

A woman with long dark hair, wearing a light blue floral dress, gold jewelry, and a pink and white handbag, stands at a bar. A man with sunglasses and a white shirt sits at the bar, holding a green cocktail. The background shows a bar setting with plants and hanging lights.

# HISTÓRIA DE SUCESSO: GUESS

**GUESS SAI DA PANDEMIA MAIS FORTE  
COM CENTRIC PLANNING**

A marca icônica de moda faz investimento de capital  
em tecnologia para resultados de sucesso

 CentricSoftware™

© 2022 Centric Software Inc. Todos os direitos reservados.



“Essa solução mudou completamente nossas vidas.”

Daniel Botey, Vice Presidente de Gerenciamento de Estoque Global da Guess Europe Sagl, descreve seus sentimentos sobre o Centric Planning, a solução inovadora em nuvem incorporada às melhores práticas de planejamento de atacado e varejo omnichannel.

Antes do COVID-19, a icônica marca de roupas e acessórios, Guess, já tinha começado a pensar em saltar para uma solução de planejamento de última geração. Como uma grande empresa mundial com negócios significativos de atacado e varejo e uma gama de produtos complexa, a Guess tinha milhares de produtos e SKUs hospedados em uma infinidade de planilhas, longos prazos de fabricação e dificuldade em atender às demandas dos comerciantes. Com as mudanças repentinas impostas pela pandemia e lockdowns, as equipes ficaram mais frustradas e estressadas. E o pior de tudo, os consumidores nem sempre conseguiam encontrar os produtos que procuravam nas lojas ou online. A vida nos bastidores - como em muitos varejistas grandes e pequenos - se tornou ainda mais frenética na instabilidade da época, com o impacto ainda sendo sentido hoje.

Como a Guess saiu da pandemia mais forte do que nunca?

## UM MOVIMENTO CORAJOSO EM TEMPOS TURBULENTOS

Antes do COVID, a Guess havia lançado uma nova estratégia destinada a aumentar as margens operacionais - desencadeada pelo desejo de elevar a qualidade da marca, reduzir a atividade promocional, reagir mais rápido às interrupções do mercado e, mais importante, colocar o consumidor na frente e no centro. Era a hora de encontrar a plataforma tecnológica para torná-la realidade.

Então veio a pandemia. Os escritórios fecharam, a colaboração foi difícil e todos os desafios de planejamento anteriores foram ampliados. Com lockdowns e reaberturas ocorrendo em momentos diferentes entre países e regiões, as previsões de vendas flutuaram muito. Daniel diz: “Não me lembro de um momento mais desafiador em minha vida, honestamente. Foi realmente difícil para nós. Eu tive uma conversa com nosso CEO, Carlos Alberini para pedir seu apoio para seguir com o projeto de planejamento que, claro, havia sido suspenso por causa da pandemia.”

O mundo não sabia o que esperar e, com razão, as empresas foram cautelosas. A Guess teve a previsão de manter o curso em um momento em que reinava a incerteza. O Sr. Botey continua: “Carlos foi realmente solidário e entendeu que nossa necessidade de uma ferramenta era ainda mais urgente dadas as circunstâncias. Por isso, revivemos o projeto durante o primeiro lockdown.”



A Guess deu o salto e os resultados foram nada menos que surpreendentes. “Antes do COVID, tínhamos uma margem operacional de 5,6% no final do ano fiscal de 2020. Fechamos o ano passado em 12%. É uma grande melhoria nos lucros!” O Sr. Botey traz um gráfico. “Você pode ver um aumento de 250 pontos base devido apenas às atividades promocionais mais baixas.” É verdade que isso se deu ao fato de poder realizar seu plano pré-pandemia, mas Botey ressalta: “Se tivéssemos muito estoque, não poderíamos ter feito isso. O Centric Planning tem sido um facilitador para realmente seguir nossa estratégia e aumentar nossa lucratividade de uma maneira muito, muito grande.”

