



NOTA DE PRENSA

Grupo Teddy elige Centric Market Intelligence para potenciar expansión en mercado con evaluación comparativa de competencia y toma de decisiones basada en datos

Retailer italiano líder de moda impulsa localización de estrategia Retail y de comercio electrónico con información competitiva basada en IA sobre fijación de precios y tendencias

CAMPBELL, California, 13 de mayo de 2025 - Centric Software® se complace en anunciar que el grupo Teddy elige [Centric Market Intelligence™](#) para apuntalar las decisiones basadas en datos a través de la planificación de producto y la fijación de precios competitiva para impulsar el posicionamiento de mercado de su marca insignia Terranova. Centric Software ofrece las soluciones empresariales más innovadoras para planificar, diseñar, desarrollar, abastecer, comprar, fabricar, fijar precios, asignar, vender y reponer productos de moda, lujo, calzado, exteriores, hogar y artículos relacionados como cosméticos y cuidado personal, y Retail multicategoría para alcanzar objetivos estratégicos y operativos de transformación digital.

Fundado en 1961, el grupo Teddy S.p.A. pasa de ser una pequeña tienda local en Rimini, Italia a convertirse en una potencia mundial de distribución de moda. Terranova, lanzada en 1988, representa una de las marcas insignia del grupo con más de 500 tiendas en 37 mercados, ofreciendo moda contemporánea para hombres, mujeres y niños. Hoy en día, la marca opera a través de múltiples canales, incluidas tiendas Retail, trece mercados de comercio electrónico directo y una creciente presencia en el mercado.

La integración de Centric Market Intelligence en los procesos de fijación de precios y planificación de Terranova empoderará a la marca para la definición más precisa de precios de partida y las estrategias de descuento por mercado y canal.

«Una de las perspectivas más valiosas que esperamos obtener con Centric es comprender la velocidad del producto, qué se vende primero y por qué. Esto guiará las estrategias de fijación de precios, surtido y reposición y hará que nuestro enfoque de comercio electrónico y de mercado sea más eficiente y competitivo», expresa una persona del grupo.

La implementación de Centric Market Intelligence llega en un momento crucial para la transformación digital y la expansión del mercado del grupo Teddy. Queriendo consolidar su presencia en el sector local con un mercado estructurado y un plan de expansión logístico, el grupo busca una solución frente a la falta de información de mercado en tiempo real y al enfoque manual usado para la previsión y el análisis de los procesos de desarrollo de producto, la fijación de precios y la comercialización.

Filippo Cisterni, director de Comercio Electrónico del grupo Teddy, dice: «Necesitábamos una mejor comprensión sobre cómo enfocar cada mercado con una estrategia específica para cada uno de ellos. En el grupo Teddy, nos guiamos por los datos en cada uno de los equipos, lo cual es clave para nosotros en cada aspecto de nuestra estrategia. Con Centric Market Intelligence, tendremos información en tiempo real sobre los competidores y las tendencias del mercado».

Para maximizar su impacto en el sector, Terranova necesita información detallada y en tiempo real para comparar los surtidos y las estrategias de fijación de precios de la competencia en cada mercado para así optimizar la relevancia de la marca y la introducción en este. Esta visibilidad guiará las decisiones de Terranova sobre la localización de su oferta de productos con puntos de precio inicial competitivos y estrategias de rebajas para cada mercado. Previo a la implementación de Centric Market Intelligence, el análisis de la competencia era manual mediante hojas de cálculo e informes puntuales de proveedores externos que no presentaban actualizaciones en tiempo real ni visibilidad de tendencias históricas.

Cisterni dice: «[Antes], nuestro gestor de mercados pasaba hasta ocho horas por canal seleccionando manualmente los listados de productos para cada mercado, cruzando datos en las hojas de cálculo para determinar cada temporada el mejor surtido y la mejor estrategia de fijación de precios. Con Centric Market Intelligence, podremos comparar rápidamente las tendencias estacionales y las

estrategias de precios y podremos tomar decisiones más inteligentes con respecto a compras y fijación de precios».

Si bien la implementación inicial se centra en la marca Terranova, el éxito de la adopción conduce en un futuro próximo a la expansión a otras marcas del grupo Teddy.

Cisterni concluye: «Uno de los puntos clave al momento de elegir Centric frente a otras soluciones fue la facilidad de comparación. Nos proporcionará información clara y práctica sobre la evolución del mercado temporada tras temporada y la aplicación de sus estrategias por parte de nuestros competidores. Otras herramientas que usamos en el pasado nos proporcionaban información sobre tendencias pero no tenían la profundidad que necesitábamos en lo que se refiere al análisis. Centric nos permitirá tomar decisiones basadas en datos con un nivel de precisión que no teníamos».

