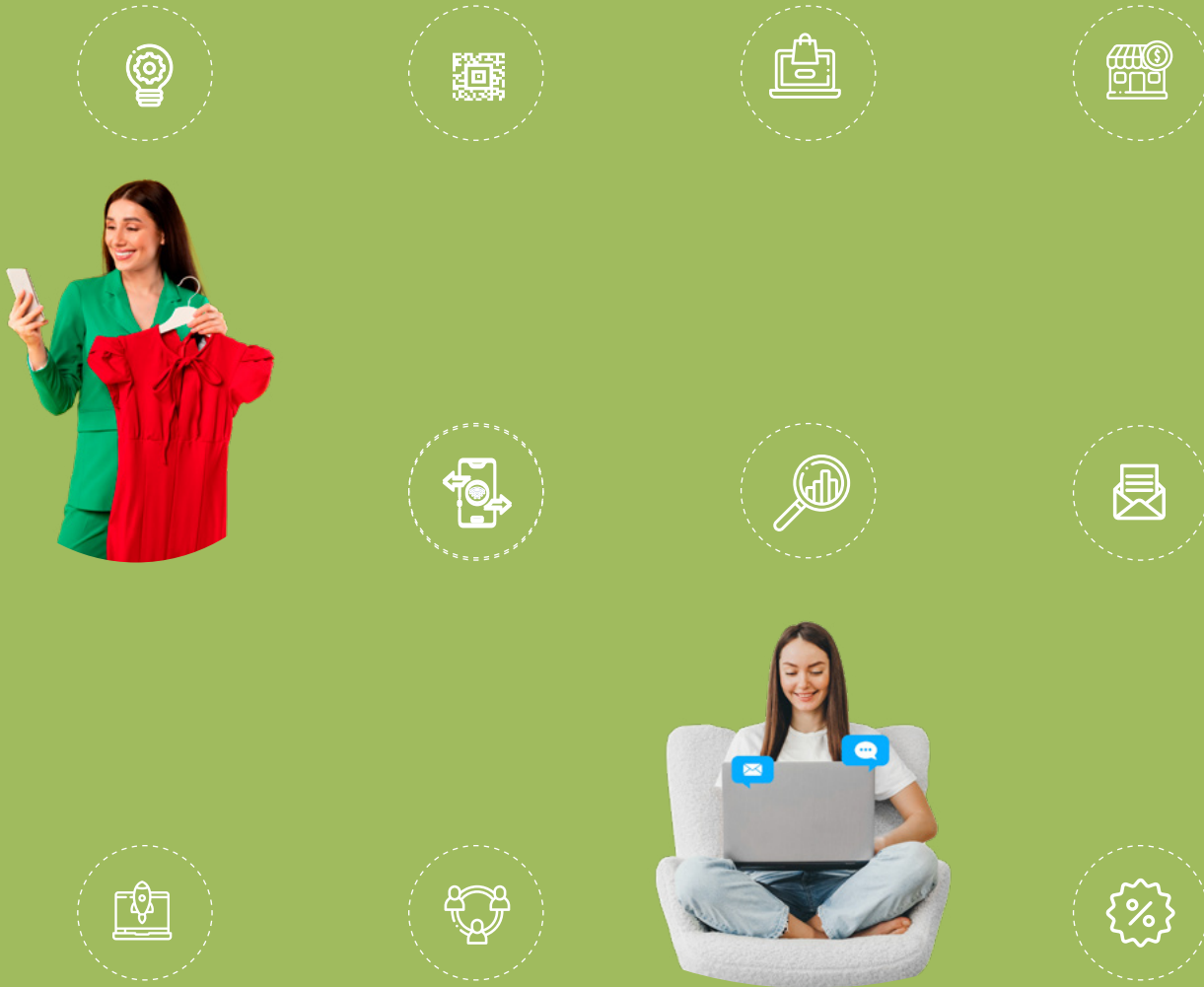
Key Facts



4. Comercio Impulsado por contenido y retail media

Descripción de la tendencia

El comercio impulsado por contenido y el retail media están redefiniendo cómo los minoristas interactúan con los consumidores y monetizan su audiencia. Esta tendencia fusiona el entretenimiento, la educación y las compras, creando experiencias más inmersivas y atractivas para los consumidores. En 2024-2025, vemos una adopción generalizada de estas estrategias en diversos sectores del comercio minorista.