## MANTENHA-SE CENTRADO NO CONSUMIDOR: OBTENHA OS PRODUTOS CERTOS, NOS LUGARES CERTOS, NA HORA CERTA

A Guess tem 25 categorias de produtos em mais de 100 países com cerca de 1.000 lojas operadas diretamente em todo o mundo e 1.600 lojas no total. A Guess opera um modelo de negócios omnichannel, vendendo por meio de vários pontos de contato como e-commerce, varejo e, particularmente importante na Europa, atacado, onde a Guess mantém uma rede de cerca de 4.000 clientes.

A empresa estava usando planilhas do Excel para realizar compras e merchandising. O Sr. Botey diz: “Estamos trabalhando em cerca de 30 países na Europa. Os comerciantes forneceriam, cada um, uma planilha de Excel em diferentes formatos, listando os produtos que desejam e aqueles que não são tão relevantes em seu país ou mercado. Foi um processo doloroso, pois consumia muito tempo para os comerciantes, mas também para os compradores aqui, para compilar todas essas informações para tentar cobrir as necessidades dos mercados.”

A equipe estava trabalhando em planilhas muito grandes e complexas. O Sr. Botey diz: “Temos 8.000 SKUs por coleção com 4 coleções ao ano. Tivemos que dividir nossas equipes e arquivos por categoria de produto porque não conseguíamos gerenciar todos os SKUs em um só lugar. Portanto, tínhamos várias planilhas de Excel - claro, não conectadas ou sincronizadas - e todos estavam trabalhando em apenas em uma parte do todo.” Isso foi do lado do planejamento. Nossa equipe de gerenciamento e os principais executivos de negócios precisavam de uma visão geral de alto nível da situação, mas não conseguiram com o processo existente. Um programa baseado em planilhas não era mais poderoso o suficiente para lidar com a enorme quantidade de complexidade e informações.

O Sr. Botey observa: “Precisávamos de uma ferramenta de planejamento para ter tudo em um só lugar e obter visualizações alternativas da mesma imagem. Lidamos com diferentes moedas, diferentes gostos dos clientes, diferentes tendências por país. Ter todas as variáveis geográficas, além da ampla variedade e número de SKUs, tornou a vida dos planejadores aqui muito, muito difícil.”





A Guess tomou medidas decisivas, concebendo um novo modelo de negócios ambicioso que abordava a expansão da margem operacional em uma abordagem de quatro frentes: custo do produto, elevação da marca, ocupação e eficiência operacional. Para atingir esses objetivos, a Guess pretendia responder mais rapidamente às interrupções do mercado, mover linhas de produtos premium para o exterior, reduzir o excesso de estoque e descontos com base no gerenciamento de estoque com fluidez e aumentar as margens.

## A TECNOLOGIA DÁ UMA MÃOZINHA

Os fechamentos e reaberturas temporários das lojas impossibilitaram que as equipes seguissem os planos de previsão originais. Sistemas desatualizados os impediam de mover o estoque de um canal para outro, em um momento em que o comércio eletrônico estava crescendo.

Antes do Centric Planning, planejadores talentosos e equipes inteiras estavam sobrecarregadas, cansadas, no ponto de ebulição. O Sr. Botey reflete: "Algumas pessoas na minha equipe ficaram muito frustradas em passar horas na frente de uma planilha de Excel ao invés de analisar e tomar decisões. Nós os trouxemos para o projeto de planejamento e, uma vez que viram a visão, ficaram realmente engajados. Agora, eles fazem parte do projeto e estão realmente empolgados com isso!"



## OS DESAFIOS DA CADEIA DE SUPRIMENTOS PERDURAM

Os problemas da cadeia de suprimentos pandêmicos exacerbaram as preocupações existentes. O Sr. Botey diz: "Nosso tempo de compra foi reduzido. Agora, nossa equipe da cadeia de suprimentos está nos pedindo para emitir os POs com antecedência para alocar mais tempo para produção e transporte. Sem o Centric Planning, nossos trabalhos seriam impossíveis hoje. É um facilitador para levarmos o produto aos canais certos no prazo. Isso é enorme para nós. O feedback de todos os usuários é muito positivo; eles gostam da ferramenta. É muito intuitiva."

