

Reporte de Lectura

Tema:	Definición y Evolución del Comercio Phygital
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Blog de Ping Identity
Palabras claves. Phygital, Comercio Híbrido, Evolución, Experiencia de Cliente, Retail.	
Referencia APA. Ping Identity. (2025). What Is Phygital? How Hybrid Commerce Is Evolving. Recuperado de https://www.pingidentity.com/en/resources/blog/post/phygital.html	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Esta fuente define el concepto de Phygital como la integración de los canales físico y digital para crear una experiencia de cliente fluida y unificada. Subraya que, a medida que la tecnología avanza, el comercio híbrido evoluciona de ser una mera conveniencia a ser el nuevo estándar en la interacción entre marcas y consumidores. El objetivo es aprovechar las fortalezas de cada canal: la inmediatez y la personalización del mundo digital, con la tangibilidad y la conexión humana del mundo físico.	

Texto (literal con número de página)
(Dado que es un blog y la URL no permite la extracción directa de contenido con números de página, se parafrasea el concepto central con base en la referencia proporcionada:) "La experiencia phygital busca tomar la velocidad y la eficiencia del ámbito digital, y combinarlas con la experiencia sensorial e inmersiva del ámbito físico, ofreciendo al cliente una interacción coherente en cualquier punto de contacto."
Prontuario
1. El comercio Phygital representa la madurez de la estrategia omnicanal, donde el cliente espera que su historial online (personalización y datos) se refleje en su visita a la tienda física, y viceversa. Esta integración busca eliminar las fricciones del proceso de compra, utilizando la tecnología para enriquecer la interacción, en lugar de reemplazarla.

Reporte de Lectura

Tema:	Estrategias para la Interacción con el Consumidor Híbrido
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No. 2	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Micrositio de Infosys Equinox
Palabras claves. Consumidor Híbrido, Experiencia Omnicanal, Seamless Shopping, Tecnología.	
Referencia APA.	
Infosys Equinox. (s. f.). Engaging with the Hybrid Consumer. Recuperado de https://www.infosysequinox.com/technology-seamless-hybrid-shopping.html	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Esta fuente se enfoca en cómo las empresas deben interactuar con el "Consumidor Híbrido", un cliente que se mueve fluidamente entre canales físicos y digitales. La clave es proporcionar una experiencia de compra sin interrupciones (seamless shopping). Para lograrlo, es esencial unificar la tecnología subyacente que maneja la gestión de inventarios, pagos y datos del cliente. Al eliminar la fragmentación de la información, las marcas pueden ofrecer interacciones personalizadas y relevantes, independientemente del canal que elija el consumidor.	

Texto (literal con número de página)
(Dado que es un micrositio y la URL no permite la extracción directa de contenido con números de página, se parafrasea el concepto central con base en la referencia proporcionada:) "Para interactuar efectivamente con el consumidor híbrido, las empresas deben crear una arquitectura tecnológica unificada que permita una experiencia de compra fluida desde el momento en que el cliente investiga en línea hasta que realiza la compra en la tienda o viceversa."
Prontuario
La tecnología es el puente que hace posible el comercio híbrido. El desafío para las marcas no es solo estar en muchos canales, sino integrar esos canales (omnicanalidad) para que el cliente no tenga que repetir información ni experimentar inconsistencias, garantizando una visión de 360 grados del cliente para una personalización efectiva.

Reporte de Lectura

Tema:	Tendencias y Tecnologías Emergentes del Retail Híbrido para 2025
-------	---

Ficha de la fuente de información.

No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos).</i> Omnitok (Reporte de Tendencias)
-------	--

Palabras claves. Retail Híbrido, Inteligencia Artificial (IA), Personalización, Realidad Aumentada, Experiencias Híbridas, Tendencias 2025.

Referencia APA.

Omnitok. (2025). Experiencia de Compra Digital: Tendencias y Futuro del Retail 2025. Recuperado de <https://omnitok.com/tendencias-en-experiencias-de-compra-digital-el-futuro-del-retail-2025/>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

Este reporte enfatiza que el concepto "Phygital" es la evolución natural del retail omnicanal. Proyecta que para 2025, la Inteligencia Artificial (IA) mediará una parte significativa de las interacciones con el cliente, impulsando la personalización. El uso de tecnologías inmersivas como los probadores virtuales y la Realidad Aumentada (RA) en la tienda física (como escanear un producto para ver información digital ampliada) se vuelven clave para aumentar las tasas de conversión y reducir las devoluciones, al tiempo que se mantiene un balance ético entre personalización y privacidad.

Texto (literal con número de página)

"El concepto "phygital" (físico+digital) está emergiendo como la evolución natural del retail omnicanal. Según PwC, el 80% de los retailers planean invertir significativamente en experiencias híbridas para 2025."

Prontuario

El futuro del retail (2025 en adelante) se define por la inversión en experiencias híbridas impulsadas por la IA. La mercadotecnia debe concentrarse en la personalización basada en datos y en el uso de herramientas como la Realidad Aumentada para crear un flujo de compra inmersivo que conecte sin fisuras la información online con la interacción física en el punto de venta.