El comercio impulsado por contenido y retail media se caracteriza por:



Contenido Shoppable
Integración de opciones de compra en contenido editorial y videos.



Plataformas de Retail Media
Espacios publicitarios en plataformas de minoristas.



Live Shopping
Transmisiones en vivo que combinan entretenimiento y compras.



Storytelling de Marca
Narrativas atractivas para conectar emocionalmente con productos.



Personalización de Contenido
Adaptación del contenido a preferencias individuales.



Contenido Generado por Usuarios
Aprovechamiento de reseñas y contenido de clientes.



Problemas que Resuelve

El comercio impulsado por contenido y el retail media abordan varios desafíos críticos en el sector minorista. Principalmente, combaten la saturación publicitaria tradicional, ofreciendo formas más atractivas y menos intrusivas de promocionar productos. Además, reducen la desconexión entre el descubrimiento de productos y la acción de compra, creando una experiencia más fluida para el consumidor.

Otros problemas que esta tendencia ayuda a resolver incluyen

- Falta de engagement del cliente en entornos digitales.
- Dificultad para monetizar el tráfico digital de los minoristas.
- Falta de autenticidad en la comunicación de marca.
- Competencia con plataformas de redes sociales por la atención del consumidor.
- Necesidad de diferenciación en un mercado saturado.

Resultados de mejora

La adopción de estrategias de comercio impulsado por contenido y retail media conduce a mejoras significativas en múltiples áreas del negocio minorista. Uno de los resultados más notables es el aumento en las tasas de conversión, ya que el contenido relevante y atractivo puede llevar a decisiones de compra más rápidas y frecuentes.

Otros resultados positivos incluyen

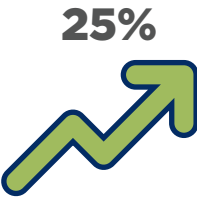
Estos beneficios combinados no solo mejoran la rentabilidad, sino que también fortalecen la relación entre marcas y consumidores.

- 1 Nuevas fuentes de ingresos a través de publicidad
- 2 Mejora en la percepción de marca
- 3 Datos más ricos sobre el comportamiento del cliente
- 4 Reducción en costos de adquisición de clientes
- 5 Aumento en el valor del tiempo de vida del cliente
- 6 Mejora en la eficacia publicitaria
- 7 Creación de ecosistemas de marca más fuertes

Key Facts



El mercado global de retail media alcanzará los **\$100 mil millones para 2025.**



Las tasas de conversión en contenido shoppable son un **25% más altas que en la publicidad tradicional.**



