

A woman with long dark hair, wearing a light blue floral dress, gold jewelry, and a white handbag, stands at a bar. A man with sunglasses and a white shirt is seated at the bar, holding a green cocktail. The background features a wall with a tropical leaf pattern and hanging glass lamps.

HISTORIA DE ÉXITO DE GUESS

**GUESS RESURGE MÁS FUERTE DE LA PANDEMIA
CON CENTRIC PLANNING**

Marca icónica de moda obtiene resultados exitosos
a través de inversión de capital en tecnología

 CentricSoftware™

© 2022 Centric Software Inc. Todos los derechos reservados.

"Esta solución ha cambiado nuestra vida por completo".

Daniel Botey, vicepresidente de Gestión de Inventario Global en Guess Europe Sagl, describe sus impresiones sobre Centric Planning, la innovadora solución nativa en la nube integrada con las mejores prácticas de planificación omnicanal para Retailers y mayoristas.

Antes de la COVID-19, la marca icónica de ropa y accesorios Guess ya había pensado en evolucionar a una solución de planificación de nueva generación. Como empresa de gran tamaño y alcance mundial, con importantes negocios de Retail y al por mayor y una compleja gama de productos, Guess tenía miles de productos y unidades de mantenimiento de stock alojados en una infinidad de planillas, manejaba largos plazos de fabricación y experimentaba dificultad para satisfacer las demandas de los comerciantes. Con las repentinas alteraciones impuestas por la pandemia y los intensos bloqueos, los equipos se vieron aun más frustrados y estresados. Lo peor de todo es que los consumidores no siempre podían encontrar los productos que buscaban en las tiendas o en línea. La vida tras los escenarios -como en muchos Retailers grandes y pequeños- se volvió aún más frenética en esta época inestable, y el impacto todavía se siente hoy.

¿Cómo resurgió Guess de la pandemia más fuerte que nunca?

UN MOVIMIENTO VALIENTE EN TIEMPOS TURBULENTOS

Justo antes de la COVID-19, Guess había puesto en marcha una nueva estrategia destinada a aumentar los márgenes operativos, impulsada por el deseo de elevar la calidad de la marca, reducir la actividad promocional, reaccionar más rápidamente a las perturbaciones del mercado y, lo más importante, poner al consumidor al frente y al centro de su agenda. Era el momento de encontrar una plataforma tecnológica para cumplir con su propósito.

¡Y llegó la pandemia! Las oficinas cerraron, la colaboración se hizo difícil y todos los anteriores retos de planificación se hicieron mayores. Los cierres y las reaperturas se produjeron en diferentes momentos en los distintos países y regiones, y las previsiones de ventas fluctuaron enormemente. Daniel dice: "Sinceramente no recuerdo un momento más difícil en mi vida. Fue muy difícil para nosotros. Tuve una conversación con nuestro director general, Carlos Alberini, para pedirle su apoyo para seguir adelante con el proyecto de planificación que, por supuesto, había quedado en suspenso a causa de la pandemia".

El mundo no sabía qué esperar y, con razón, las empresas procedieron cautelosamente. Guess pudo seguir adelante porque tuvo la visión para mantener el rumbo en un momento en el que reinaba la incertidumbre. El Sr. Botey continúa: "Carlos nos apoyó mucho y entendió que nuestra necesidad de una herramienta era aún más urgente en esas circunstancias, y fue así que reactivamos el proyecto durante el primer cierre".



Guess dio el salto y los resultados fueron sorprendentes. Dice el Sr. Botey: "Antes de la COVID-19, teníamos un margen operativo del 5,6 % al final del año fiscal 2020. El año pasado cerramos con un 12 %, enorme mejora de los beneficios". El Sr. Botey continúa en base a un gráfico: "Se puede ver un aumento de 250 puntos básicos sólo por las menores actividades promocionales". Es cierto que esto se debió a que pudieron llevar a cabo su plan de acción previo a la pandemia, pero Botey señala: «Si hubiéramos tenido mucho inventario, no hubiéramos podido lograrlo. Centric Planning nos ha permitido seguir con nuestra estrategia y aumentar muchísimo la rentabilidad".

