

Merchandising 2.0: Evolución en un mundo de IA Agéntico

Noviembre 27, 2025



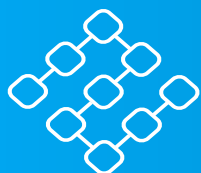
Mensajes clave de hoy



La oportunidad de la Inteligencia Artificial Agéntica



Merchandising 2.0: Evolución en un mundo de agentes



¿Cómo iniciar el recorrido?

Un gran merchandising separa a los ganadores del resto

El potencial de un merchandising de clase mundial es enorme...

La capacidad de vender el **producto** adecuado al **precio** adecuado en el **canal** adecuado nunca ha sido más importante

40%

del tiempo de los comerciantes todavía se dedica a tareas que no agregan valor hoy en día

"Los comerciantes están dedicando demasiado tiempo a tareas automatizables cuando su tiempo podría invertirse en crear alianzas estratégicas"

– Director Comercial, Minorista

...pero estamos exigiendo cada vez más a los Comerciantes, dificultando que hagan aquello en lo que son excelentes



El ritmo de cambio se acelera



Los ciclos de producto se acortan



La competencia se intensifica



Los canales se transforman



Los datos proliferan

La IA Agéntica: un cambio radical para Merch, equivalente a los mejores gerentes de categoría trabajando 24/7

Evolución de IA

Orquestación de agentes combinada con la fidelidad de los LLMs

GenAI ha madurado y los datos se han estabilizado, mejorando los LLMs



Podemos construir agentes con propósito (e.g., agente de datos, agente de análisis, agente de noticias, agente de reuniones) para ejecutar tareas



Los agentes pueden transferir tareas a otros agentes a través de flujos de trabajo



Impacto en merchandising

Toma de decisiones más rápida y efectiva



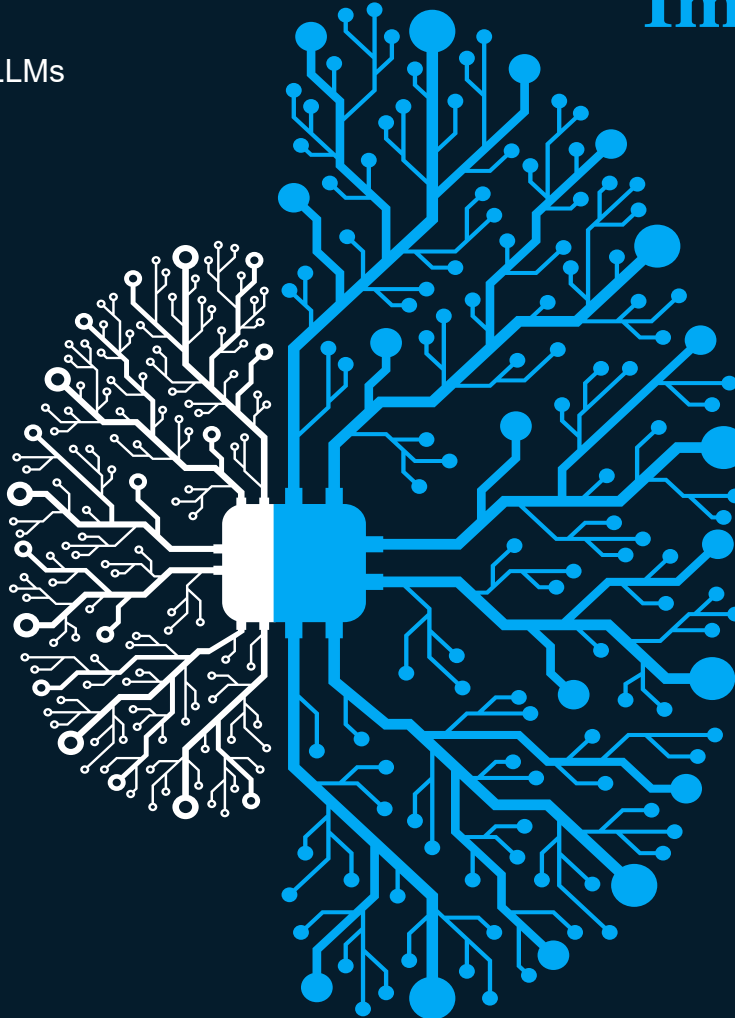
Automatización de actividades repetitivas de bajo valor (p. ej., generación de informes)



Ideas inteligentes y recomendaciones basadas en datos en tiempo real



Acceso a una única fuente de verdad con paneles intuitivos y fluidos



GenAI aún no ha cosechado todos los beneficios...

