Publicado en CDMX el 24/01/2024

# [ZKDigimax reconoce que la IA está lista para reiventar el retail](http://www.notasdeprensa.es)

## La personalización impulsada por la IA mejora la satisfacción general del cliente y ayuda al retailer en el desarrollo de sus programas de lealtad de acuerdo con un análisis de ZKDigimax

 La inteligencia artificial (IA) emerge en la actualidad como una herramienta crucial para mejorar la eficiencia y personalizar la experiencia del cliente. Algunas compañías están apostando por el desarrollo y entrenamiento de diversas aplicaciones de IA para retail, entre ellas, analíticos avanzados que desempeñan un papel fundamental al proporcionar información valiosa sobre el comportamiento del consumidor. Carlos Santamaría, Director de la División de Negocio Retail para América Latina en ZKDigimax, explicó que una de las aplicaciones más impactantes de la IA en el retail es el conteo de personas y el análisis de mapas de calor. Esto es, sistemas basados en visión por computadora que utilizan algoritmos avanzados para rastrear el flujo de clientes en la tienda. Estos análisis proporcionan datos precisos sobre las áreas más concurridas, permitiendo a los minoristas optimizar el diseño del espacio y mejorar la distribución de productos. "La capacidad que tiene la IA para clasificar a los compradores según su género, edad y ciertas características físicas, así como identificar los accesorios que los clientes utilizan como prendas de vestir e incluso la marca de estas es, redefine la forma en que se enfocan las estrategias de marketing. Algoritmos de aprendizaje automático analizan características visuales y patrones de comportamiento para ofrecer perfiles demográficos tan detallados, que dotan de información que permite a los minoristas adaptar sus campañas publicitarias y ofertas a segmentos específicos de clientes", detalló Santamaría.  De acuerdo con el especialista, la IA no solo ayuda a entender quiénes son los clientes, sino también cómo interactúan con los productos y servicios. Utilizando datos demográficos y patrones de compra, los minoristas pueden ofrecer experiencias personalizadas, desde recomendaciones de productos hasta ofertas exclusivas, es decir, la propia tienda reconoce al usuario al igual que sus compras recurrentes, para de esta manera, poder sugerir productos relacionados, nuevas opciones de compra o incluso promociones específicamente dirigidas.  "La personalización impulsada por la IA mejora la satisfacción general del cliente y ayuda al retailer en el desarrollo de sus programas de lealtad. Los algoritmos predictivos de la IA son una herramienta esencial para anticipar las tendencias del mercado y gestionar el inventario de manera eficiente. Analizando grandes conjuntos de datos, la IA puede prever la demanda futura, evitando excedentes o escasez de productos; esto no solo mejora la rentabilidad, sino que también asegura que los minoristas estén a la vanguardia de las últimas tendencias", detalló el Director de la División de Negocio Retail para América Latina en ZKDigimax. A pesar de los beneficios evidentes, el uso de la IA en el retail no está exento de desafíos, como por ejemplo, la preocupación por la privacidad y la ética. Sin embargo, a medida que la tecnología avanza, también lo hacen las soluciones a estos problemas. El futuro de la inteligencia artificial en el comercio minorista promete innovaciones aún más emocionantes, consolidando su posición como un activo esencial para el éxito en un mercado cada vez más competitivo.

**Datos de contacto:**

Ariadna Cuevas

PR Executive

5521328198

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/zkdigimax-reconoce-que-la-ia-esta-lista-para](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Software Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)