O Sr. Botey continua: "Ainda estamos em uma pandemia, que realmente afetou nosso tráfego e nossas vendas nas lojas. O e-commerce ainda está apresentando um desempenho extremamente bom. Com o Centric Planning, conseguimos mover o estoque de nossas lojas físicas para o comércio eletrônico, onde é necessário."

Ele descreve a prática típica de vendas de final de temporada usada para limpar os estoques para a próxima temporada. "Esse é um dos maiores impactos [negativos] em nossas margens. Com o Centric Planning, podemos limitar a atividade promocional que se traduz diretamente em margens mais altas."

### DESAFIOS

- + Várias geografias, sortimentos de produtos e canais de distribuição
- + Remarcações excessivas
- + Degeneração das margens do produto devido à interrupção da cadeia de suprimentos e custos mais altos
- + Equipes estressadas e desmotivadas
- + A movimentação de produtos entre canais era lenta e ineficiente

## A NOVA ESTRATÉGIA DA GUESS COMPENSA PARA TODOS

Curiosamente, quando perguntado se os objetivos do projeto de planejamento eram reduzir o tempo de planejamento e a carga de trabalho, Botey responde: “Nossos objetivos são mais estratégicos: adaptar-se às necessidades de nossos consumidores e reagir rapidamente às interrupções do mercado.” Ele rapidamente segue reconhecendo: “Mas é claro que agradecemos as vantagens da implementação da ferramenta de planejamento, como a redução da carga de trabalho manual e uma redução drástica no tempo de planejamento, de um mês para uma semana”. Outros benefícios são a fácil atualização do planejamento de variedade ou sortimento em todo o plano de mercadorias e o fato de os gerentes locais dos países trabalharem diretamente na solução para selecionar suas coleções preferidas.

Outro benefício que não deve ser negligenciado são os funcionários satisfeitos. Botey diz: “O humor do nosso pessoal está muito melhor agora porque removemos grande parte do estresse de seus ombros. Como você sabe, os funcionários hoje em dia estão pulando de uma empresa para outra e uma equipe feliz é mais comprometida, mais motivada. É pelo menos tão importante quanto alcançar melhores resultados financeiros. Nossos consumidores estão mais felizes porque podem encontrar o produto de que precisam em suas lojas ou online devido à melhor visibilidade e maior agilidade de nossa parte.”

Os custos de produção melhoraram porque a Guess consolidou o desenvolvimento de produtos para todas as regiões em uma única linha. O Sr. Botey diz: “Isso traz eficiência. Sem um sistema de planejamento, seria extremamente difícil de alcançar.”

Botey tem elogios para a equipe da Centric: “Eles não são apenas fornecedores de software, mas planejadores especializados que falam nossa língua. A gestão do projeto é perfeita e dá o tom da parceria positiva desde o primeiro dia.”

## INOVAÇÃO ORIENTADA PARA O CLIENTE

Característica da maneira de trabalhar orientada para o cliente da Centric, a Guess já colocou sua marca na solução. O Sr. Botey explica: “Durante o projeto, percebemos que havia a oportunidade de fazer a alocação inicial na ferramenta também. Então, junto com minha equipe de planejamento, a Centric configurou um novo módulo de alocação. Ele incorpora nossas necessidades nesta área, nos permitindo pular uma etapa que foi feita anteriormente em um programa separado, aumentando ainda mais a eficiência do fluxo de trabalho.”

Por ter a estratégia certa, o talento certo, a coragem para tomar as decisões certas, combinados com a tecnologia certa, a Guess conseguiu realizar algo extraordinário durante um período em que muitos no mesmo setor estavam se debatendo. O fortalecimento de sua base digital permite que a Guess prospere e se torne mais formidável e resiliente, mesmo durante condições desafiadoras de mercado.

