



RETAIL COMO SISTEMA INTELIGENTE

NEWSLETTER - 13 /02/2026

25.^a EDICIÓN

LA NUEVA ARQUITECTURA DEL PUNTO DE VENTA

El retail ya no puede entenderse como un conjunto de **canales independientes**. Hoy funciona como un **sistema** donde cada **interacción —física o digital—** genera **información estratégica**. Cuando los **datos del punto de venta**, el **entorno digital** y los **sistemas de gestión** se conectan, el negocio deja de operar por **intuición** y empieza a decidir con **inteligencia**.

En este modelo, **la tienda** no es solo un **espacio de venta**: es un **nodo que integra datos, experiencia y ejecución** dentro de una **arquitectura capaz de anticipar comportamientos y optimizar resultados**.



“Para ellos, lo digital es su lengua materna.”

VER MÁS

CONTÁCTANOS



ACTUALIDAD IOCA

DEL TRÁFICO ANÓNIMO AL CLIENTE IDENTIFICADO

En una tienda física ocurren muchas interacciones que tradicionalmente han sido invisibles: clientes que observan, comparan y muestran interés sin dejar rastro. Este tráfico anónimo limita la capacidad del retail para aprender y optimizar su estrategia.

Hoy, gracias a la conexión entre punto de venta y entorno digital, es posible transformar ese interés en datos accionables. Cuando cada interacción se integra en un sistema unificado, la tienda deja de ser una caja negra y se convierte en una fuente de conocimiento que permite entender mejor al cliente y tomar decisiones más precisas.

[VER MÁS](#)

¿QUÉ HAY
DETRÁS DEL QR?
CLICK AQUÍ



CONTÁCTANOS

COMERCIO UNIFICADO: UNA SOLA FUENTE DE VERDAD

Muchas empresas operan en múltiples canales, pero siguen tomando decisiones con datos fragmentados. El comercio unificado propone un enfoque distinto: integrar información de tienda física, ecommerce y entorno digital en una única fuente de verdad. Cuando todos los equipos trabajan con la misma base de datos, el negocio gana coherencia, agilidad y capacidad de análisis.

El resultado es un retail que deja de gestionar canales aislados y empieza a funcionar como un sistema conectado, donde cada interacción aporta información para optimizar la estrategia y mejorar la experiencia del cliente.

VER MÁS

CONTÁCTANOS



EL QR COMO INFRAESTRUCTURA DE DATOS EN RETAIL

Durante mucho tiempo, el QR se utilizó como un simple acceso a información adicional. Hoy puede cumplir un papel mucho más estratégico.

Cada escaneo representa el momento en que el interés físico se convierte en comportamiento digital medible. Integrado en un sistema de comercio unificado, el QR permite conectar producto, ubicación y cliente dentro de una misma arquitectura de datos. Así, la tienda deja de ser un espacio opaco y empieza a generar información valiosa para comprender mejor al consumidor y optimizar decisiones comerciales.

[VER MÁS](#)

[CONTÁCTANOS](#)



ESCANEA Y SORPRÉNDETE

[CLICK AQUÍ](#)



ESCANEA Y SORPRÉNDETE

[CLICK AQUÍ](#)

Cada escaneo transforma interés en datos accionables.

El Código QR: Un Nodo de Inteligencia de Negocios

+28%

Aumento de escaneos en el sector de electrónica de consumo (2022-2023).

64%

De los consumidores estadounidenses han escaneado un QR al menos una vez.

46%

De los compradores están dispuestos a usarlos al comprar electrónica.

+22%

Crecimiento proyectado del uso global para 2025.

No todos los QR generan valor: la diferencia está en la inteligencia detrás del código.

QR Estático (El Error)

Destinos fijos. Si cambia la campaña, hay que reimprimir todo el material físico.

Sin métricas detalladas.



QR Dinámico (La Estrategia)

- **Redirección en Tiempo Real:** Un código en un escaparate puede llevar a una oferta por la mañana y a un registro de fidelidad por la noche.
- **Integración CRM:** Vincula el escaneo a perfiles de clientes específicos (p.ej., el caso PUMA con "My Account").
- **Trazabilidad:** Permite medir ROI, ubicación y dispositivo.





INTELIGENCIA PREDICTIVA EN RETAIL DESDE EL PUNTO DE VENTA

El retail más competitivo ya no se limita a medir lo que ocurrió, busca anticipar lo que ocurrirá. La inteligencia predictiva comienza cuando el punto de venta deja de ser una caja negra y empieza a capturar señales reales: interés, interacción, permanencia y comportamiento.

Al integrar esos datos con el ecosistema digital y una fuente unificada de información, es posible detectar patrones, prever demanda, optimizar inventario y activar acciones más precisas. Pasar de reaccionar a anticiparse es, hoy, una ventaja estratégica.

Sales Lift: Midiendo la Incrementalidad



1. Ventas Reales - Ventas Base
= **Sales Lift Incremental**
2. (Sales Lift / Ventas Base) x 100
= **% de Incremento**

La Validación Financiera: Calculando el ROI

$$ROI (\%) = \left[\frac{(\text{Ganancia Generada} - \text{Costo Total})}{\text{Costo Total}} \right] \times 100$$

Ejemplo: Inversión \$1,000 → Ventas Adicionales \$5,000 = 400% ROI

[VER MÁS](#)

[CONTÁCTANOS](#)

LA TIENDA QUE COMUNICA: EL NUEVO MEDIO DEL RETAIL GEN Z

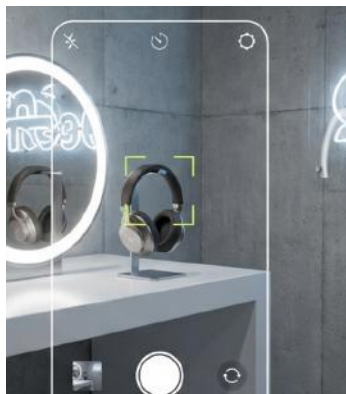
Para la Generación Z, la tienda ya no es solo un lugar de compra, es un espacio de expresión de marca.

