

Retail incorpora nuevas soluciones tecnológicas para aumentar productividad



Análisis y cruce de información permiten hacer más eficiente las ventas, conocer a los clientes y mejorar las proyecciones de demanda e inventarios.

Mejorar las proyecciones de la demanda y más eficiencia en la cadena logística están dentro de las prioridades.

Varios focos a la vez está atacando la industria de retail para mejorar sus procesos. Nuevas soluciones tecnológicas se están incorporando en áreas diversas, que van desde la seguridad, gestión de clientes, logística, suministro, hasta hacer más eficientes las transacciones online.

Para los expertos, la industria se está movilizand para hacer más eficientes sus procesos. Nelson Parra, gerente de Proyectos Estratégicos de Adexus, comenta que, en el último tiempo, ha tomado relevancia el uso de tecnologías que permiten monitorear "procesos de negocio, medir la experiencia de usuarios al usar canales electrónicos, asegurar las transacciones por Internet, disponibilidad y seguridad de las aplicaciones y sus bases de datos".

Gran énfasis está teniendo también el e-commerce. "Los retailers tradicionales han sido poco eficientes en moverse hacia los canales online. No hay buena integración de los canales, tanto en la parte comercial (por ejemplo, surtido de productos ofrecidos, aprovechar sinergias en la promoción de productos, entre otras) y la parte operacional", comenta Marcelo Olivares, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

El análisis y cruce de los datos es vital para mejorar el desempeño de la industria. Es la única manera de contar con soluciones que ayuden a optimizar los costos, reglamentación laboral, productividad y ventas de las compañías, explica Miguel Ángel Alfaro, CEO de SCM Consultores Latam.

El trabajo conjunto entre el retail y el sector tecnológico debe ser cada vez más colaborativo, indican. "La escasa colaboración lleva a grandes ineficiencias. Según estudios realizados entre 2012 y 2013, en el retail existiría un 8,3% de mercadería con quiebre de stock en cualquier instante dando, un promedio, de más de 100 días de inventario en las cadenas de suministro de retailers

39%
en promedio es el error de pronóstico de demanda en la industria de retail.

y productores, y un error promedio del pronóstico de demanda del 39% en los fabricantes. Retailers y productores buscan resolverlos de manera independiente, creando incertidumbre, altos costos y baja eficiencia", señala Héctor Jaramillo, sales director JDA Software Group, Inc. Latin America

Cuatro soluciones tecnológicas para el retail

1 Delta: monitoreo cadena de valor

La plataforma de VisionWaves de Adexus, cuenta con inteligencia operativa integrada, en tiempo real, que permite tomar mejores decisiones y más rápidas, mejorando las operaciones comerciales basadas en un enfoque de cadena de valor y en interacciones con los clientes. Captura la estrategia de la compañía (stakeholders, resultados estratégicos, clientes, canales, productos y servicios, etc.), donde define y controla un modelo de gestión multidimensional. Integra todas las fuentes de información para hacer un balance entre performance, costo y riesgo, o definir, ejecutar y controlar ciclos de mejoramiento

continuo, entre otros ejemplos.

2 Optumera: optimización de tiendas

El software de Tata Consultancy Services ayuda a optimizar el espacio en las tiendas y asigna merchandising según las preferencias de los clientes. Opera de acuerdo a módulos y recolecta información de cada compra. Hace un análisis de gran cantidad de datos en conjunto con otras herramientas de gestión. De esta manera, permite descubrir patrones de compra del cliente, mapas de decisión del consumidor y maximizar metas financieras dentro del espacio de la tienda, entre otros ejemplos.

3 JDA Flowcasting: pronóstico de demanda

El sistema de JDA permite alinear los planes comerciales para todos los socios de la cadena de suministro a través de un único modelo del negocio, con pronósticos y plan de demanda basados en "sell-through". Ayuda a ajustar niveles de inventario a la demanda, reduce costos y quiebres de inventario. Disminuye errores de pronóstico y elimina el efecto látigo (aumento progresivo en los niveles de stock de seguridad) a través de compartir la

misma información para todos. Además, utiliza la nube para aumentar la agilidad, visibilidad, coherencia y la rentabilidad de la inversión. Watt's tiene un acuerdo para utilizar este sistema, de manera de integrar, centralizar y optimizar sus previsiones, producción, distribución y niveles de inventarios.

4 OptimEyes: conducta del consumidor

Es una plataforma tecnológica online de Intelligenxia, que ayuda a determinar con precisión los principales indicadores en el desempeño previo a la venta, facilitando la gestión dentro y fuera de un negocio, ya que ayuda a optimizar vitrinas, dotación y layout, entre otros. Se está utilizando en más de 400 tiendas, y en su versión 3.0 ayuda a comprender la experiencia del consumidor en un lugar determinado. Captura imágenes en 3D, volumétricas, térmicas e infrarrojas, las que permiten obtener datos respecto a la utilidad de vitrinas, cuáles son zonas calientes dentro de la tienda, variación del tráfico a los locales indexados a una campaña de marketing, tiempos de espera en las filas de caja y el índice de satisfacción de experiencia de compra.