EL CONSUMIDOR ES LO MÁS IMPORTANTE: LLEVAR LOS PRODUCTOS CORRECTOS A LOS LUGARES CORRECTOS EN EL MOMENTO CORRECTO

Guess tiene 25 categorías de productos en más de cien países, con aproximadamente mil tiendas operadas directamente en todo el mundo y 1 600 en total. Guess opera un modelo de negocio omnicanal, vendiendo a través de múltiples puntos de contacto como el comercio electrónico, el Retail y, especialmente importante en Europa, la venta al por mayor en la que Guess mantiene una red de alrededor de 4 000 clientes mayoristas.

La empresa usaba hojas de Excel para las compras y la comercialización. El Sr. Botey afirma: "Trabajamos en unos treinta países de Europa. Cada uno de los comercializadores proporcionaba una hoja de Excel en diferentes formatos, con una lista de los productos que quería y los que no eran tan relevantes en su país o mercado. Era un proceso muy tedioso porque consumía mucho tiempo a los comerciantes y a los compradores para recopilar toda la información y tratar de cubrir las necesidades de los mercados".

El equipo trabajaba con extensas e intrincadas planillas. El Sr. Botey dice: "Tenemos 8 000 unidades de mantenimiento de stock por colección con cuatro colecciones al año. Tuvimos que dividir a nuestros equipos y archivos por categoría de producto porque no podíamos gestionar todas las unidades de mantenimiento de stock en un solo lugar. Teníamos varias hojas de Excel -por supuesto, desconectadas y desfasadas- y todo el mundo trabajaba sólo en una parte del conjunto". Eso era en la parte de la planificación. "Nuestro equipo directivo y los principales ejecutivos de la empresa necesitaban una visión general y de alto nivel de la situación, pero no podían obtenerla con el proceso existente. Un programa basado en planillas ya no era lo suficientemente potente como para manejar la enorme cantidad de complejidad e información".

El Sr. Botey señala: "Necesitábamos una herramienta de planificación para tener todo en un solo lugar y obtener vistas alternativas de la misma imagen. Trabajamos con diferentes monedas, diferentes gustos de los clientes y diferentes tendencias por país. Tener todas las variables geográficas más el amplio surtido y el número de unidades de mantenimiento de stock les hacía muy difícil la vida a los planificadores".



Guess tomó medidas decisivas, concibiendo un nuevo y ambicioso modelo de negocio que abordaba la ampliación del margen operativo con un enfoque de cuatro vertientes: costo del producto, elevación de la marca, ocupación y eficiencia operativa. Para alcanzar estos objetivos, Guess se propuso responder con mayor rapidez a las perturbaciones del mercado, trasladar las líneas de productos de primera calidad al interior, reducir el exceso de stock y los descuentos a partir de una gestión fluida del inventario, y aumentar los márgenes.

LA TECNOLOGÍA AYUDA

Los cierres y reaperturas temporales de tiendas les impidieron a los equipos seguir con los planes originales de previsión. Los sistemas obsoletos impedían trasladar sin problemas el inventario de un canal a otro en un momento en que el comercio electrónico estaba en pleno auge.

Antes de Centric Planning, los talentosos planificadores y equipos enteros estaban sobrecargados de trabajo, cansados, al punto de ebullición. El Sr. Botey observa: "Algunas personas de mi equipo estaban muy frustradas por pasar horas delante de una hoja de Excel en lugar de analizar y tomar decisiones. Los incorporamos al proyecto de planificación y cuando percibieron la visión se comprometieron. ¡Ahora forman parte del proyecto y están realmente entusiasmados!".



