

## **La nueva realidad 4.0 en el mundo del Retail pasa por asegurar el 'Service Time'**

### **Las claves del éxito: la automatización del proceso de planificación, un 'fulfillment' que pasa a ser crítico, y necesidades de estructuras flexibles para experimentar**

En un momento en el que se está hablando de Industria 4.0, smartcities y del 'Internet de las Cosas', la nueva realidad 4.0 en el mundo del Retail, en que la gestión de la incertidumbre en la cadena logística es fundamental pasa, según Ricard Pascual, Director Comercial de ToolsGroup en España, por asegurar el 'Service Time' al cliente.

Dichas declaraciones se desprenden de la 'Sesión de Retail', celebrada el pasado 7 junio en Barcelona, en el marco del '18º Congreso Internacional del SIL'. La sesión, bajo el título 'La nueva realidad del Retail 4.0: El On y Off. Retos y Oportunidades', se ha centrado en las tendencias del Retail en la Cadena de Suministro, con una ponencia de apertura a cargo del Director Comercial de la compañía, bajo el título "La gestión de la incertidumbre en la cadena logística. Tendencias para los próximos años".

Frente a un tema tan candente como la realidad en la industria del Retail 4.0, el director comercial de ToolsGroup, proveedor líder global de soluciones en Planificación de la Cadena de Suministro y en Demand Analytics, ha afirmado: "La revolución de la Cadena de Suministro se produjo en los años 90. La segunda revolución llegó con el 'Service Time' al cliente y los costes bajos, con un ejemplo sin duda importante como Amazon, cuya eficiencia logística para proveer el servicio al cliente tuvo una visión centrada en el consumidor y en su comportamiento". Ahora – para el Director Comercial de ToolsGroup- el cambio de paradigma aporta la experiencia completa, centrándose en el pensamiento del cliente que piensa <>.

El término que se ha acuñado para esta nueva tendencia es Omni-channel – declara Pascual-. Ahora ya el consumidor puede realizar su pedido en varios canales (on-line o tradicional) y recibirá la mercancía desde varios canales (on-line o tradicional). Las tiendas convencionales no solamente son el escaparate para enseñar el producto, sino que se están convirtiendo en almacenes avanzados muy próximos al consumidor. El que sea capaz de responder de manera rápida a las necesidades de los consumidores tendrá una ventaja competitiva, vendiendo no sólo sus productos sino también aquellos otros que complementan la selección del consumidor.

Para Pascual, los planes de éxito en el cambio de paradigma pasan por tres puntos fundamentales: la automatización del proceso de planificación (de la estantería al surtido virtual. La baja rotación o "long tail" pasa por la automatización de la planificación); un "fulfillment" que se convierte en crítico, y necesidades de estructuras flexibles para experimentar.

Finalmente, el esquema del modelo estocástico para ToolsGroup es 'anticiparnos' –afirma

Pascual- a la demanda mediante una modelación del comportamiento del consumidor. Y, muy importante, asegurar el &#39;&#39;Service Time&#39;&#39;.

En la &#39;&#39;Sesión de Retail&#39;&#39;, patrocinada por ToolsGroup, han participado, además, diferentes directores de logística y Supply Chain, entre los cuales podemos destacar a Ginés Alarcón, Presidente de la consultora de Telecom NAE, Mónica de Pablos Heredero, Directora de Organización y Sistemas de TRUCCO; Eva Sanchis, Logistics Manager de PEPE JEANS SL; Borja Santaolalla, Head of Digital de NICE THINGS, Lina Valdivieso, Delivery Execution and Process Manager en MAKRO y Marc Segarra Ariol, Logistic Manager, CONFORAMA.

En el Congreso del SIL 2016 fabricantes, distribuidores y empresas que ofrecen productos y servicios logísticos presentan estos días en Barcelona las últimas tendencias y retos a los que deben afrontarse los profesionales de toda la cadena de suministro y el transporte en un entorno global cambiante. En dicho entorno la revolución tecnológica, la colaboración, la atención al cliente y la eficiencia deben ir completamente de la mano y sincronizados para adaptarse a un consumidor final que solicita productos y servicios más personalizados.

#### Acerca de ToolsGroup

ToolsGroup, proveedor líder en Soluciones Powerfully Simple en el área de Demand Analytics y Planificación de la Cadena de Suministro, es el socio innovador de las compañías que quieren alcanzar la excelencia en el Nivel de Servicio con el menor coste global en inventario y calcular su Forecast con un alto nivel de exactitud (Forecast Accuracy).

Ofrece al mercado las Soluciones más innovadoras y avanzadas que permiten a las empresas automatizar sus procesos de planificación, mejorar el Forecast Accuracy, la planificación de las promociones, optimizar el inventario y dar Niveles de Servicio excelentes al cliente, siempre con el menor coste global en términos de inventario y de transporte. La filosofía que subyace en sus soluciones es la de Powerfully Simple, sistemas potentes y sencillos de soporte a la decisión, muy inteligentes y amigables para el usuario.

ToolsGroup cuenta con más de 70 clientes en España, empresas líderes en sus respectivos sectores: ABM Rexel, Acciona Energía, Alcampo, Alkar, Amara, ARC Distribución Ibérica; Bellota Herramientas, BYG, Cepsa, Cerealis, CPE (Corporación Patricio Echeverría), Daba, S.A. (Nespresso), Deóleo, Eroski, Eurofred, Feyc Rodamientos, Fluidra, Gas Natural, Grupo Gallo, Hero, INDO, Krafft; La Sirena, Labbox, Mahou San Miguel, Mantequerías Arias, Mitsubishi Electric, Panrico Donuts, Repsol, Sabic, Saloni Cerámica, Soler & Palau, Supermercados Covirán, Supermercados Simply y Velcro, entre otros.

Para más información póngase en contacto con <http://www.toolsgroup.com/es/>

#### **Datos de contacto:**

Mar Borque  
Directora  
932411819

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Sociedad](#) [Televisión y Radio](#) [Logística](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Otras Industrias](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>