



El triángulo del éxito en retail

Cómo lograr la excelencia en la gestión retail usando los datos para tomar las mejores decisiones.

Introducción.



Si por algo se caracteriza el sector retail es por su dinamismo y competitividad, algo que pone constantemente a prueba a los negocios y sus capacidades.

La variabilidad de la demanda, la diversidad del stock, las cambiantes tendencias y temporadas y otras características propias del sector hacen que **la gestión operativa en retail sea mucho más exigente** que en otros sectores.

Y aunque muchos negocios tienen disponible una cantidad de datos importante, transformarlos en información útil que ayude en la toma de decisiones puede resultar abrumador si no se dispone de herramientas adecuadas.

De hecho, la aplicación de soluciones tecnológicas parciales, desconectadas e incoherentes solo agrega más capas de complejidad.

La clave para superar estos obstáculos radica en la integración armónica de **Business Intelligence (BI), Planning e Inteligencia Artificial (IA)**, tecnologías que, aunque son poderosas por sí solas, revelan su verdadero potencial cuando se combinan en una solución unificada.

En este ebook nos adentramos en cada uno de estos pilares tecnológicos, explorando tanto las capacidades únicas que aportan al retail como las limitaciones que enfrentan cuando se implementan de manera aislada.

Porque la convergencia de Business Intelligence (BI), Planning e Inteligencia Artificial (IA) puede transformar la manera en que tu negocio retail gestiona sus operaciones, convirtiendo un mar de datos en un conjunto de insights accionables. Si quieres descubrir cómo, sigue leyendo.

Los principales retos de los negocios retail.

Cualquier negocio retail está en una constante carrera por mantenerse competitivo y rentable. Y es que la naturaleza única de este sector presenta un conjunto único de desafíos que precisan de soluciones innovadoras y efectivas.

Algunas de las áreas donde aparecen obstáculos críticos que pueden impedir el crecimiento y la eficiencia son:

- Gestión de la Información: la enorme cantidad de datos generados a través de múltiples canales puede ser abrumadora, haciendo que el análisis y la toma de decisiones basada en ellos se convierta en un desafío formidable.
- Planificación y reporting: la necesidad de anticipar el diseño de productos, gestionar el stock de manera óptima y realizar reportes detallados exige herramientas que vayan más allá de las soluciones tradicionales basadas en hojas de cálculo.
- Adaptabilidad al cambio: la capacidad de realizar estimaciones de venta precisas para adaptarse rápidamente a las cambiantes tendencias del mercado, preferencias de los consumidores y situaciones imprevistas es crucial para el éxito.
- **Eficiencia operacional:** maximizar la eficiencia en todos los aspectos y a todos los niveles de la operación, desde la cadena de suministro hasta el punto de venta, es vital para mejorar los márgenes y la satisfacción del cliente.

El triángulo del éxito en retail: Business Intelligence, Planning e Inteligencia Artificial.

Los negocios retail tienen a su alcance diferentes tipos de soluciones y tecnologías que resultan muy útiles en la gestión retail, siendo las más destacables:

- **Business Intelligence:** la integración de BI proporciona una visión unificada, holística y en tiempo real del negocio, permitiendo un análisis profundo de los datos para así transformarlos en información que facilite la toma de decisiones.
- Planificación avanzada: las herramientas de planificación avanzada facilitan la anticipación precisa de las necesidades de stock, la optimización de la cadena de suministro y la mejora de la planificación financiera y de productos.
- Inteligencia Artificial predictiva: la IA predictiva ofrece modelos que predicen con precisión las ventas, optimizan la gestión de inventarios y permiten la personalización de la experiencia del cliente, adaptándose dinámicamente a los patrones cambiantes de la demanda.



Estas opciones tienen mucho potencial de aplicación en retail, pero por sí solas y de manera aislada no resultan eficientes.

Es su integración bajo una única solución lo que te permitirá no solo superar los desafíos inherentes del sector, sino también desbloquear nuevas oportunidades en cuanto a innovación, optimización de operaciones y generación de experiencias excepcionales a los clientes.

En las siguientes páginas te hablaremos de lo que aporta cada uno de los vértices del triángulo del retail y cómo puedes desatar todo su potencial al integrarlos armónicamente en tu negocio.

Business Intelligence (BI) en el sector retail.

Las nuevas tendencias y la digitalización han transformado el sector retail en la última década. La gestión de los múltiples canales de venta es ahora más compleja que nunca, por lo que tener una visión integral de la situación, de las tiendas y de los productos se ha convertido en un elemento esencial para el éxito.

