

# Reinventando el mercado minorista con inventarios precisos y eficientes

El sector retail se ha enfrentado a grandes desafíos en el último tiempo. Comprar en línea y retirar en tienda es la tendencia actual y un gran aliado para la industria. Sin embargo, la alta demanda, los está obligando a implementar soluciones tecnológicas productivas y eficientes.

No cabe duda que el comercio minorista ha experimentado una renovación en cuanto a soluciones. Hoy, invertir en tecnología es fundamental para mejorar la cadena de suministro, reforzar la eficacia de los empleados y brindar una mejor experiencia al cliente.

El servicio omnicanal llegó para quedarse. Para ello, la precisión del inventario con tecnología por radiofrecuencia (RFID) se ha transformado en un factor clave a la hora de ofrecer experiencias de compra ágiles, ya que aprovecha el inventario existente en tienda física y elimina los costos de envío de última milla asociados a compras en línea.

Es así como STG y SML, proveedor global de soluciones de identificación de marca, se unen para traer al Cono Sur la tecnología RFID para cubrir las crecientes necesidades del mercado. “En el último tiempo, hemos visto cómo ha cambiado el comportamiento y las exigencias del consumidor. RFID juega un papel fundamental, ya que acelera el análisis de productos de las compañías y su impacto se traduce en ventas más modernas y eficientes”, comenta Carolina Vásquez, Gerente General y cofundadora de STG.

## **Optimizando el inventario y mejorando la productividad**

Actualmente, las compañías están luchando constantemente por agilizar los procesos dentro de su cadena de suministro, para poder llegar al cliente final de forma rápida, segura, libre de errores y con altos estándares de calidad.

Es así como esta solución de RFID, permite hoy capturar una mayor cantidad de datos, disminuir el porcentaje de error e incrementar la seguridad de la información. “Con la ayuda de las etiquetas RFID se puede controlar y saber exactamente los artículos que se tiene en la tienda y en el almacén, consiguiendo saber cuándo hace falta reponer sin necesidad de que haya un exceso de stocks en tienda, teniendo únicamente lo necesario de cada producto y economizando los transportes y la distribución”, asegura Dean Frew, CTO de SML.

Una de las ventajas más prácticas de la tecnología por radiofrecuencia, es la fácil obtención de datos. A diferencia de otros sistemas, no es necesaria una línea directa de visión entre el lector y la etiqueta (aunque haya objetos de por medio la lectura). Además, RFID brinda KPI's e indicadores beneficiosos para la toma de decisiones, incrementando el flujo de información fundamental para el funcionamiento del cliente.

Asimismo, Dean asegura que la implementación de esta tecnología permite a las empresas incrementar la trazabilidad de los productos evitando merma, robos y actividades de reposición, mientras brinda mayor visibilidad del negocio al presentar distintos indicadores en base a los cuales se puede optimizar la operación de la tienda.

## **Brindando experiencias únicas**

La necesidad de estar a la vanguardia hizo esta alianza posible. De hecho, un 90% de las empresas retail americanas ya han implementado RFID de manera satisfactoria, por lo que las compañías trajeron la misma oportunidad para las compañías del Cono Sur.

“SML se especializa principalmente en retail y tiene gran conocimiento en clientes de este tipo. Decidimos trabajar en conjunto ya que velan por el cumplimiento de los objetivos ofreciendo un análisis completo de la tienda para verificar requerimientos técnicos”, detalla Carolina.

La integración de este tipo de tecnologías, permite que hoy en día las industrias puedan incrementar sus ventas hasta en un 10%, con una reducción de un 100% de inventarios tercerizados y una exactitud por sobre un 98%. Asimismo, reduce las tareas de inventario en más de un 10%, lo que se traduce en un ahorro de mano de obra por sobre el 80%.

“La forma de vender y comprar seguirá cambiando, por lo que generar avances en la operación del cliente, facilitando su vida diaria y optimizando sus procesos, es esencial. Esto, sin duda permitirá al consumidor reconocer los beneficios, aumentando la satisfacción al agilizar los tiempos de atención y presentar una tienda con mayor armonía visual”, sentencia Carolina.