



PARFOIS

La empresa lusa de complementos de moda tiene, en setenta países, más de 1.300 tiendas, 400 de ellas en España

Parfois apuesta por R para llevar la Inteligencia Artificial a su negocio y acercarse más a sus clientes/as

- ***BAI Analytics, el equipo de R especializado en IA, coordinará con Parfois un trabajo basado en la tecnología DataRobot, idónea para automatizar tareas y crear modelos predictivos.***
- ***El equipo experto de R desarrollará también una labor de acompañamiento para la firma portuguesa, asesorándola en cuestiones clave como la identificación de casos de uso de IA, análisis de los datos para cada uno de ellos e implementación y puesta en producción de esos modelos predictivos.***

Martes, 16 de marzo de 2021.- Consciente de la importancia que hoy tiene la **transformación digital** en el devenir inmediato y futuro de la empresa, la marca lusa *Parfois* ha elegido a **R** como guía para aplicar la Inteligencia Artificial a su modelo de negocio. Es este un caso claro de *Mindset* digital, en cuanto a esa concienciación de la empresa sobre la necesidad de digitalizarse a todos los niveles para tomar decisiones estratégicas que le permitan seguir compitiendo y sacar el máximo rendimiento a sus recursos en poco tiempo y con un coste bajo.

Por ello, *Parfois* ha decidido invertir en soluciones de Inteligencia Artificial, para adquirir un mayor conocimiento sobre su negocio y sus clientes/as a través, por ejemplo, del estudio de hábitos de compra o el análisis de ventas en canal electrónico frente a la tienda física, y obtener así mejores niveles de salida de sus productos.

Parfois buscaba, en suma, un socio tecnológico con experiencia en *BigData* e Inteligencia Artificial que le asesorase y acompañase en el lanzamiento, seguimiento e implementación de su departamento interno de IA para poner en marcha los primeros proyectos de analítica predictiva. Y lo ha encontrado en R.

El experto en IA, Miquel Gil, de **BAI Analytics**, comenta que a nivel general *“nuestra propuesta consiste en alinearnos con las necesidades del cliente, estudiarlas con él para proponer la mejor solución que se adapte idóneamente a su negocio y orientarle en su estrategia. Llegado este punto, utilizamos las mejores herramientas para lograr el éxito propuesto”*.

Nacho Vilaplana, científico de datos de *BAI Analytics*, ha añadido que *Parfois* *“ha demostrado conocer perfectamente el valor que puede conllevar para su negocio la explotación de los datos, y tienen una estrategia muy clara y bien planteada para conseguirlo, con la que estamos totalmente alineados”*.

Juan Redondo, director de compras de *Parfois*, acerca del porqué de la apuesta por **R** como socio tecnológico para desarrollar su proyecto de IA indica: *“Hemos decidido trabajar con DataRobot (y con BAI Analytics) porque es una herramienta que nos permite dar un paso más en el análisis de datos, facilitándonos el desarrollo de procesos de toma de decisión basados en algoritmos predictivos. DataRobot nos posibilita simular diferentes tipologías de algoritmos para ver qué modelo se aproxima al mejor resultado de una forma rápida y simple. Y BAI Analytics y los miembros de su equipo son los mejores compañeros de viaje para esta estrategia fundamental en el ‘retail’ ”*

Doble misión: consultoría de datos y tecnología DataRobot

La propuesta de **R** tiene dos vertientes: por un lado, un acompañamiento guiado y constante que, entre otras cosas, se traduce para *Parfois* en asesoramiento sobre tareas como la identificación de casos de uso y retorno aproximado de la inversión (ROI) de cada uno de ellos. Este **servicio de consultoría de R**, a través de *BAI Analytics*, también incluye el análisis de datos para esos casos, la demostración de su valor en distintos departamentos y la implementación de los modelos predictivos.

Sobre la otra vertiente, Miquel Gil explica que *“la segunda misión de la propuesta de R se refiere a la aplicación de la tecnología DataRobot como herramienta de automatización de dichos modelos para agilizar su puesta en marcha y futura puesta en producción. Parfois ha entendido desde un principio que mediante el uso de este tipo de tecnologías, como la de DataRobot, la compañía puede abordar más proyectos, gracias sobre todo a esa automatización de muchas tareas. El impacto en el negocio es palpable”*.

Una propuesta de valor a la medida de Parfois

El trabajo conjunto de *BAI Analytics* con los profesionales de la marca portuguesa le va a permitir a esta poner en marcha una solución rápida y eficiente de su modelo de negocio con un coste bajo. *Parfois* podrá familiarizarse con las mejores herramientas del mercado en Inteligencia Artificial y concretar cuáles son los casos de uso más adecuados para aprovechar todas las ventajas que estas tecnologías ofrecen.

En el ámbito de la consultoría, la empresa dispondrá del servicio de un equipo dedicado 100% a ella y sus profesionales recibirán la orientación y formación necesarias para consolidar su propio equipo de IA internamente.

Sobre Parfois

PARFOIS, marca internacional de accesorios y moda fundada en 1994, está presente en más de 70 países y también online en parfois.com. La colección internacional presta mucha atención a las tendencias teniendo siempre en mente el equilibrio entre moda y estilo de vida. Así, los accesorios constituyen sus piezas clave, complementados con una propuesta de calzado y, desde hace poco también, de prendas de ropa que ofrecen al/ a la cliente/a una experiencia de compra innovadora y mejorada.

Sobre BAI Analytics de R

Personal experto y preparado para cubrir las necesidades comerciales, tecnológicas y científicas de las empresas con las capacidades de la IA componen el equipo profesional de la iniciativa **BAI Analytics de R**. El operador gallego cuenta ya con una amplia cartera de clientes/as que se están beneficiando de soluciones basadas en Inteligencia Artificial con experiencias de éxito.

Por ello, **R** ha dado un paso más para acometer de forma específica esta actividad, mostrándose, en el ecosistema de la IA, como el “actor” principal que ofrece un paquete de servicios “de extremo a extremo” mediante el uso de soluciones cloud internas y plataformas de “Automated Machine Learning” como ‘Microsoft Azure’ o ‘DataRobot’.

comunicación R
prensa@mundo-r.net
R.gal