El BI y su capacidad para transformar grandes volúmenes de datos en información clara y accionable permite a los retailers no solo entender su posición actual en el mercado, sino también identificar oportunidades de mejora y crecimiento.

La importancia del análisis de datos dentro del retail.

McKensey, en su estudio Omnichannel Compendium for Retailers indica que los 3 principales desafíos de los retailers son:

- Falta de analíticas del consumidor cruzadas entre los diferentes canales, en el 66,67% de los encuestados.
- Silos de información dentro de la organización, en el 48,48%...
- Baja calidad de los datos, en el 45,45%.

Estas estadísticas confirman que el análisis de datos es un elemento clave en retail. Tener capacidad para recopilar, procesar y analizar datos en tiempo real proporciona una visibilidad sin precedentes en la operativa y facilita la toma de decisiones.

Aplicaciones y beneficios del Business Intelligence.

Conocimiento profundo del negocio.

El reporting que ofrecen los sistemas de BI proporciona un conocimiento detallado del estado actual del negocio. Esto incluye una visión completa de la performance de ventas, eficiencia operativa y comportamiento del consumidor, facilitando la detección de puntos críticos que requieran atención y áreas con potencial de optimización.

Por ejemplo, el análisis detallado del surtido de productos puede revelar cuáles son los más exitosos en términos de ventas y cuáles tienen un margen más holgado o ajustado, permitiendo así analizar el binomio crecimiento Vs rentabilidad para realizar ajustes rápidos y efectivos.

🔓 Facilitación de decisiones clave.

El BI facilita la toma de decisiones en múltiples niveles dentro de la organización:

- Comerciales: el BI ayuda a determinar qué productos o colecciones funcionan mejor en determinados canales, tiendas o países, información crucial para adaptar las estrategias de marketing y ventas, junto a la definición de surtido (assortment), a las preferencias y demandas específicas de cada mercado, aumentando los ingresos.
- Operacionales: a través del análisis de los datos, el BI identifica qué regiones, tipos de tiendas o zonas geográficas tienen mejor desempeño, así como las posibles tensiones de stock o de la cadena de suministro. Esto permite tomar decisiones informadas sobre dónde expandir el negocio o dónde es necesario mejorar la disponibilidad de producto.
- Financieras: el BI provee insights cruciales sobre la salud financiera de la empresa, facilitando la toma de decisiones sobre inversiones, como nuevas aperturas de tiendas.
- Estratégicas: el BI también apoya decisiones estratégicas más amplias, como la elección entre diversificar o concentrar operaciones, expandir o consolidar presencias en el mercado, y decidir entre enfocarse en el crecimiento o en la optimización de márgenes.

Un solo punto de verdad.

Un sistema de BI integrado centraliza la información, creando un único punto de verdad. Esto elimina las discrepancias que a menudo surgen de manejar múltiples fuentes de datos y sistemas desconectados, lo que a menudo conduce a conflictos internos y decisiones mal informadas, como así muestran las anteriores estadísticas.

Con un repositorio central de datos, los equipos pueden acceder a información actualizada y coherente, lo que facilita una colaboración más efectiva y decisiones más rápidas y fundamentadas, ahorrando tiempo y recursos.

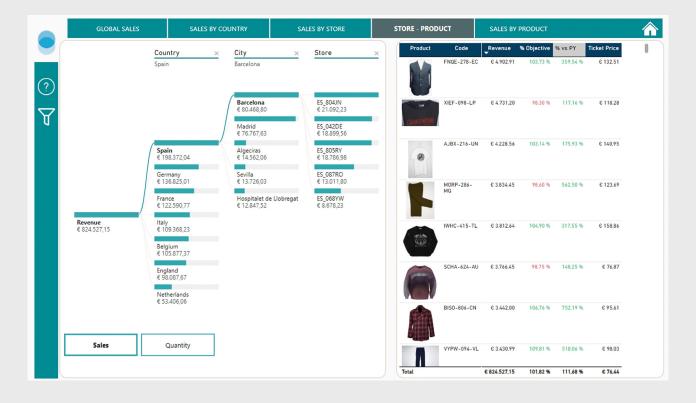
Limitaciones del uso parcial del BI en retail.

Muchas empresas actualmente se preocupan en incorporar IA para desarrollar modelos de previsión, o dedican muchos esfuerzos a planificación sin obtener buenos resultados. Es complicado desarrollar y aprovechar estas tecnologías si no se tiene una fotografía completa y precisa del momento presente, labor que ocupa el BI.