El punto de venta se convierte en un medio propio donde la narrativa, el diseño y la experiencia transmiten identidad. Cuando el espacio físico conecta con el universo digital de la marca, la tienda deja de ser únicamente transaccional y pasa a comunicar valores, estilo y propósito.

En este contexto, el cliente no solo compra: también comparte, amplifica y convierte la experiencia en contenido que expande el alcance de la marca.

[VER MÁS](#)

[CONTÁCTANOS](#)





JL



yourkindoftech

#yourkin



POP ESTRATÉGICO: DONDE LA EJECUCIÓN DEFINE LA RENTABILIDAD

En retail, una buena estrategia puede perder impacto si no se ejecuta correctamente en tienda. El POP deja de ser un elemento decorativo cuando se integra dentro de procesos claros de implementación, supervisión y medición. Ubicación correcta, consistencia entre puntos de venta y mantenimiento adecuado son factores que determinan su rendimiento.

Cuando la ejecución se gestiona con disciplina operativa, el punto de venta deja de ser solo un espacio de exhibición y se convierte en un motor capaz de impulsar rotación, visibilidad y resultados sostenidos.

[VER MÁS](#)



[CLICK AQUÍ](#)



[CLICK AQUÍ](#)



[CLICK AQUÍ](#)

CONTÁCTANOS



CONOCE TUAS MARCAS

(LANZAMIENTOS,
REVIEWS)

 **Skullcandy**



SKULLCANDY 2026: LA TENDENCIA DE “VIBRAR” QUE DOMINA LAS REDES

En TikTok e Instagram hay un fenómeno claro este inicio de año: auriculares que parecen cobrar vida. La nueva “Era del Bajo Sensorial” de Skullcandy está generando miles de interacciones gracias a tres factores clave: sonido personalizado con Skull-iQ y Mimi Personal Sound, experiencias físicas como el Sensory Bass del Crusher ANC 2 —protagonista del viral #CrusherChallenge— y un fuerte componente de estilo con colaboraciones y diseños urbanos.

Más que audio, la conversación gira en torno a autenticidad: escuchar, sentir y expresar la música a tu propio ritmo.

[VER MÁS](#)

[CONTÁCTANOS](#)



PRÓXIMA EDICIÓN

MIRANDO HACIA EL PRÓXIMO CAPÍTULO DEL RETAIL

En esta edición hemos explorado cómo el retail está evolucionando hacia un sistema más inteligente: desde la conexión entre datos y punto de venta, hasta nuevas experiencias en tienda, ejecución estratégica y tendencias tecnológicas que están marcando conversación en la región. Comprender estas transformaciones es clave para tomar mejores decisiones en un entorno cada vez más dinámico.

En la próxima edición continuaremos analizando innovaciones, tendencias y buenas prácticas que ayudarán a nuestros clientes y partners a anticiparse a lo que viene.



CONTÁCTANOS

RESPALDO Y COMPROMISO IOCCA



ATENCIÓN AL CLIENTE: SOLUCIONES RÁPIDAS

En IOCA Group sabemos que tu tiempo es valioso. Por eso ofrecemos un servicio de atención al cliente rápido, cercano y siempre disponible para ayudarte cuando lo necesites.

CONTÁCTANOS

GARANTÍA Y RESPALDO

Si surge algún inconveniente con nuestros productos, nuestro equipo de soporte trabajará para resolverlo en un máximo de **48 horas**.

HAZ CLICK AQUÍ

RESPONSABILIDAD SOCIAL: COMPROMISO CON EL FUTURO

En IOCA Group creemos en el poder de los pequeños cambios para generar un impacto positivo. Por ello apoyamos iniciativas sociales y ambientales que contribuyen a construir un futuro más sostenible.

VER MÁS





ecomar
FUNDACIÓN



ORGANIZACIÓN
mijok.



CONTACTANOS

COMERCIAL



Daniel Herrera
Director de Negocios
dherrera@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Panamá



Stefano Petricca
Director de Nuevos Negocios
spetricca@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Miami



Daleyvis Colina
Costumer Success
dcolina@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Leny Zambrano
Business Support
lzambrano@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Miguel Diaz
Costumer Success
cs02@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Julio Loaiza
Consultor de Negocios
jloaiza@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Costa Rica



María Pérez
Consultor Estratega
mrperez@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Rep. Dominicana



Ricardo Petrillo
Comprador Regional
comp01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Joel Calderón
Consultor de Negocios
jcalderon@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
El Salvador

LOGISTICA



Ana Luisa Alcalá
Ger. de Logística Regional
logistica@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

POST VENTA



Zoraya Paschalides
Servicio Técnico y Garantía
warranties@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
España



Elis Lobaton
Coord.de Logística Regional
logistica@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

ATC



Antonella Chiera
Customer Experience
atc@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Rep. Dominicana

ADMINISTRATIVO



Deyci Sayago
Directora Finanzas
administracion@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Yosselyn Mendoza
Coord. Crédito y Cobranza
administracion@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

IOCA

group



www.iocagroup.com