LOS RETOS DE LA CADENA LOGÍSTICA PERDURAN

Los problemas de la cadena logística a causa de la pandemia han exacerbado las preocupaciones ya existentes. El Sr. Botey afirma: "Nuestro tiempo de compra se ha acortado. Nuestro equipo de la cadena logística ahora nos pide que emitamos los pedidos con antelación para dar más tiempo a la producción y al transporte. Sin Centric Planning, hoy nuestro trabajo sería imposible. Nos permite llevar el producto a los canales adecuados a tiempo y esto es muy importante para nosotros. Los comentarios de todos los usuarios son muy positivos, les gusta la herramienta porque es muy intuitiva".

El Sr. Botey prosigue: "Seguimos en una pandemia y eso ha afectado mucho a nuestra circulación de personas y a nuestras ventas en tienda. El comercio electrónico sigue funcionando muy bien. Con Centric Planning hemos

sido capaces de trasladar el inventario de nuestras tiendas físicas al comercio electrónico donde se necesita que esté".

RETOS

- + Múltiples geografías, surtidos de productos y canales de distribución
- + Excesivas rebajas de precio
- + Degeneración de los márgenes de producto debido a la interrupción de la cadena logística y al aumento de los costos
- + Equipos estresados y desmotivados
- + Movimiento de productos entre canales lento e ineficiente

El Sr. Botey describe la práctica típica de las rebajas de final de temporada que se utilizan para liquidar los inventarios para la siguiente temporada: "Este es uno de los mayores impactos [negativos] en nuestros márgenes. Con Centric Planning podemos limitar la actividad promocional, lo que se traduce directamente en mayores márgenes".

LA NUEVA ESTRATEGIA DE GUESS DA SUS FRUTOS

Curiosamente, al preguntarle al Sr. Botey si los objetivos del proyecto eran reducir el tiempo de planificación y la carga de trabajo, responde: "Nuestros objetivos son más estratégicos, son adaptarnos a las necesidades de los clientes y reaccionar rápidamente a las perturbaciones del mercado. Apreciamos las ventajas de la herramienta de planificación que ha disminuido la carga del trabajo manual y drásticamente el tiempo de planificación de un mes a una semana". Otras ventajas son la fácil actualización de la planificación de gamas o surtidos del plan de mercancías y que los responsables locales de los países trabajen directamente con la solución para seleccionar sus colecciones preferidas.

Otro beneficio importante es la satisfacción de los empleados. Según el Sr. Botey: "El ánimo de la gente es mucho mejor ahora que se les ha quitado un gran peso de encima. Hoy los empleados saltan entre empresas y un equipo feliz está más comprometido y motivado, tan importante como mejorar los resultados financieros. Los clientes están más contentos al encontrar sus productos en las tiendas o en línea por la visibilidad y la agilidad mejoradas".

Los costos de producción han mejorado al consolidar en una sola línea el desarrollo de producto para todas las regiones. El Sr. Botey afirma: "Esto aporta eficiencia. Sin un sistema de planificación hubiera sido muy difícil lograrlo".

El Sr. Botey elogia al equipo de Centric: "No son sólo proveedores de software, son también expertos planificadores que hablan nuestro idioma. La gestión del proyecto es perfecta y establece el tono de asociación positiva desde el primer día".

INNOVACIÓN ORIENTADA AL CLIENTE

Guess ya ha puesto su sello en la solución orientada al cliente. El Sr. Botey explica: "Hicimos la asignación inicial en la herramienta, y mi equipo de planificación y Centric configuraron un módulo de asignación que incorpora las necesidades en esta área y se omitió un paso antes hecho en un programa independiente, y mejoró más la eficiencia del flujo de trabajo".

Con la estrategia, el talento, la fortaleza para tomar decisiones correctas, y la tecnología adecuada, Guess logró el fortalecimiento de sus bases digitales que le permite prosperar y mantenerse fuerte, incluso en momentos de suma dificultad en la industria.

