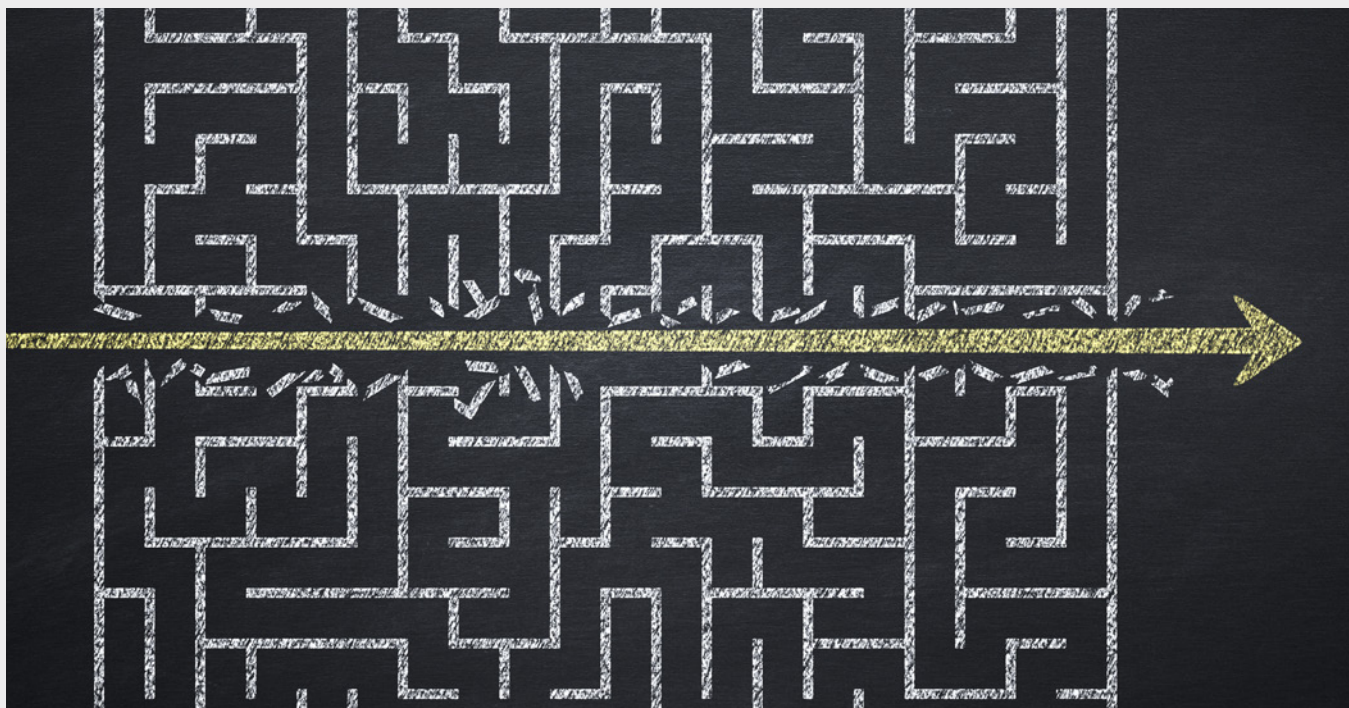




Más rápido. Más preciso. Más eficiente...

La carrera en la búsqueda de la satisfacción del cliente se ha acelerado. Cada vez más y nuevas formas de consumo han llegado para quedarse. Crecen de forma exponencial. De hecho, en el año 2025, el 25% de las ventas al detalle en España serán online. Todo tiene su repercusión. Las reglas del juego cambian. Lo hacen casi a diario, y la transformación de los agentes que conforman la cadena de valor es más necesaria que nunca. También en la de suministro, que adquiere una relevancia especial por ver quién consigue sorprender aún más.

Todo un desafío omnicanal. Big data, robótica e IA, Internet de las Cosas, *blockchain*, *cloud computing*... Los continuos avances tecnológicos están transformando incesantemente el comportamiento de los consumidores, sus gustos y sus expectativas, a los que las empresas deben dar una respuesta

ágil. Todo un nuevo mundo lleno de oportunidades y retos. Solo la transformación digital permitirá que las cadenas de suministro respondan a las nuevas necesidades y a los requisitos cambiantes de forma:

... Más rápida: a través de enfoques de pronóstico avanzados: análisis predictivos de datos internos, como la demanda, y externos, como tendencias del mercado, clima o vacaciones.

... Más flexible: por medio de una capacidad de transporte flexible que conducirá a un aumento significativo de la agilidad en las redes de distribución, y también a través de nuevos conceptos, como puede ser la entrega mediante drones.

... Más precisa: gracias a la gestión del rendimiento basada en la nube. Más transparencia de extremo a extremo en

tiempo real a lo largo de toda la cadena de suministro.

... Más eficiente: mediante la automatización de tareas físicas y de planificación.

Más rápido. Más preciso. Más eficiente... Clave para las empresas que quieran competir por la plena satisfacción del cliente en el s. XXI. La cadena de suministro nunca debe quedar al margen de la disrupción tecnológica y de los cambios en los modelos de *management*, producción, compra o consumo. Es también parte esencial de la transformación si consigue sacarle el máximo partido a la digitalización de los procesos para poner al consumidor en primer lugar. Las reglas del juego también han cambiado en la logística y la planificación.

Jonathan Escobar
CEO de ActioGlobal