Carecer de una sólida base de Business Intelligence puede crear una serie de limitaciones que comprometen los esfuerzos estratégicos y operativos de los negocios retail, como:

- Tener datos desconectados y desintegrados: sin una base de BI que integre y armonice datos de diversas fuentes, la información puede permanecer en silos. Esto limita la capacidad de la IA para hacer predicciones precisas y de la planificación para ser realmente efectiva y transversal a las necesidades de todo el negocio.
- Tomar decisiones basadas en información parcial: como por ejemplo, una estrategia de expansión basada únicamente en predicciones de demanda de IA, sin considerar la salud financiera o el rendimiento operacional, podría llevar a inversiones no rentables.
- Baja calidad o densidad de datos: aunque cuentes con soluciones técnicamente avanzadas, como potentes algoritmos predictivos, éstos serán poco útiles si los datos no tienen un mínimo de calidad o de densidad, limitando significativamente el retorno de la inversión en estas tecnologías.

Querer desarrollar una buena planificación e integración con IA sin una base sólida de BI es como intentar navegar en aguas turbias sin un mapa claro. El BI es ese el mapa y la leyenda que te permite interpretarlo correctamente.



Inteligencia Artificial predictiva en el sector retail.

La aplicación de la Inteligencia Artificial (IA) predictiva se ha convertido en algo esencial para la toma de decisiones y la optimización de procesos, especialmente en el área de planning. La IA no solo facilita la toma de decisiones basadas en datos, sino que también apoya en la planificación y gestión eficiente del inventario, ventas futuras y estrategias de expansión.

Aplicaciones y beneficios de la IA predictiva.

Los algoritmos predictivos de IA son utilizados en varios aspectos del merchandising en retail:

- Predicción de ventas futuras: utilizando datos históricos y tendencias del mercado, estos algoritmos predicen las ventas futuras, permitiendo ajustar las estrategias de stock y marketing de manera proactiva.
- Optimización de stock: los algoritmos también juegan un papel crucial en la optimización del stock, asegurando que los productos estén disponibles donde y cuando se necesiten, minimizando así los costes asociados al exceso de inventario y las roturas de stock.
- Planificación de expansión: la IA puede ayudar a decidir la ubicación de nuevas tiendas y modelar aperturas futuras basándose en el análisis de datos de mercado, patrones de consumo y otras variables económico-demográficas.

Limitaciones del uso parcial de la IA en retail.

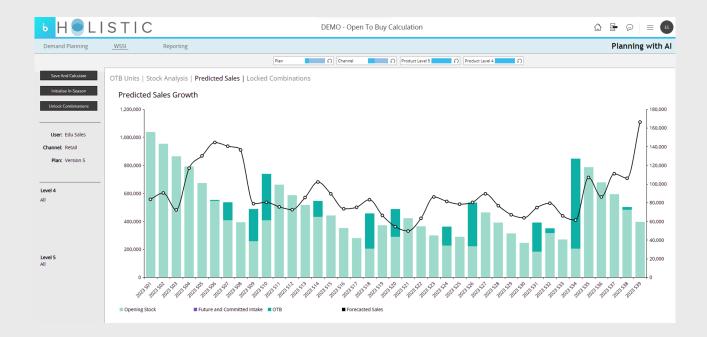
Sin duda la Inteligencia Artificial es la "tecnología del momento", pero aplicada sin una buena base de planificación y BI será difícil que pueda cumplir con las expectativas que se esperan de una tecnología como esta.

Entre sus principales limitaciones a la hora de aplicarla de forma parcial destacan:

- Predicciones sin contexto: la IA es excepcionalmente útil para hacer predicciones basadas en patrones y datos históricos. Sin embargo estas predicciones requieren unos volúmenes elevados de datos de buena calidad. Sin esta base, las predicciones pueden carecer de contexto relevante, llevando a decisiones que, aunque basadas en datos, no resulten adecuadas para la situación actual o futura del mercado. Por ejemplo, si no se realiza una correcta identificación de valores atípicos (outliers), como las roturas de stock o los eventos únicos (una boda real, por ejemplo), la predicción tendrá valores poco sólidos.
- Falta de alineación estratégica: sin una estrategia clara y definida, las capacidades predictivas de la IA pueden no alinearse con las metas a largo plazo del negocio. Los procesos que se decida enriquecer con IA deben ser clave para el negocio, y los inputs que los usuarios puedan aportar a los modelos predictivos deben ser de valor para no terminar teniendo resultados poco relevantes.

