



La experiencia ‘phygital’, la omnicanalidad, y la Inteligencia Artificial revolucionan el retail

Las tecnologías disruptivas, la expansión del ecommerce y los nuevos hábitos de compra están transformando los modelos de venta y los procesos logísticos

Dimas Gimeno, socio fundador y CEO del centro comercial WOW Concept, o Manuel Estébanez, CIO de GOfit, compartirán su caso de éxito centrado en la digitalización de negocio

Madrid, 09 de junio de 2023. – El sector del retail, la logística y el ecommerce están experimentando una gran evolución impulsados por la digitalización y las tecnologías exponenciales. Las últimas tendencias apuntan a que la industria dará un gran paso en la experiencia *phygital*; es decir, la combinación del entorno físico y digital, donde las barreras entre ambos universos quedan diluidas. De hecho, el 75% de las empresas ya desean que las vivencias en tienda y en las plataformas online estén unificadas, según informes de mercado. El objetivo es ofrecer a los clientes una experiencia de compra óptima y satisfacer los nuevos comportamientos y necesidades de los consumidores.

[DES – Digital Enterprise Show 2023](#), el mayor evento europeo sobre tecnologías exponenciales que se celebrará en Málaga del 13 al 15 de junio con la asistencia de más de 17.000 directivos, expondrá en **Retail & Logistic Forum** cómo las disrupciones surgidas con la Inteligencia Artificial, la economía del dato y los nuevos hábitos de los consumidores están transformando toda la cadena de valor de la venta al detalle.

Los consumidores de 2023 buscan experiencias omnicanales

Una de las mayores revoluciones que la tecnología está permitiendo es la experiencia híbrida de compra. A tal efecto, **Dimas Gimeno**, socio fundador y CEO del centro comercial WOW Concept y expresidente de El Corte Inglés, aportará su conocimiento en el entorno *phygital* y explicará el funcionamiento de este concepto que ha llevado a la práctica por primera vez en Madrid. Junto a Gimeno, **Sonia Paz**, Business Transformation Officer en Havas Media Group, ofrecerá su visión sobre la construcción de espacios en los que se combinan los beneficios de la presencialidad con las oportunidades del mundo virtual a fin de ofrecer una “customer experience” completa.

Con la evolución del retail, a raíz de la irrupción masiva del comercio electrónico y de los modelos de omnicanalidad, la industria afronta el reto de integrar las nuevas tecnologías disruptivas para crecer en competitividad y eficiencia. Al respecto, la combinación de datos con la Inteligencia Artificial permitirá dar nuevos pasos y optimizar la toma de decisiones. **Emma Galindo**, Head Advanced Analytics & Artificial Intelligence en T-Systems, y **Fernando Pareja**, Head of Sales, Services & Logistics Business Unit en la misma compañía, analizarán cuál es el papel que realmente juegan las tecnologías en la innovación constante en la que está inmerso el retail, donde se incrementan los clientes digitales nativos.



Además, en el camino para ser más eficiente, la agilidad se ha convertido en una palanca para el crecimiento económico empresarial. **Gonzalo Martínez**, IT Global Director en el operador logístico, Logisfashion, dará las claves para adaptar la empresa a la velocidad que requieren los procesos hoy en día, a causa de la expansión del ecommerce. Por su parte, **David Colomo**, Channel Field Sales Engineer en Intel Corporation, ahondará en cómo acelerar y simplificar la transformación digital del comercio minorista.

Inteligencia Artificial aplicada al bienestar

La Inteligencia Artificial se está introduciendo en múltiples sectores, llegando también al mundo del bienestar. **Manuel Estébanez**, CIO de GOfit, junto a **Esther Cardenal**, Senior Product Manager de Telefónica Tech AI of Things, abordarán la manera a partir de que las soluciones tecnológicas de IA implementadas en centros deportivos han permitido optimizar las instalaciones, maximizar las inversiones y mejorar el servicio ofrecido a los clientes. Entre otros, el sistema proporciona información sobre el flujo, mapas de calor, secuencias de rutas y perfiles demográficos para enriquecer la experiencia del usuario y orientar las decisiones empresariales gracias a los datos.

Por último, la cumbre también explorará el especial protagonismo que han adquirido las pasarelas de pago en el universo del comercio online con el fin de facilitar las transacciones. **Francisco de Asís Vicente**, eCommerce Manager en Getnet by Santander, pondrá de relieve la ventaja competitiva en la que se ha convertido el ecommerce así como la trascendencia de las pasarelas de pago, que simplifican la gestión y contribuyen al incremento de ventas por su tecnología.