

Perspectivas del Retail:

Una cadena de suministro más resiliente



En los últimos tiempos, el ecosistema retail ha experimentado cambios que han transformado el concepto tradicional de tiendas físicas, dando lugar a una nueva dinámica y un nuevo modelo operativo que evoluciona y se adapta a las cambiantes expectativas de los consumidores.

La pandemia del COVID-19 expuso fallas importantes en la fabricación y el movimiento de productos a través de la cadena de suministro. Estas son las cuatro ideas que cualquier minorista debe tener en cuenta hoy para adaptarse a este nuevo entorno.



Los minoristas deberán adoptar un enfoque ágil que les permita adaptarse a los comportamientos de los clientes, anticipar los cambios y gestionar estas nuevas demandas de los consumidores.

Tenemos un consumidor versátil

Los consumidores se han convertido en comerciantes independientes. Pueden comprar en una amplia gama de canales, seleccionar y promocionar sus propios productos a través de sus cuentas de redes sociales, revender productos usados a través de plataformas digitales y establecer los términos de cómo llegan las compras a sus puertas.

En este contexto, muchas de las capacidades actuales de planificación de la demanda y gestión de inventario no están a la altura para manejar tales escenarios.

La automatización es la clave del futuro

Como se esperaba, el cumplimiento, la gestión de inventario y el almacenamiento atraerán la mayor inversión en el futuro cercano. Sin embargo, la realidad es que muchos de los ejecutivos alto nivel aún no han implementado planes para invertir en robótica y manejo automatizado de materiales.

Esta cifra es particularmente preocupante debido a la escasez de mano de obra que enfrenta la industria. Muchos de los líderes mundiales consideran que este desafío es una de sus principales prioridades.



Será imperativo esforzarse más en automatizar los procesos y considerar inversiones significativas en tecnología y optimizaciones a los procesos.

La transparencia es obligatoria

A medida que quede claro que el cuello de botella de la cadena de suministro puede tardar años en resolverse, los minoristas deberán prepararse y planificar el futuro. No sólo con inversión, sino también cultivando una cultura de transparencia. La transmisión de información a lo largo del proceso minorista suele ser un ingrediente necesario para ayudar a maximizar el impacto de las inversiones en tecnología.

Actualmente, muchos proveedores sólo están adivinando lo que sus clientes podrían requerir de ellos. Esta falta de información conducirá a más problemas en la cadena de suministro y los procesos de entrega.

Los minoristas deben fomentar el flujo de información abierto, oportuno y transparente para ayudar a sus socios a planificar. En pocas palabras, no puede haber más secretos. No compartir información es perjudicial para toda la operación.

Los datos son los nuevos protagonistas

No todos los minoristas pueden escalar al nivel de competir con los grandes jugadores. Los más grandes de la industria ya usan sus datos para maximizar la eficiencia de su cadena de suministro y brindar experiencias personalizadas.

Aquellos que aún no pueden escalar deberían buscar otras opciones, como colaborar con nuevos socios. Por ejemplo, los propietarios de tiendas físicas y los minoristas podrían compartir datos y usar la infraestructura existente para ayudar a brindar experiencias de compra más fluidas y soluciones tecnológicas que les permitan competir mejor.



En los últimos tiempos, las cadenas de suministro se han visto afectadas por la demanda de los clientes. En este sentido, la evolución del ecosistema retail estará enmarcada por la resiliencia y la forma en que se aborden los grandes cambios que experimenta el sector. Será necesaria una acción decidida y definida en estos cuatro frentes para no quedarse atrás en una cadena de suministro que cada día avanza más rápido.