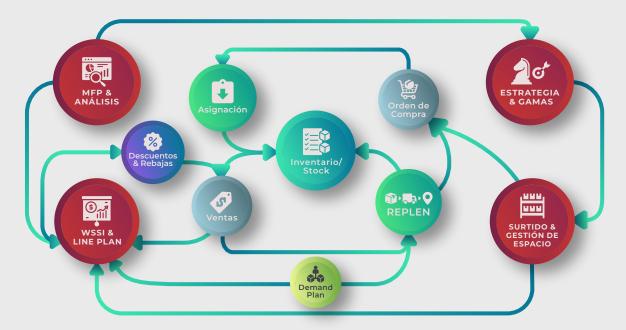
- Ineficiencia operativa: la verdadera potencia de la IA predictiva se manifiesta en su integración con la planificación, ya que las predicciones no son resultados estáticos. Sin plan, las predicciones pueden resultar en acciones operativamente ineficientes. Por ejemplo, una predicción de aumento de demanda no puede realizarse de forma desconectada al stock (ya sea disponible, en tránsito o encargado), además de considerar las posibles ventanas de reaprovisionamiento, tanto de almacén central como de tiendas. El resultado puede ser roturas de stock por falta de servicio o exceso de inventario por desalineamiento de demanda con la cadena de suministro.
- Decisiones no sostenibles: un sistema de BI robusto ayuda a entender no solo el 'qué' y el 'cómo', sino también el 'por qué' detrás de los datos. Sin esta comprensión, las decisiones tomadas basadas en la IA pueden no ser sostenibles a largo plazo. Por ejemplo, promociones o descuentos muy agresivos, realizados en un contexto de inventario excesivo, impulsan ventas a corto plazo pero erosionan el margen, y no son aplicables en todas las situaciones futuras.

Apostar por la IA sin una base sólida en planificación y BI es como intentar navegar un barco con instrumentos avanzados pero sin tener claro tu destino. Las herramientas pueden funcionar, pero la falta de dirección y contexto puede llevar a decisiones erróneas o ineficaces.



Planning en el sector retail.

Una planificación efectiva es el corazón estratégico que impulsa las decisiones del negocio. La capacidad para gestionar y anticipar operaciones, imprevistos y cambios del mercado es crucial para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.



Aplicaciones y beneficios de la planificación.

Gestión eficiente y proactiva

Las soluciones de planificación permiten a los negocios retail gestionar de manera más eficaz la operativa diaria y prever posibles contingencias. Este tipo de herramientas transforma grandes volúmenes de datos en información estratégica que puede ser utilizada para optimizar desde la asignación de recursos hasta la gestión de inventarios.

Anticipar problemas potenciales y oportunidades de mercado permite reaccionar con rapidez y precisión, evitando sobrecostes y maximizando la rentabilidad.



De lo general a lo detallado

La planificación abarca procesos que van desde el nivel macro hasta el micro. Comienza con el Merchandise Financial Planning (MFP), que establece las líneas maestras y los objetivos de alto nivel para el año o temporada siguiente, tanto a nivel de producto, canal o país. A medida que avanzamos en detalle, siguiendo las líneas maestras del MFP, definimos la estrategia de gamas y, posteriormente, los surtidos, con los que se obtiene cuánto stock comprar y enviar inicialmente a los puntos de venta.

A medida que se avanza en la temporada, esa planificación debe adaptarse y especificarse más (in-season). Aquí, se realiza un seguimiento semanal para gestionar las ventas, el stock y los descuentos de manera más detallada. Este nivel es crucial para ajustar las estrategias en respuesta a las tendencias de consumo actuales, asegurando que los productos correctos estén disponibles en los lugares correctos y en los momentos adecuados.

Esta granularidad cada vez mayor permite desarrollar otros procesos como Replenishment. Aquí, la planificación se convierte en acción tangible, dictando **cómo y cuándo se deben reponer los productos en las tiendas para mantener los niveles óptimos de stock.** Estos planes detallados aseguran que los productos más vendidos nunca falten y que los artículos menos populares no se acumulen, reduciendo el riesgo de obsolescencia y minimizando la necesidad de descuentos.

Limitaciones del uso parcial del planning en retail.