>80%

de las organizaciones han explorado o probado casos de uso de GenAI

~95%

de las empresas aún informan que no hay una contribución material a las ganancias por parte de sus iniciativas de Gen AI

...pero la IA Agéntica podría ser el habilitador de la captura de valor



IA general

Limitado por datos fragmentados y estáticos

Dificultades para alinear, interpretar datos de diversas fuentes

Automatiza pasos, dentro de secuencias rígidas

Opera en silos, limitando el impacto empresarial

Depende del juicio humano para la interpretación y la acción

Explora casos de uso limitados de forma reactiva



IA Agéntica

Libera todo el potencial de los datos empresariales

Construye una única estructura de datos adaptable que aprende y evoluciona

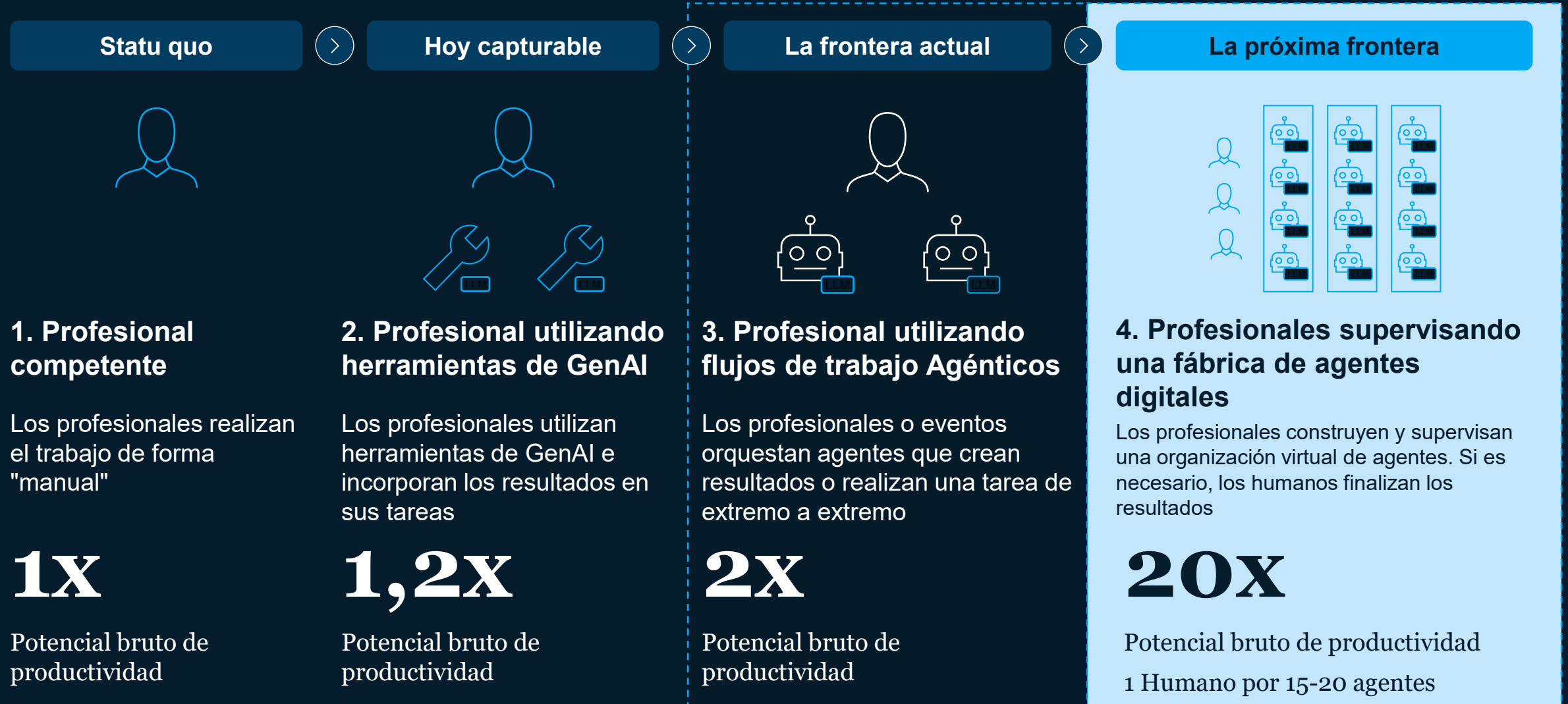
Orquesta flujos de trabajo dinámicos que se adaptan en tiempo real

