

# ¿Ya tiene tu retail estos cambios?

La tecnología ha transformado digitalmente muchas industrias, y el retail no está ajeno a esta tendencia. Para la compañía **Pabis Retail**, que ofrece **soluciones analíticas** en el canal comercial moderno, hay cinco temas en que el sector que han cambiado de manera importante en los últimos diez años.



“Es sorprendente lo que han cambiado ciertos procesos en el retail mexicano desde hace diez años cuando iniciamos operaciones en el país. Todo apunta a que los siguientes diez los temas en el sector serán **Big Data, la Inteligencia Artificial y el comercio electrónico**”, asegura Francisco Alonso, socio fundador de Pabis Retail.

Para Alonso, el primer tema tiene que ver con el Fortalecimiento de la relación cadena-proveedor a través del **trabajo colaborativo**. “Las cadenas comerciales tienen de 300 a 12 mil proveedores. Para éstas se ha vuelto vital compartir información con las marcas para hacer crecer las ventas de sus productos en el piso de venta. Hoy las cadenas que tienen la mayor cantidad de puntos de venta cuentan con portales de información para proveedores”.

Un segundo tema es el incremento del uso de **tecnologías de información** para toma de decisiones. La cantidad de información generada año tras año y la creciente necesidad de tomar decisiones más certeras, está haciendo que tanto pequeñas como grandes empresas busquen **herramientas tecnológicas** que les permitan integrar, manejar y explotar su información. Hoy las marcas cuentan con Pabis Retail, Tableau y Microsoft, entre otras.

Como tercer punto está la mayor **visibilidad de inventarios y ventas por tienda**. Hoy existen soluciones que, a través de los **dispositivos móviles**, le permiten a los promotores y supervisores en tienda consultar información actualizada de sus desplazamientos y niveles de existencia. “Hace diez años, esto se lograba a través de un ejercicio manual de levantamiento información en tiendas, lo que retrasaba la toma de decisiones”, explica Alonso.

La eficiencia en la **cadena de suministro** es el cuarto tema. La colaboración entre cadenas y proveedores ha logrado una mayor eficiencia en cadena de suministro. Hace diez años sólo la empresa líder de autoservicio entregaba a sus proveedores información para obtener **pronósticos de demanda**. Hoy también ofrecen esta posibilidad varias tiendas.

Finalmente está el incremento de los puntos de venta a nivel nacional en el canal moderno. En 2008 la **Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales** estaba formada por 16 mil 200 tiendas (dos mil 100 tiendas de autoservicio, mil 300 departamentales y 12 mil 800 tiendas especializadas).

Al cierre de 2017 esta cifra se incrementó a 55 mil 30 tiendas: cinco mil 565 de autoservicio; dos mil

428 departamentales y 47 mil 37 especializadas. La superficie total de venta de estos establecimientos suma hoy más de 28.6 millones de metros cuadrados, y casi **todas se están digitalizando**.