

AMARO

AMARO ACELERA SU ENTRADA EN EL FUTURO CON CENTRIC PLM

LA MARCA DE MODA DIGITAL PIONERA TRANSFORMA
EL DESARROLLO DE PRODUCTOS



©2019 Centric Software Inc. Todos los derechos reservados.

«A medida que aumenta el volumen de productos, se hace más difícil controlar los procesos y plazos, y determinar qué áreas se pueden optimizar y dónde estamos perdiendo tiempo y energía».

Anay Zaffalon, directora de productos de AMARO, explica que la joven marca de moda digital está creciendo a un ritmo rápido y que las hojas de cálculo y el intercambio de archivos ya no son adecuados para una empresa que marca el camino de la moda tecnológica en Brasil y más allá de sus fronteras. AMARO desea ofrecer a sus empleados las mejores herramientas digitales para colaborar y desarrollar productos.

Ahora, con la solución de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) para el sector de la moda de Centric Software, AMARO ha transformado la integración de datos y la coherencia entre equipos con una única fuente de información para todos los datos de productos, lo que está impulsando la eficiencia en todo el ciclo de vida del producto.

¿Cómo ha transformado AMARO su forma de trabajar con la solución de PLM para moda de Centric?

ALTERACIÓN DE LA MODA CON TECNOLOGÍA

Fundada en 2012 en Sao Paulo, Brasil, AMARO es una marca de ropa innovadora para mujer. AMARO, que se considera más una empresa tecnológica que de moda, es pionera en un modelo de negocio en línea y directo al consumidor que abre el camino a las empresas de moda en Brasil y en todo el mundo. La marca elimina muchos de los intermediarios del modelo tradicional de moda minorista para vender las últimas tendencias internacionales a precios rompedores a través de su página web www.amaro.com y sus aplicaciones móviles.

AMARO también ofrece un servicio personalizado en 16 tiendas «Guide Shops» con inmersión digital en Brasil. Estas tiendas físicas complementan la presencia en línea de AMARO, lo que permite a los clientes probarse físicamente la ropa de muestra y pedir productos para su entrega desde un inventario central. AMARO lanza nuevos productos cada semana para ofrecer a sus exigentes clientes nativos digitales un flujo constante de prendas de tendencia y alta calidad, con aproximadamente 10 000 nuevos estilos cada año.

GESTIÓN DE GRANDES VOLÚMENES DE DATOS

Como explica Zaffalon, AMARO integra una sofisticada tecnología en toda la cadena de suministro, y el uso avanzado de datos de la empresa impulsa su capacidad para responder a los clientes.

«Conseguimos los mejores productos para el cliente al precio más justo. Los clientes son el centro del negocio, y escuchamos lo que desean. A diferencia del modelo más tradicional, donde las empresas dictan las tendencias de los clientes, aquí el cliente determina lo que se va a crear. Es coautor de la marca. Usamos la inteligencia de datos para agilizar nuestros procesos de negocio con el objetivo de ofrecer exactamente lo que el cliente desea».

Al gestionar cada vez mayores volúmenes de datos relacionados con los deseos de los clientes y nuevos productos en desarrollo para los lanzamientos semanales, quedó claro que los sistemas existentes no podían hacer frente a la gran cantidad de información que debían manejar los equipos de AMARO.

«Nuestro objetivo es proporcionar a nuestros clientes nativos digitales un flujo constante, rápido y sencillo de productos de alta calidad y acordes con las tendencias», señala Conrado Depoian, director de productos de AMARO. «Cuando nos fijamos con detalle en el ciclo de vida de un solo producto, vemos que es enorme. Desde la idea, pasando por el diseño y los viajes internacionales para captar las tendencias, hasta la orden de compra final, hay muchos pasos en el proceso y mucha información con la que trabajar».

Este proceso solía basarse al 100 % en hojas de cálculo, pero la transparencia y la coherencia de los datos se convirtieron en un problema a medida que AMARO crecía rápidamente.

«Cada equipo organizaba la información según sus necesidades, por lo que tratar de extraer datos, generar un informe o desarrollar un proceso controlado era difícil debido a la falta de consistencia en toda la organización», indica Milene Brunetti, directora de categorías de AMARO.