RESULTADOS

- + Planes adaptados por país, lo que da lugar a surtidos que satisfacen las necesidades locales y las tendencias del mercado
- + Contribuyó a la duplicación de los márgenes operativos del 5,6 % al 12 %
- + Reducción de la planificación de Retail de un mes a una semana
- + Agilidad y flexibilidad superiores para servir mejor a los clientes
- + Una única fuente de verdad para todos los datos de producto, disponible en cualquier momento y cualquier lugar
- + Retención del talento mediante la eliminación de procesos y herramientas de trabajo anteriormente frustrantes

■ ANTES DE LA COVID-19, TENÍAMOS UN MARGEN OPERATIVO DEL 5,6 % AL FINAL DEL AÑO FISCAL 2020. EL AÑO PASADO CERRAMOS CON UN 12 %, ENORME MEJORA DE LOS BENEFICIOS. SI HUBIÉRAMOS TENIDO MUCHO INVENTARIO, NO HUBIÉRAMOS PODIDO LOGRARLO. CENTRIC PLANNING NOS HA PERMITIDO SEGUIR CON NUESTRA ESTRATEGIA Y AUMENTAR MUCHÍSIMO LA RENTABILIDAD. ■■

SOBRE GUESS (www.guess.eu)

Si quisieras crear la marca de moda ideal, podrías decidir tomar el legendario glamour de Hollywood y combinarlo con una pizca de chic francés natural. Eso es exactamente lo que hicieron los hermanos Marciano hace algo más de cuarenta años cuando fundaron Guess. Desde entonces, Guess ha pasado de ser una pionera del jean a una marca de estilo de vida global, apoyada por una icónica publicidad sexy y animada.

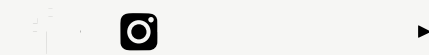
Guess cuenta hoy con más de 1 600 tiendas Retail en todo el mundo y ofrece colecciones para hombres, mujeres y niños, así como una amplia gama de accesorios que abarca joyas, fragancias, gafas y relojes, a zapatos y bolsos muy deseados.

SOBRE CENTRIC SOFTWARE (www.centricsoftware.com)

Desde sus oficinas centrales en Silicon Valley, Centric Software® proporciona una plataforma de transformación digital, desde la concepción de producto hasta el consumidor, para marcas de moda, Retail, calzado, lujo, material deportivo, electrónica de consumo y bienes de consumo, incluyendo cosmética y cuidado personal, y alimentación y bebidas. Centric PLM™, la plataforma insignia de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) de Centric, ofrece servicios de planificación de mercancías, desarrollo de productos, suministro, calidad y gestión de la cartera de productos, adaptados a sectores de consumo en constante cambio. La plataforma de innovación visual de Centric (CVIP) ofrece una nueva experiencia digital y completamente visual que mejora la colaboración y la toma de decisiones. Centric Retail Planning es una solución innovadora, en la nube, impulsada por Armonica Retail S.R.L., que ofrece un proceso de planificación integral diseñado para maximizar el rendimiento del negocio de Retail. Centric Software es pionera en movilidad ya que introdujo las primeras aplicaciones móviles para PLM, y es ampliamente conocida por su conectividad con otros sistemas empresariales, incluyendo el ERP, el DAM, el PIM, el e-commerce, la planificación y otros más, además de herramientas creativas como Adobe® Illustrator y conectores CAD 3D. Las soluciones de Centric están completamente orientadas por el mercado y tienen la mejor tasa de adopción por parte del usuario y el mejor Time-to-Value del mercado. Todas las innovaciones de Centric reducen el Time-to-Market, impulsan la innovación de productos y reducen costos.

Centric Software es propiedad mayoritaria de Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), líder mundial en software de diseño 3D, maquetación digital 3D y soluciones de PLM.

Centric Software ha obtenido múltiples premios y reconocimientos del sector, como figurar en la lista Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 y 2016. También ha recibido varios premios a la excelencia por parte de Frost & Sullivan en 2012, 2016, 2018 y 2021.



www.centricsoftware.com

América: Jennifer Forsythe, jforsythe@centricsoftware.com
EMEA: Kristen Salaun-Batby, ksalaun-batby@centricsoftware.com
APAC: Lily Dong, lily.dong@centricsoftware.com