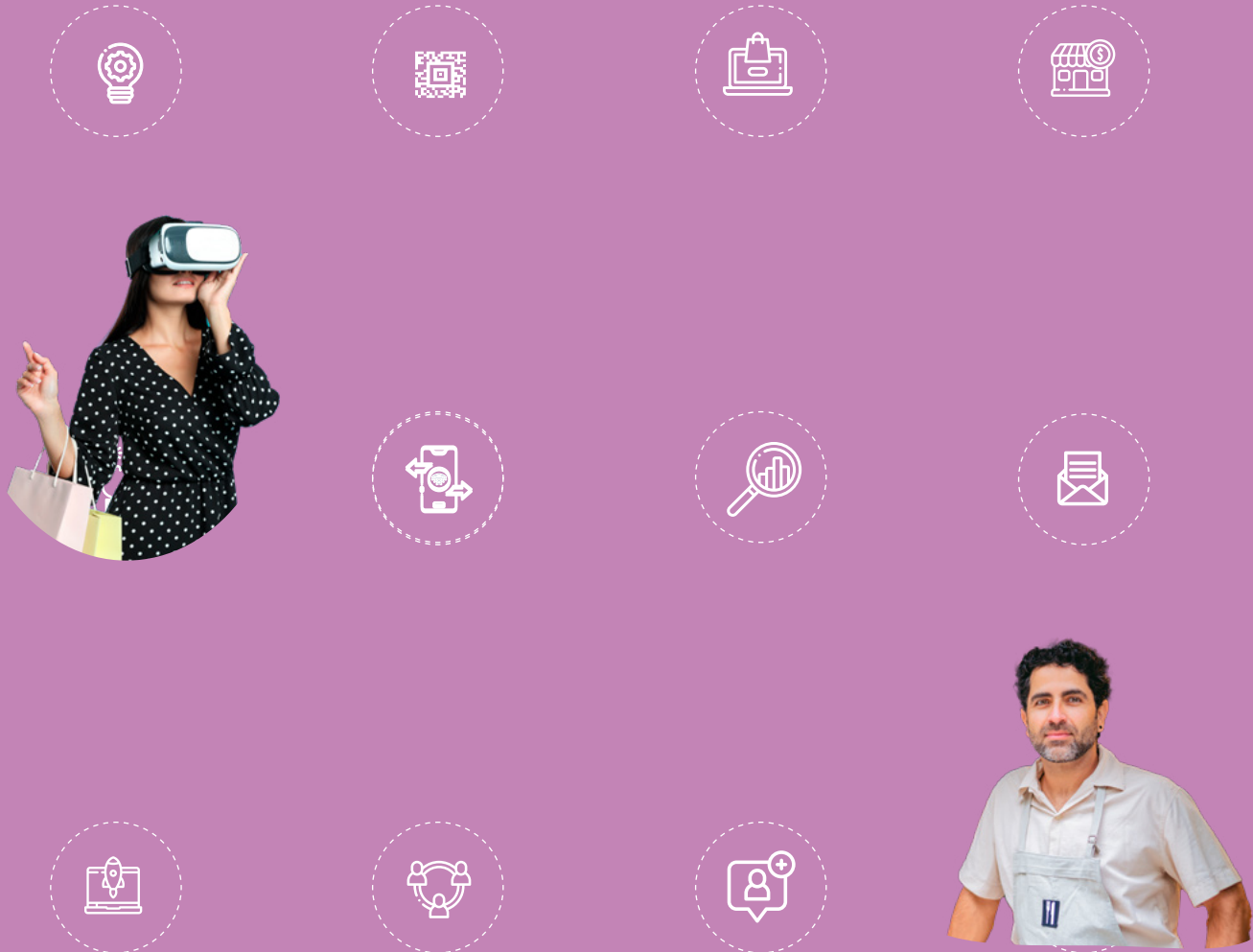
10-30%

Las marcas que utilizan live shopping reportan un aumento del **10-30% en las tasas de conversión.**

5. Evolución de la tienda física como centro de experiencias

Descripción de la tendencia

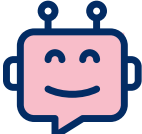
La tienda física está experimentando una transformación radical, evolucionando de ser un simple punto de venta a convertirse en un centro multifuncional de experiencias. Esta tendencia redefine el papel de la tienda física en la era digital, fusionando lo mejor del mundo online y offline para crear experiencias únicas y memorables. En 2024-2025, observamos una reinención creativa de los espacios físicos en diversos sectores del comercio minorista, desde moda y tecnología hasta alimentación y hogar.



La evolución de la tienda física se caracteriza por:



Showrooming Avanzado
Espacios para experimentar productos antes de comprarlos online.



Tecnología Inmersiva
Uso de AR y VR para crear experiencias únicas.



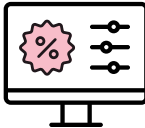
Integración Omnicanal Perfecta
Fusión fluida entre lo online y offline.



Espacios Comunitarios
Áreas para eventos, talleres y actividades.



Personalización en Tienda
Tecnologías que adaptan la experiencia a cada cliente.



Tecnología de Autoservicio Avanzada
Kioscos inteligentes y espejos virtuales.



Problemas que Resuelve

La evolución de la tienda física como centro de experiencias aborda varios desafíos críticos que enfrenta el comercio minorista tradicional. Principalmente, combate el declive del tráfico en tiendas físicas al ofrecer razones convincentes para que los clientes visiten las tiendas. Además, proporciona una respuesta efectiva a la creciente competencia del ecommerce, ofreciendo experiencias que no pueden replicarse online.

Otros problemas que esta tendencia ayuda a resolver incluyen

- Falta de diferenciación en un mercado saturado.
- Desconexión entre los canales online y offline.
- Dificultad para crear conexiones emocionales con la marca.
- Necesidad de justificar el costo del espacio físico.
- Limitaciones en la recopilación de datos sobre el comportamiento del cliente en tienda.