Tener una planificación global, conectada e integrada en un solo entorno en una empresa retail es definitivamente un paso crucial hacia la gestión eficaz y la optimización de recursos, principalmente el stock. Sin embargo, si esta planificación no está respaldada por un sólido BI ni por predicciones de Inteligencia Artificial, la empresa podría enfrentarse a varios desafíos y limitaciones:

- Decisiones basadas en intuición: la falta de BI significa que las decisiones a menudo se basarán en experiencias pasadas o intuiciones más que en datos concretos y análisis profundos. Por ejemplo, para definir el surtido es clave disponer del Rate of Sale (RoS), y un informe con esta métrica por modelo evita tener que decidir por imitación (igual que el año anterior) o por intuición (este producto nuevo creo que se parece a este otro).
- Reactividad en lugar de proactividad: sin las predicciones avanzadas que ofrece la IA, una empresa retail puede encontrarse constantemente reaccionando a las situaciones en lugar de anticiparse a ellas. Por ejemplo, un modelo de predicción avanzada permite simular de forma mucho más precisa el impacto de una campaña futura, anticipando las necesidades de stock.
- Falta de mejora continua: Una buena planificación es inútil si no se mejora de forma continua. El BI (respaldado por IA en algunos casos) permite analizar eficientemente grandes volúmenes de datos, comparando constantemente la planificación actual con la realidad, permitiendo el ajuste fino necesario para tomar decisiones tácticas sobre el terreno. Por ejemplo, durante la temporada (in-season) es vital poder comparar las fotos de los planes originales (o del mes pasado) Vs los resultados actuales, analizar desviaciones y corregir la posición de stock mediante descuentos, promociones u otras palancas.
- Incapacidad para escalar eficientemente: la escalabilidad del negocio es clave para el éxito. La granularidad de datos en retail impide planificar al mínimo nivel de detalle, por lo que el uso de herramientas que creen una base inicial sobre la cuál planificar es esencial para la escalabilidad. Por ejemplo, un modelo de optimización de stock en tienda masivo basado en IA permite generar una base inicial de envíos entre tiendas que, junto a un análisis (BI) de punto de ventas clave, proporciona una base muy sólida sobre la que planificar el stock por tienda.

Intentar desarrollar una planificación sin el apoyo de herramientas como el BI o la IA es como tener un plan de viaje pero no los medios para llegar al destino, lo que hará que por el camino haya que improvisar y reajustar constantemente.

Una buena planificación es esencial, pero por sí sola no es suficiente para garantizar el éxito en el dinámico mercado retail de hoy.

El triángulo del éxito en retail: BI + Planning + IA.

Como hemos visto, los 3 pilares fundamentales para negocios retail (planning, BI e IA) tienen grandes posibilidades de aplicación, pero usados de forma aislada no ofrecen todo su potencial.

La solución óptima es la integración de esas soluciones en un único entorno, facilitando que la información fluya entre los diferentes niveles y capas del negocio, permitiendo ajustes rápidos y basados en datos precisos y actualizados.

Un entorno unificado facilita una visión holística, donde las decisiones en cualquier nivel pueden ser informadas por insights generados en otro. Cuando se cuenta con una planificación integrada y complementada con un reporting robusto y modelos predictivos de IA, el resultado es una solución de gestión retail completa y potente.

El reporting ayuda en la toma de decisiones informadas y la IA amplifica la capacidad de prever tendencias de ventas y comportamientos del consumidor. Juntos, crean un ecosistema donde cada decisión, desde la más estratégica hasta la más operativa, está respaldada por datos de alta calidad y análisis profundo.

La integración de planificación, un sistema robusto de Business Intelligence (BI) y el uso eficaz de la Inteligencia Artificial (IA) predictiva constituye lo que llamamos el triángulo del éxito en el sector retail moderno.

Algunas razones por las que deberías implementarlo en tu negocio son:

- Toma de decisiones basadas en datos: el éxito en retail se mide por la capacidad de tomar decisiones informadas rápidamente. La combinación de BI y IA proporciona un flujo continuo de insights accionables derivados de grandes volúmenes de datos, permitiendo a los negocios entender su desempeño actual y prever tendencias futuras.
- Optimización de la cadena de suministro: una planificación efectiva, potenciada por predicciones precisas de IA y análisis de BI, permite gestionar la cadena de suministro y el stock con una alta eficiencia. Desde la previsión de demanda hasta el volumen, granularidad y distribución, cada aspecto puede ser ajustado para racionalizar los descuentos, reducir costes y minimizar las roturas, algo crítico en un entorno donde los márgenes son ajustados y la satisfacción del cliente depende de la disponibilidad y la rapidez del servicio.
- Agilidad y Flexibilidad: la IA predictiva, junto con una sólida planificación y capacidades de BI, proporciona las herramientas necesarias para ser ágil. Podrás responder a cambios en las preferencias del consumidor, ajustar estrategias y gestionar interrupciones en la cadena de suministro con gran destreza, minimizando los impactos negativos y aprovechando las oportunidades tan pronto como surjan.