«Con el incremento de los equipos y los estilos que sacamos al mercado, esa forma de trabajar era cada vez menos factible», añade Zaffalon.

«Sabíamos que la solución de PLM daría a todos los equipos un punto de referencia de consulta mientras gestionaban el lanzamiento, el progreso del desarrollo de productos, los costes y los materiales»



CENTRIC NOS DA VISIBILIDAD SOBRE LANZAMIENTOS, PRODUCTOS, UBICACIONES, COSTES Y DIFERENTES TIPOS DE MATERIALES UTILIZADOS EN CADA PRODUCTO. ESTA VISIBILIDAD ES LA MAYOR VENTAJA DE CENTRIC PLM.



DESAFÍOS

- + Crecimiento rápido, con un aumento de equipos y productos
- + Tiempo de comercialización ultrarrápido, con lanzamientos semanales de productos
- + Necesidad de manejar un gran volumen de datos de productos y minoristas con eficacia
- + Falta de transparencia y coherencia de los datos en las hojas de cálculo
- + Necesidad de integrar datos y sistemas durante todo el ciclo de vida del producto

ELECCIÓN DE UNA SOLUCIÓN INNOVADORA

Nacida en línea, AMARO integra tecnología sofisticada en toda la cadena de suministro, por lo que elegir una solución de PLM innovadora y con visión de futuro fue un paso natural en la evolución de la empresa. AMARO buscaba una solución de PLM que pudiera gestionar todos los elementos del ciclo de vida del producto, ofreciera las mejores prácticas del sector, fuera intuitiva y permitiera un fácil uso para sus empleados más jóvenes y nativos digitales.

«Como empresa tecnológica, nuestro objetivo es contar con las soluciones más innovadoras en todos los ámbitos del negocio», señala Zaffalon. «Elegimos Centric para tener más control sobre nuestros procesos y una única fuente de información».

«Elegir Centric fue una decisión muy orgánica», prosigue. «Para nosotros, no hay nada más natural que tener la mejor tecnología para nuestros productos. Centric se enfoca exclusivamente en el PLM, por lo que podemos estar seguros de que la empresa está dedicando toda su energía e inversiones en hacer que su software sea el mejor del sector».

«Como Centric está online, podemos acceder en cualquier lugar, mientras visitamos a proveedores o estamos fuera del país», continúa. «Esta movilidad nos resulta muy importante. Nuestro modelo de negocio depende de un tiempo de comercialización extremadamente rápido, por lo que deseábamos introducir al mayor número posible de nuestros equipos y socios de la cadena de suministro en el PLM para acelerar el proceso de lanzamiento de productos. Centric es la herramienta completa que nos permite hacerlo».

Según añade Brunetti, la interfaz fácil de usar de Centric y su enfoque centrado en el futuro son las principales ventajas para AMARO.

«La solución de PLM para moda de Centric es muy intuitiva y fácil de usar», indica. «Cualquier persona implicada en el desarrollo de productos puede navegar fácilmente por ella. En AMARO, siempre pretendemos innovar y modernizar. La solución de PLM para moda de Centric encaja con nuestra cultura y nos permite gestionar todos los aspectos de las colecciones dentro de un único sistema».

DATOS FIABLES, UNIFORMES Y ESTRUCTURADOS

AMARO fue la primera empresa de moda de Brasil en implantar la solución de PLM para moda de Centric, reforzando así su posición de vanguardia en la tecnología y la moda. AMARO seleccionó Centric en octubre de 2018 y llevó a cabo su implantación en pocos meses.

«Las principales ventajas de Centric PLM para nosotros son la fiabilidad de los datos, el historial de revisiones, el control sobre quién accede a qué información y la facilidad de integración con otros sistemas», indica Depoian. «La integración le da a AMARO una ventaja competitiva, ya que el diseño de productos ahora está totalmente integrado con nuestro sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), que se encarga del abastecimiento y la producción. Los equipos que trabajan con estos sistemas están en ubicaciones separadas, pero ahora no hay interrupción en la comunicación. Crean un nuevo diseño en PLM y este se muestra automáticamente en el sistema de ERP, lo que ahorra tiempo».