Resultados de mejora

La adopción de este nuevo concepto de tienda física como centro de experiencias conduce a mejoras significativas en múltiples aspectos del negocio minorista. Uno de los resultados más notables es el aumento en el engagement del cliente, con visitas más largas y frecuentes a las tiendas. Esto se traduce en un incremento en las ventas por metro cuadrado y una mayor lealtad del cliente hacia la marca.

Otros resultados positivos incluyen

Estos beneficios combinados no solo mejoran la rentabilidad de las tiendas físicas, sino que también refuerzan su papel crucial en la estrategia general de retail.

- 1 Diferenciación de marca más fuerte
- 2 Aumento en el valor del tiempo de vida del cliente
- 3 Mejora en la recopilación de datos del cliente
- 4 Optimización de la estrategia omnicanal
- 5 Incremento en las ventas cruzadas y up-selling
- 6 Mayor eficacia en el lanzamiento de nuevos productos
- 7 Fortalecimiento de la comunidad entorno a la marca

Key Facts



6. Liderazgo en tres dimensiones

Descripción de la tendencia

El liderazgo en el sector minorista está evolucionando rápidamente para adaptarse a un entorno cada vez más complejo y dinámico. En 2024-2025, vemos emerger un nuevo paradigma de liderazgo que se enfoca en tres dimensiones críticas: digitalización, resultados y sostenibilidad. Este enfoque multidimensional permite a los líderes navegar eficazmente los desafíos del comercio moderno, impulsando la innovación y el crecimiento sostenible.



El liderazgo en tres dimensiones se caracteriza por:



Maestría Digital
Capacidad para impulsar y gestionar la transformación digital.



Orientación a Resultados
Enfoque en el crecimiento sostenible y rentable.



Innovación Continua
Fomento de una cultura de experimentación y mejora constante.



Agilidad y Adaptabilidad
Capacidad para pivotar rápidamente ante cambios del mercado.



Gestión del Talento Diverso
Liderazgo de equipos multiculturales y multigeneracionales.



Compromiso con la Sostenibilidad
Integración de prácticas sostenibles en toda la operación.



Problemas que Resuelve

El liderazgo en tres dimensiones aborda varios desafíos críticos que enfrentan los ejecutivos del sector minorista en la actualidad. Principalmente, resuelve la brecha entre las habilidades tradicionales de gestión y las competencias necesarias para liderar en la era digital. Este enfoque permite a los líderes navegar eficazmente la complejidad del mercado actual, equilibrando las demandas a menudo contradictorias de innovación tecnológica, rendimiento financiero y responsabilidad social.

Otros problemas que esta tendencia ayuda a resolver incluyen

-  Resistencia al cambio dentro de las organizaciones.
-  Dificultad para atraer y retener talento de alto nivel.
-  Falta de alineación entre estrategia digital y objetivos de negocio.
-  Presión para mantener la rentabilidad a corto plazo vs inversión a largo plazo.
-  Desafíos en la implementación de prácticas sostenibles a escala.

Resultados de mejora

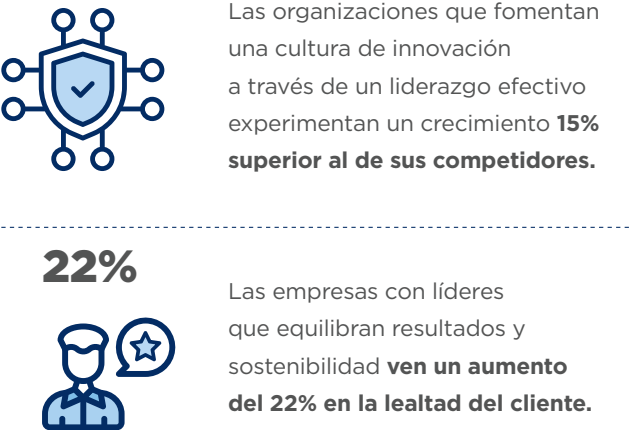
La adopción del liderazgo en tres dimensiones conduce a mejoras significativas en múltiples aspectos del negocio minorista. Uno de los resultados más notables es una mayor agilidad organizacional, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y capitalizar nuevas oportunidades. Los líderes que dominan este enfoque logran un equilibrio más efectivo entre innovación, eficiencia operativa y responsabilidad social.

Otros resultados positivos incluyen

Estos beneficios combinados no solo mejoran el desempeño financiero, sino que también posicionan a la empresa para un éxito sostenible a largo plazo.