## RESULTADOS

- + Planos adaptados por país, resultando em sortimentos que atendem às necessidades locais e tendências de mercado
- + Contribuiu para dobrar as margens operacionais de 5,6% para 12%
- + Planejamento de varejo reduzido de 1 mês para 1 semana
- + Maior agilidade e flexibilidade para melhor atender os clientes
- + Uma única fonte de verdade para todos os dados do produto, disponível em qualquer lugar, a qualquer hora
- + Talento retido ao remover processos e ferramentas de trabalho anteriormente frustrantes

“ANTES DO COVID, TÍNHAMOS UMA MARGEM OPERACIONAL DE 5,6% NO FINAL DO ANO FISCAL DE 2020. FECHAMOS O ANO PASSADO EM 12%. É UMA GRANDE MELHORIA NOS LUCROS! SE TIVÉSSEMOS MUITO ESTOQUE, NÃO PODERÍAMOS TER FEITO ISSO. O CENTRIC PLANNING TEM SIDO UM FACILITADOR PARA REALMENTE SEGUIR NOSSA ESTRATÉGIA E AUMENTAR NOSSA LUCRATIVIDADE DE UMA MANEIRA MUITO, MUITO GRANDE.”

## SOBRE A GUESS ([www.guess.eu](http://www.guess.eu))

Se você queria criar a marca de moda ideal, você pode decidir pegar o lendário glamour de Hollywood e combiná-lo com uma pitada de francês chique natural. Que é exatamente o que os irmãos Marciano fizeram há pouco mais de 40 anos, quando fundaram a Guess. Desde então, a Guess cresceu de uma pioneira do jeans para uma marca de estilo de vida global, apoiada por uma publicidade sexy e espirituosa que se tornou icônica.

Hoje, a Guess tem mais de 1.600 lojas de varejo em todo o mundo e oferece coleções para homens, mulheres e crianças, além de uma ampla variedade de acessórios, desde jóias, fragrâncias, óculos e relógios até sapatos e bolsas altamente desejados.



## SOBRE A CENTRIC SOFTWARE ([www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com))

De sua sede no Vale do Silício, a Centric Software® fornece uma plataforma de Transformação Digital do Conceito do Produto ao Consumidor para varejo para moda, varejo, calçados, luxo, produtos para uso ao ar livre, eletrônicos de consumo e bens de consumo, incluindo cosméticos e cuidados pessoais e alimentos e bebidas. A plataforma principal de Gestão do Ciclo de Vida do Produto (PLM) da Centric, Centric PLM™, oferece planejamento de mercadorias de classe empresarial, desenvolvimento de produtos, sourcing, qualidade e inovações de otimização de portfólio de produtos especificamente para indústrias de consumo de rápida movimentação. Já os Painéis de Inovação Visual da Centric (CVIP), oferecem experiências de painéis digitais altamente visuais para colaboração e tomada de decisões. O Centric Retail Planning é uma solução inovadora em nuvem fornecida pela Armonica Retail S.R.L., que entrega um processo de planejamento de varejo de ponta a ponta, projetado para maximizar o desempenho na indústria de varejo. A Centric Software foi pioneira em mobilidade, introduzindo os primeiros aplicativos móveis para PLM, e é amplamente conhecida pela conectividade a dezenas de outros sistemas empresariais, incluindo ERP, DAM, PIM, e-commerce, planejamento e mais, bem como ferramentas criativas como Adobe® Illustrator e uma série de conectores CAD 3D. As inovações da Centric são 100% orientadas para o mercado, com a maior taxa de adoção do usuário e o tempo mais rápido de retorno do investimento na indústria. Todas as inovações Centric encurtam o time to market, impulsionam a inovação de produtos e reduzem os custos.

A Centric Software é de propriedade majoritária da Dassault Systèmes (Euronext Paris: # 13065, DSY.PA), líder mundial em software de design 3D, 3D Digital Mock Up e soluções PLM.

A Centric Software recebeu diversos prêmios e reconhecimentos da indústria, incluindo a nomeação pela Red Herring para sua lista dos 100 melhores globais em 2013, 2015 e 2016. A Centric também recebeu vários prêmios de excelência da Frost & Sullivan em 2012, 2016, 2018 e 2021.

 CentricSoftware™

[www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com)

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