

Retail dejó atrás experimentación

●El National Retail Federation (NRF) 2026 marcó un punto de inflexión: el retail ya no proyecta el futuro, lo está operando. La inteligencia artificial dejó de ser promesa y pasó a ser estructura, integrándose en procesos clave como gestión de inventarios, pricing dinámico y prevención de pérdidas. Ya no se trata de innovación por marketing, sino de eficiencia y ejecución.

En Latinoamérica, donde conviven márgenes estrechos y operaciones complejas, la tecnología solo tiene sentido si se traduce en control, productividad y respuesta ágil. La transformación digital ya no es un proyecto, es un requisito operativo. El foco no es sumar capas, sino reducir fricciones, integrar datos y simplificar la toma de decisiones.

La tienda física, lejos de desaparecer, se transforma en centro logístico, punto de experiencia y fuente de datos. Ejecutar con coherencia y adaptar soluciones al contexto regional es hoy la diferencia entre sostener el negocio o quedarse atrás.

Francisco Henríquez Garros