«AMARO presta mucha atención a la experiencia del cliente, y parte de esta experiencia, junto con la facilidad de compra y la rapidez de entrega, es la calidad del producto final», explica. «A medida que seguimos creciendo y lanzando continuamente nuevos productos, la solución de PLM para moda de Centric nos ayuda a mejorar la agilidad del proceso de desarrollo, lo que nos permite seguir

proporcionando al cliente un gran volumen de productos de calidad».

Tal y como señala Zaffalon, la solución de PLM para moda de Centric ha reemplazado casi por completo las hojas de cálculo y está transformando la forma de trabajar en AMARO.

«Ahora puedo verlo todo en un único lugar. Centric nos da visibilidad sobre lanzamientos, productos, ubicaciones, costes y distintos tipos de materiales utilizados en cada producto. Esta visibilidad es la mayor ventaja de la solución de PLM para moda de Centric. Tenemos más uniformidad en la información compartida entre diferentes equipos y productos, lo que nos permite comprender mejor la información internamente y comunicarnos mejor con los proveedores».

«También empleamos Centric PLM para el seguimiento del producto y la previsión de la demanda. Esto es algo único que no consigue ninguna otra solución».

SINERGIA ENTRE DOS EMPRESAS TECNOLÓGICAS

AMARO tiene grandes expectativas para el futuro. Con el PLM de Centric implantado, la empresa está preparada para experimentar una integración sin precedentes entre equipos y procesos, desde el diseño hasta la producción y el comercio minorista.

«Esperamos optimizar nuestros procesos mediante una importante reducción de los datos duplicados, los errores y el tiempo dedicado a buscar información», indica Zaffalon. «Pasar nuestros procesos altamente integrados a Centric impulsará una mayor agilidad, desde la planificación hasta la entrega. Ahora centramos nuestro tiempo en la fabricación de productos de calidad. Todos ganamos: la empresa, el cliente y el empleado».

«Vemos muchas oportunidades por delante, ya que AMARO y Centric son dos empresas tecnológicas con mucha sinergia. Estamos deseando dar nuestra aportación a las nuevas características de Centric PLM que nos beneficiarán a nosotros y a otros clientes de Centric. Realmente creo que Centric es la mejor solución de PLM del mercado».

RESULTADOS

- + Procesos optimizados, información precisa y seguimiento de revisiones
- + La integración entre la solución de PLM y otros sistemas de software aporta una mayor eficiencia
- + Visibilidad completa de extremo a extremo del desarrollo de productos
- + Una única fuente de información para todos los usuarios
- + Formas innovadoras de usar la solución de PLM para aportar más valor (previsión de la demanda)



AMARO GUIDE SHOP



ACERCA DE AMARO

AMARO es una marca de moda nativa digital y una empresa tecnológica cuya misión es permitir a cada persona expresar su auténtico yo.

Con una gama de productos que incluye ropa, accesorios y calzado de diseño original para mujer, AMARO hace uso de la tecnología desde el diseño hasta la entrega a domicilio, e invierte en inteligencia de datos dentro de sus plataformas para comprender mejor la trayectoria del cliente.

AMARO vende en todos los canales: desde su página web www.amaro.com, mediante aplicaciones móviles y a través de tiendas «Guide Shops» con inmersión digital.

ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde su sede central en Silicon Valley, Centric Software proporciona una plataforma de transformación digital para las marcas más prestigiosas de moda, venta minorista, calzado, lujo, material deportivo y bienes de consumo. Centric 8, 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 colecciones adaptados a sectores de consumo en constante cambio. Centric SMB, la solución de PLM para pymes, incluye una tecnología innovadora y conocimientos clave del sector dirigidos a empresas emergentes. La plataforma de innovación visual Centric VIP ofrece una nueva experiencia digital y completamente visual que mejora la colaboración y la toma de decisiones. También incluye los paneles digitales Centric Buying Board, que transforma las sesiones de compra y aumenta el valor de venta, y Centric Concept Board, que fomenta la creatividad y la concepción de productos. Todas las innovaciones de Centric reducen el tiempo de comercialización, impulsan la innovación de productos y reducen costes.

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 y 2018.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com

©2019 Centric Software Inc. Todos los derechos reservados. Centric es una marca registrada de Centric Software. Todas las demás marcas y nombres de productos pueden ser marcas registradas de sus respectivos propietarios.