Conecta ecosistemas para actuar como una inteligencia integrada

Actúa de forma autónoma con supervisión inteligente y mínima intervención

Realiza simulaciones proactivas para descubrir oportunidades a escala

Desbloquear valor a escala requiere evolucionar de herramientas de GenAI a flujos de IA Agénticos



Merchandising será una de muchas funciones que serán transformadas por IA Agéntica

Ejemplos de áreas de impacto



Merchandising

- Surtido de productos optimizado
- Precios y promociones dinámicas
- Merchandising visual automatizado



Cadena de suministro

- Pronóstico predictivo de la demanda
- Logística y rutas optimizadas
- Riesgo y mantenimiento proactivo



Marketing

- Contenido hiperpersonalizado
- Optimización dinámica de campañas publicitarias
- Análisis de sentimiento del cliente



Ops en tienda

- Prevención de pérdidas y detección de fraudes
- Programación de trabajos optimizada y automatizada
- Pago sin fricciones
- Verificaciones de inventario automatizadas



Funciones Corporativas

- Adquisición acelerada de talento
- Automatización de facturas, informes de gastos, informes financieros
- Análisis legal y de cumplimiento acelerado

Merchandising 2.0, habilitada por IA Agéntica desbloqueará valor financiero y operativo en retail

Los cambios que anticipamos...

60%+

De **tareas manuales clave automatizadas** y estandarizadas para la toma de decisiones

25-40%

De **tiempo entre comerciantes y planificadores redirigido** a la toma de decisiones estratégicas

2-5%+

De **incremento de ingresos** mediante mejores decisiones de surtido, apoyadas por inteligencia competitiva integrada, modelos de transferencia de demanda y mayor adopción

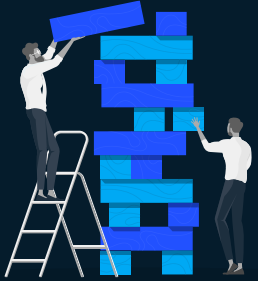
2-3%+

De **expansión del margen bruto** mediante una mejor negociación basada en una profunda visión de los 'costes idóneos' y datos de proveedores competidores

Consistencia de punta-a-punta

y estandarización en actividades y conocimientos de gestión del desempeño

Sin embargo, integrar IA Agéntica en el merchandising requerirá más que sólo los modelos



Datos sólidos

- Ecosistemas de datos de alta calidad
- Pipelines regulados y rastreables
- Infraestructura automatizada



Prácticas modernas de ingeniería

- Sistemas flexibles (e.g., APIs, microservicios)
- Monitorización, retroalimentación y medidas de seguridad



Talento de nueva generación

- Evolución de los roles del merchant / comprador
- Experiencia técnica (ingenieros, científicos de datos)
- Líderes multifuncionales



Nuevas formas de trabajo

- Colaboración humano-agente
- Grupos multifuncionales
- Cambio cultural con objetivos de impacto reimaginados



Gestión del rendimiento

- Medición de valor y resultados de equipos humano-IA
- Alineación de roles y desempeño

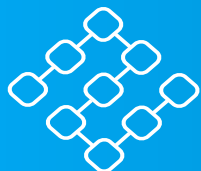
Mensajes clave de hoy



La oportunidad de la Inteligencia Artificial Agéntica



Merchandising 2.0: Evolución en un mundo de agentes



¿Cómo iniciar el recorrido?

El Comerciante del futuro tendrá una colección de agentes que...



Automatiza tareas manuales

Toma el control de actividades repetitivas y de bajo valor como actualizaciones de catálogo, reportes de consultas, ejecución de cambios de precio, etc.