Competitividad sostenida: la integración de BI, IA y una buena planificación no solo optimiza las operaciones actuales, sino que también prepara a los negocios retail para el futuro. Estas herramientas juntas facilitan la innovación continua, el desarrollo de nuevas estrategias de negocio y la exploración de nuevos mercados o segmentos de clientes.

Holistic Data Solutions.

Nuestro objetivo es **ayudar a mejorar los negocios de las empresas transformando los datos en información clave para la toma de decisiones.**

Las empresas del sector retail se enfrentan a una gestión del negocio muy compleja, y de su eficiencia y éxito en esta tarea dependerán sus resultados y su crecimiento.

En Holistic Data Solutions te ayudamos a desarrollar **un sistema específico y adaptado a tus necesidades** que te ayude a mejorar tus procesos operativos, tomar mejores decisiones y, en consecuencia, aumentar la rentabilidad de tu negocio.

Y lo hacemos con esta visión:

- Asegurando la transformación digital: algo totalmente necesario para competir eficazmente. Las planillas y procesos basados en hojas de cálculo carecen de la precisión y profundidad necesarias para un análisis, pronóstico y planificación efectivos.
- Personalizando las soluciones: ofrecemos soluciones que se pueden personalizar para adaptarse a los procesos de negocio específicos de cada cliente, ya que no hay dos negocios iguales.
- Mediante soluciones integradas: combinando planificación, Business Intelligence y análisis predictivo mediante IA para crear un único punto de verdad, mejorando la precisión, eficiencia y colaboración en todo el proceso de planificación mercantil.
- Implementando modelos predictivos basados en IA: aplicamos algoritmos predictivos y de inteligencia artificial para la estimación de ventas y la planificación, como te explicamos a continuación.

Nuestra concepción de la IA: un soporte adaptado al usuario.

En muchos negocios los algoritmos de IA son una "caja negra" inalterable sobre la que no se puede actuar. Nosotros adoptamos un enfoque distintivo que permite **una personalización profunda de los algoritmos.**

La razón: no hay dos retailers iguales. Lo que funciona para una cadena de moda rápida puede no ser adecuado para una joyería de alta gama.

Por eso, nuestros algoritmos no solo son editables y adaptables a las necesidades específicas de cada retailer, sino que también permiten una intervención efectiva del propio usuario final.

Este nivel de personalización permite a los usuarios influir en las predicciones de la IA con información que puede no estar presente en los datos históricos.

Por ejemplo, si un retailer planea una campaña promocional significativa que se espera que impulse las ventas, este factor puede ser incorporado manualmente en el algoritmo para ajustar las predicciones de manera correspondiente.

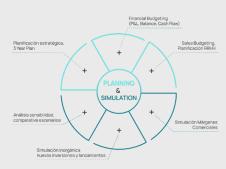
Los resultados son también editables por el usuario final. Sabemos que es complicado creer "a ciegas" lo que nos diga un algoritmo, por ello nuestra visión es que es el usuario quien tiene siempre el control y decide como, cuando y hasta qué profundidad usar los modelos predictivos.

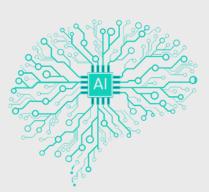
Business Intelligence

Planificación y simulación de escenarios

Modelos Al Predictivos y de Optimización







Para nosotros el éxito significa mejorar la forma de trabajar y la calidad de vida de nuestros clientes. Por eso en cada proyecto estudiamos las necesidades específicas del negocio y proponemos soluciones únicas que hacemos realidad gracias a la analítica de datos, la digitalización de procesos y los modelos de IA/ML.

Somos una empresa de consultoría tecnológica especializada en proyectos de gestión de datos en el ámbito del Business Intelligence Enterprise Performance Management y la Inteligencia Artificial.

Con nuestro trabajo ya hemos ayudado a:

































Te guiamos en cada paso hacia convertirte en una empresa impulsada por los datos.

Contáctanos

- Palmes 245 3r 3° 08006 Barcelona
- **Q** 722 117 254
- josep.estallo@holisticds.com
- www.holisticds.com

LinkedIn

- ▶ Holistic Data Solutions
- Eduard Sales Pifarré
- Marcel Puignou Alcácer