- 1** Aceleración de la transformación digital
- 2** Mejora en la toma de decisiones basada en datos
- 3** Aumento en la satisfacción y retención de empleados
- 4** Mayor atracción de talento joven y diverso
- 5** Mejora en la reputación de marca y lealtad del cliente
- 6** Incremento en la eficiencia operativa y reducción de costos
- 7** Desarrollo de nuevas fuentes de ingresos a través de la innovación

Key Facts



Conclusión: Impacto y oportunidades para la industria mexicana

A medida que concluimos este Reporte de Innovación GS1 2024-2025, es crucial reflexionar sobre cómo éstas tendencias globales pueden influir y beneficiar específicamente a la industria minorista mexicana.

Resumen de tendencias clave

Hemos explorado seis tendencias transformadoras:



1. Resiliencia del sector minorista en la era digital



2. La revolución de la Inteligencia Artificial en el comercio minorista



3. Comercio autónomo y automatización



4. Comercio impulsado por contenido y retail media



5. Evolución de la tienda física como centro de experiencias



6. Liderazgo en tres dimensiones

Oportunidades para la Industria Mexicana

Adopción de Tecnologías Emergentes

La implementación de IA y automatización puede ayudar a los minoristas mexicanos a optimizar operaciones y reducir costos, haciéndolos más competitivos a nivel global.

Personalización del Mercado Local

El comercio impulsado por contenido ofrece la oportunidad de crear experiencias de compra únicas que reflejen la rica cultura y diversidad de México.

Desarrollo de Talento Digital

El enfoque en el liderazgo tridimensional puede impulsar la formación de una nueva generación de líderes empresariales mexicanos equipados para el futuro digital.

Transformación de Tiendas Físicas

La evolución de las tiendas como centros de experiencia puede revitalizar los espacios comerciales tradicionales, atrayendo a una nueva generación de consumidores mexicanos.

Expansión del E-commerce

La mejora en la resiliencia digital puede acelerar la adopción del comercio electrónico en México, llegando a más consumidores en áreas urbanas y rurales.

Desafíos y Consideraciones



Adaptación Cultural

Las estrategias globales deben adaptarse a las preferencias y comportamientos únicos del consumidor mexicano.



Inversión en Infraestructura

Se requerirá una inversión significativa en infraestructura digital y logística para aprovechar plenamente estas tendencias.



Brecha Digital

Es crucial abordar las disparidades en el acceso a la tecnología para asegurar una adopción equitativa de estas innovaciones en todo México.

El papel de GS1 México



GS1 México está posicionado para desempeñar un papel crucial en esta transformación



Facilitando la adopción de estándares globales que permitan la interoperabilidad y la eficiencia en la cadena de suministro.



Proporcionando formación y recursos para ayudar a los minoristas mexicanos a implementar estas innovaciones.



Actuando como puente entre las tendencias globales y las necesidades locales del mercado mexicano.

Mirando hacia el futuro

La industria minorista mexicana se encuentra en un punto de inflexión emocionante. Al abrazar estas tendencias innovadoras y adaptarlas al contexto local, los minoristas mexicanos tienen la oportunidad de no solo mantenerse competitivos, sino de liderar en la nueva era del comercio global.

El futuro del retail en México es brillante, impulsado por la innovación, la tecnología y un profundo entendimiento de las necesidades únicas del consumidor mexicano. Juntos, podemos construir un sector minorista más resiliente, eficiente y centrado en el cliente que impulse el crecimiento económico y mejore la vida de los consumidores en todo México.



Acerca de GS1 México

Somos una Asociación líder en México gracias a que impulsamos nuevas tendencias de negocios que permiten el desarrollo e integración de una empresa al mundo digital. Nuestros servicios, basados en estándares internacionales, brindan información útil, completa y eficiente que mejora el posicionamiento de productos en sus respectivos mercados, y ofrece mayores competencias para participar en el comercio electrónico del país. Nuestra principal actividad es asignar Códigos de Barras para la identificación de tus productos.

GS1 México

Blvd. Toluca No. 46
Col. El Conde
C.P. 53500
Naucalpan, Edo. de México

T 800 504 5400

E info@gs1mexico.org

www.gs1mexico.org



GS1.Mexico



@GS1_Mx



gs1-mexico



GS1Mex



gs1mexico