Proporciona ideas y recomendaciones inteligentes

Ofrece informes semanales personalizados e información detallada sobre el rendimiento para impulsar acciones oportunas (e.g., reasignar inventario, optimizar promos)



Ofrece una única fuente de verdad

Unifica datos fragmentados y complejos de múltiples fuentes de información en una única vista confiable (e.g., ventas, marketing y logística)



Habla en un lenguaje sencillo

Prioriza la claridad, la explicabilidad y la escalabilidad, siendo simple, intuitivo e integrado sin problemas entre canales



Desbloquea una integración fluida

Combina contenido de formación para ofrecer respuestas prácticas en lenguaje natural a preguntas frecuentes, acelerando la incorporación y creando coherencia

Esto transformará la función de merchandising: organización, roles y rituales



Nueva organización de merchandising

Más ágil, más horizontal y enfocada

La estructura del equipo cambia:

- De jerarquía **a equipos más ágiles y planos impulsados por agentes autónomos** que ejecutan tareas repetitivas
- Reasignación de capacidad hacia nuevos roles (ej., líderes de datos, ingenieros de surtido)



Nuevos roles y responsabilidades

Orquestación de agentes

El enfoque del comerciante cambia:

- De recopilar datos **a interpretar ideas**
- De la ejecución manual **a entrenar y afinar agentes**
- De perseguir excepciones **a establecer límites y dirección estratégica**



Nuevos rituales de equipo

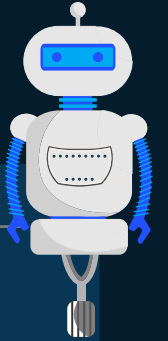
Ciclos de aprendizaje continuo

Los rituales del equipo cambian:

- De revisiones mensuales **a reuniones diarias**
- De informes estáticos **a revisiones semanales de decisiones**
- De reuniones retrospectivas **a bucles de aprendizaje continuo**

El merchant del futuro trabajará de una forma muy distinta a la actual

No exhaustivo



Tipo de actividad

El merchant / comprador de hoy...

El futuro comerciante...



Recolección de data



Persigue datos de múltiples sistemas y equipos

Pasa horas conciliando archivos de objetos, paquetes y costes

Usará paneles en tiempo real, integrando datos internos (financieros, operativos) y externos (mercado, competidores)

Controlará las versiones mediante la sincronización automática de datos de ítems y costes entre sistemas

Generación de Insights



Carece de comprensión de las causas raíz de los problemas de rendimiento

Negocia basándose en el gasto histórico, la intuición y los informes estáticos

Tendrá una visión unificada y en tiempo real del rendimiento, los factores y los riesgos, con análisis de la causa raíz

Utilizará copilotos de IA que muestren referencias de proveedores, tendencias de costes y sugerencias para moldear las negociaciones

Planificación



Construye y secuencia calendarios promocionales manualmente

Establece objetivos de categoría y presupuestos mediante hojas de cálculo

Entrenará al agente para planificar, simular y optimizar los calendarios promocionales de forma dinámica

Alineará dinámicamente los roles de categoría y los presupuestos anuales mediante asistentes de planificación con IA

Ejecución



Resuelve manualmente los problemas de inventario y de disponibilidad en anaqueles

Ejecuta manualmente los cambios de precios y promociones

Permitirá que la IA detecte, priorice y envíe la reposición o ejecución

Deberá llevar a cabo la aprobación de acciones de "riesgo" para la ejecución automática basada en reglas

Organización: humanos y agentes se asociarán en equipos más horizontales, ágiles y alineados con los resultados



Agentes

La estructura de la organización de merchandising hoy en día










La estructura organizativa futura con agentes



Roles y responsabilidades: La nueva estructura cambiará fundamentalmente las capacidades requeridas

Roles en evolución Nuevos roles

Rol	Responsabilidades principales	Habilidades y capacidades requeridas
 Gerente de categorías	Estratega: Define la propuesta de valor, diseña la estrategia de cliente, dirige agentes de IA y gestiona la narrativa con clientes y partners	<ul style="list-style-type: none"> Gobernanza de IA, ética y seguridad Gestión de agentes y enfoque en producto Supervisión y orientación de decisiones con IA
 Líder de datos de categoría	Integrador de inteligencia: conecta datos y IA, validando conocimientos, modelos y calidad para maximizar el impacto empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Modelado causal y MLOps Gobernanza y validación de datos Convertir analítica en acción
 Gerente de precios y promociones	Lab runner: experimenta con IA en puntos de contacto físicos y digitales, midiendo impacto y ajustando las aprobaciones automáticas	<ul style="list-style-type: none"> Diseño experimental e inferencia causal Modelado de escenarios en tiempo real Ética de datos y equidad
 Gerente de planificación de espacios	Arquitecto de experiencias: integra diseños de IA, visión del cliente y narrativa de marca para crear experiencias físicas y digitales	<ul style="list-style-type: none"> Dominio de datos espaciales y de comportamiento Psicología del comprador y storytelling visual
 Líder de éxito de proveedores	Arquitecto de valor: negocia sobre la calidad de datos y el ROI de retail, utilizando resultados de IA para co-crear planes de crecimiento de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Negociación basada en datos Fluidez en medios minoristas
 Líder de surtido	Arquitecto del sistema de la gama: mantiene el gemelo digital de surtido, gestiona el control de versiones, las reglas de elegibilidad y las actualizaciones de agentes	<ul style="list-style-type: none"> Arquitectura de datos y taxonomía de productos Automatización de procesos
 Administrador de políticas y procedimientos	Guardián: garantiza que las acciones de IA cumplan con los estándares y cumplimiento, audita los valores atípicos y evoluciona las políticas	<ul style="list-style-type: none"> Gobernanza y ética de la IA Traducción de políticas a algoritmos Gestión de excepciones y diseño de escalada