Chris Groves, director general de Centric Software, expresa su entusiasmo: «Hoy los Retailers necesitan acceso rápido a la inteligencia de mercado para poder tomar decisiones estratégicas y seguir siendo competitivos. La asociación del grupo Teddy y Centric Market Intelligence basada en datos ofrece una ventaja competitiva que es necesaria para la expansión del Retail. Los procesos manuales están transformándose en información práctica sobre la optimización de fijación de precios, las decisiones de comercialización y el crecimiento del mercado en múltiples regiones».

Conoce más sobre [Centric Software](#)

[Pide una demostración](#)

Grupo Teddy S.p.A. (www.teddy.it/en)

El grupo Teddy es una empresa de moda italiana con el gran sueño de ofrecer más que solamente ropa y más bien compartir un mundo al cual pertenecer. A través de las marcas Terranova, Rinascimento, Calliope y QB24, el grupo Teddy busca vestir al mundo con belleza y acogida. El grupo promueve la realización personal atendiendo a clientes en 79 mercados mediante una distribución

omnicanal que incluye tiendas online, monomarca gestionadas directamente o de franquicia y distribución mayorista.

En 2023, el Grupo alcanza la cifra de negocio de 672,5 millones de euros e ingresos Retail de 1,115 millones de euros, con 841 tiendas y 3 464 empleados.

Centric Software® (www.centricsoftware.com)

Desde su sede en Silicon Valley, Centric Software ofrece una innovadora plataforma basada en IA de concepto a comercialización de productos para Retailers, marcas y fabricantes de todo tamaño. Como expertos en moda, lujo, calzado, exteriores, hogar, cosmética y cuidado personal, y Retail multicategoría, Centric Software brinda las mejores soluciones de su clase para planificar, diseñar, desarrollar, abastecer, cumplir, comprar, fabricar, fijar precios, asignar, comercializar, vender y reponer productos.

- **Centric PLM™**, la solución PLM líder de moda, exteriores, calzado y marcas privadas, optimiza la ejecución del producto desde la ideación hasta el desarrollo, el abastecimiento y la fabricación, alcanzando una mejora de la productividad de hasta 50 % y una reducción del Time to Market de 60 %.
- **Centric Planning™** es una innovadora solución de IA nativa en la nube que ofrece capacidades integrales de planificación para maximizar el rendimiento de los negocios Retail y mayoristas, incluida la optimización de las unidades de mantenimiento de stock conduciendo a un aumento de los márgenes de hasta 110 %.
- **Centric Pricing & Inventory™** aprovecha la IA para impulsar los márgenes y aumentar la rentabilidad hasta 18 % mediante la optimización de precios e inventarios desde la pretemporada hasta la finalización de ella.
- **Centric Market Intelligence™** es una plataforma impulsada por IA que ofrece información sobre las tendencias de consumo, las ofertas y la fijación de precios de la competencia para estimular la competitividad y acercarse al consumidor, con un aumento de hasta 12 % en el punto de precio inicial medio.
- **Centric Visual Boards™** pivota los datos procesables en una orientación primordialmente visual para garantizar ofertas sólidas de surtidos y productos

adecuados para el consumidor, reduciendo drásticamente el tiempo del ciclo de desarrollo del surtido.

- **Centric PXM™**, gestión de la experiencia del producto (PXM) impulsada por IA, engloba PIM, DAM, sindicación de contenidos y análisis digital de estanterías (DSA) para optimizar el ciclo de vida de la comercialización del producto llevando a una experiencia de marca transformada. Aumenta los canales de venta, las ventas y los márgenes.

Las soluciones de Centric Software impulsadas por el mercado tienen el mayor índice de adopción de usuario, de satisfacción del cliente y el tiempo de valor más rápido del sector. Centric Software ha recibido múltiples premios y reconocimientos del sector, y aparece regularmente en los principales informes e investigaciones de analistas de todo el mundo.

Centric Software es una filial de Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), líder mundial en software de diseño 3D, maquetas digitales 3D y soluciones PLM.

Centric Software es una marca registrada de Centric Software, Inc. en EE UU y otros países. Centric PLM, Centric Planning, Centric Pricing & Inventory, Centric Market Intelligence, Centric Visual Boards y Centric PXM son marcas comerciales de Centric Software, Inc. Todas las marcas comerciales de terceros son marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

Contactos de media:

Centric Software

América: Jennifer Forsythe, jforsythe@centricsoftware.com

EMEA: Kristen Salaun-Batby, ksalaun-batby@centricsoftware.com

APAC: Lily Dong, lily.dong@centricsoftware.com