La IA impulsará nuevos rituales que transformarán al equipo de merchandising hacia la proactividad

Cadencia	Hoy
Diaria	<p>‘Apagado de incendios’: Equipos resuelven falta de stock, errores de precios y problemas con proveedores</p> <p>Comprobaciones manuales: Comerciantes analizan ventas y resultados promocionales del día anterior</p>
Semanal	<p>Reuniones de desempeño: Revisa KPIs rezagados y define próximos pasos</p> <p>Revisiones de experimentos: Pruebas pausadas u olvidadas por seguimiento limitado</p>
Mensual	<p>Análisis de categoría: análisis manual de precios, surtido y métricas promocionales; enfocado en justificar</p> <p>Revisiones de proveedores: centrado en financiación comercial, reembolsos y resolución de problemas; enfoque transaccional</p>
Trimestral	<p>Revisiones trimestrales: Sesiones intensivas enfocadas en resúmenes históricos</p> <p>Negociación de contratos: Enfocada en precios y reembolsos</p>

Nuevos rituales de equipo
<p>Excepciones diarias: líderes de datos y operadores revisan anomalías detectadas por la IA (ej. variación de precio)</p> <p>Resolución autónoma de problemas: los humanos toman decisiones críticas mientras la IA gestiona soluciones</p>
<p>Revisión semanal de decisiones: ajustar pruebas según lecturas de rendimiento causal, con impacto resumido por IA</p> <p>Sesión de Co-Planificación de IA: IA propone acciones para la siguiente semana (ej. rotación de promoción, prioridades)</p>
<p>Consejo Mensual: optimizar tiempos de espera, límites promocionales y equidad; alinear reglas a nivel sistema</p> <p>Consejo de Crecimiento de Proveedores: La IA identifica oportunidades, sinergias mediáticas y eficiencias en la cadena para coinvertir</p>
<p>Revisión trimestral de negocios de proveedores: alinear hojas de ruta, pilotos de intercambio de datos y resultados</p> <p>Revisión de Escenarios Impulsada por IA: Simular resultados trimestrales bajo distintas estrategias de precios o mezcla</p>

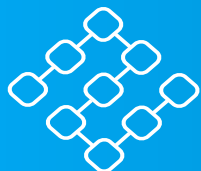
Mensajes clave de hoy



La oportunidad de la Inteligencia Artificial Agéntica




Merchandising 2.0: Evolución en un mundo de agentes



¿Cómo iniciar el recorrido?

La evolución de la función de merchandising será un recorrido constante para las organizaciones

	 Identifica el valor	 Construye y muestra valor	 Aprende, Mejora y escala
Descripción	Definir dónde la IA Agéntica puede generar impacto rápido priorizando casos de uso y preparando datos y tecnología	Desarrollar un MVP funcional que pruebe la viabilidad con usuarios y sienta las bases para escalar	Llevar las soluciones a producción, expandirlas a más categorías y mercados
Tiempos de ejecución	<i>Semanas</i>	<i>Meses</i>	<i>Años</i>
Objetivos	Alinear 2-3 casos de uso priorizados y definir los resultados de negocio para cada uno (tiempo ahorrado, etc.) Arquitectura de solución de diseño con LLMs + agentes MVP Identifica la preparación de datos/tecnología	Crear un MVP de preproducción para casos de uso prioritarios Demostrar la viabilidad con usuarios reales y funcionalidades esenciales Crear una arquitectura fundamental que pueda aprovecharse en futuros casos de uso	Escalar el MVP a la producción, ampliar a categorías, mercados y monitorizar los KPIs Desarrollar nuevos casos de uso para generar valor adicional

¡Gracias!