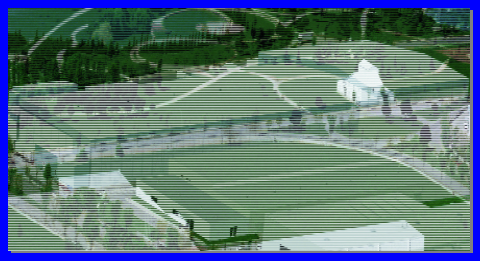
VII FORO INTERNACIONAL PILOT

EL ÉXITO DEL CONCEPTO, DEL EQUIPO Y DE LA LOGÍSTICA



MANGO

Zaragoza, 25 y 26 de abril de 2007

CONTENIDO

MISIÓN MANGO-MNG.

PUNTOS DE REFERENCIA.

¿CÓMO HEMOS CRECIDO?:

- Puntos básicos.
- Primera etapa: mercado español
- Puntos de reflexión para emprender la internacionalización.
- Segunda etapa: la internacionalización.

¿CÓMO ESTAMOS CRECIENDO?

- Aspectos básicos.

MANGO

MISIÓN MANGO - MNG

"Estar presentes en todas las ciudades del mundo", conscientes de que nos encontramos compitiendo al más alto nivel y sin perder los valores que se respiran en el ambiente MANGO: HUMILDAD, ARMONÍA y AFECTO.

MANGO

PUNTOS DE REFERENCIA

- Empresa familiar.
- 1984: 1ª tienda MANGO en el Paseo de Gracia de Barcelona.
- Una de las empresas textiles más internacionales del mundo y la más internacional de España: presente en 89 países con 997 tiendas.
- Promedio de aperturas: 3 tiendas por semana.

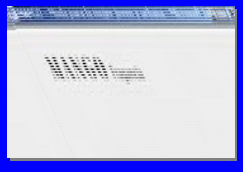
MANGO

¿CÓMO HEMOS CRECIDO?

- **Puntos básicos:**
  - Las personas: calidad humana, equipo motivado con mentalidad sólida, abierta y flexible.
  - Un concepto: producto muy definido, *target* bien identificado y marca.
  - Tecnología propia: como base de la logística, de la mejora de todos los procesos de la compañía y de la comunicación. Desarrollada por un equipo formado por ingenieros, analistas, etc.

MANGO

- **Primera etapa, mercado español (1984 - 1995): obteniendo conocimientos, habilidades y masa crítica**
  - Aprendizaje, mejora de sistemas y crecimiento progresivo.
  - Apertura de 100 tiendas en 11 años en España.
  - Las ventas llegan (1995) a 48 M. euros.
  - Consolidación de un concepto de producto, tienda y óptima localización.
  - Implantación de la filosofía J.I.T. en el área de distribución.



MANGO

- **Puntos de reflexión para emprender la internacionalización:**

  - Equipo humano: valores (humildad, armonía y afecto).
  - S.L.M. (Sistema Logístico Mango), capaz de cubrir las necesidades derivadas de comprar y vender en cualquier lugar del mundo, basado en:

    - ✓ Logística integral
    - ✓ Tres factores básicos:

      - Velocidad
      - Información
      - Tecnología

MANGO

- **Logística integral: " En MANGO la logística somos todos"**

  - El S.L.M. es un proceso basado en la logística integral. Es una empresa dentro de una empresa, que incluye la coordinación de las siguientes áreas:

    - Sistemas de información.
    - Diseño de productos.
    - Confección de muestras.
    - Compras.
    - Recepción.
    - Control de calidad.
    - Homologación de proveedores.
    - Almacén de materiales.
    - Producción (*sourcing*).
    - Control de calidad de producción.
    - Almacén de productos acabados.
    - Distribución (surtidos, envíos directos y *cross-docking*).
    - *Merchandising* en tiendas.
    - Almacén en tiendas (existencias en sistema de depósito).
    - Precios.

MANGO

- **Tres factores básicos:**

  - Velocidad:

    - ✓ Inspección de productos en origen.
    - ✓ Almacén con sistemas de manipulación y reparto totalmente automatizados.
    - ✓ Entregas diarias a tiendas:

      - Nuevas colecciones.
      - Reposiciones.
      - Traspasos entre tiendas.

MANGO

- **Información:**

  - ✓ Obtención diaria de información de la actividad de las tiendas. Los puntos de venta no sólo venden sino que además captan una información de mercado inestimable, mediante toda una serie de medidores de gestión: velocidad a la que se vende un artículo, que piden nuestros clientes que no tenemos, etc.
  - ✓ Análisis automatizado de la información y propuesta de reposición en función del consumo y la rotación.
  - ✓ Identificación con códigos estándar de: cajas, paquetería y su contenido.
  - ✓ Sistemas de comunicación con estándar propio.
  - ✓ Conocimiento de las existencias en tiempo real, ubicadas en almacenes o en tránsito.

MANGO

- **Tecnología:**

  - ✓ Radiofrecuencia y potentes sistemas de clasificación y reparto en el centro de distribución.
  - ✓ Potentes terminales portátiles en los puntos de venta para recepción, confirmación, traspasos, devoluciones, marcaje de precios y control de inventarios.
  - ✓ Nuevas tecnologías de información para la gestión de la cadena de distribución: *Supply Chain Management (S.C.M.).*

MANGO

➢ **Segunda etapa (1996 - ...): internacionalización**

- Tiendas grandes, salida al exterior con una gran expansión.
- Fuerte inversión en logística y tecnología.
- Apertura de unas 150 tiendas al año.
- Llegando a 2006 a una facturación de más de 1.250 M. euros.

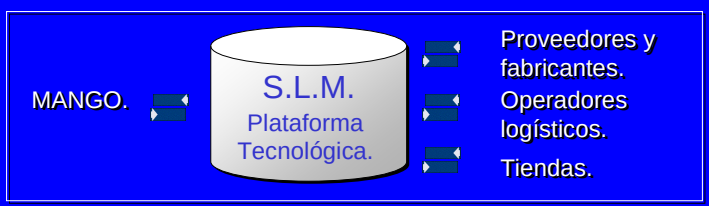
MANGO

¿CÓMO ESTAMOS CRECIENDO?

- **Aspectos básicos:**
- Reforzando la imagen de marca como producto de diseño.
- Sin aumentar precios y sin bajar la calidad.
- Optimización de los procesos logísticos: "Ganando tiempo" (los flujos de materiales y de información se realizan en menos tiempo y con unos costes más bajos) y aumentando los envíos directos desde las fábricas a las tiendas.
- Personalización del punto de venta mediante:
  - ✓ Cesión e implantación de tecnología.
  - ✓ Obtención y análisis de información.
  - ✓ Utilización de medidores de gestión (perfil de comprador, *ticket* medio, rotaciones, precios, etc.).
  - ✓ Selección de producto, reposición y recursos personalizados.
  - ✓ Envío de instrucciones.

MANGO

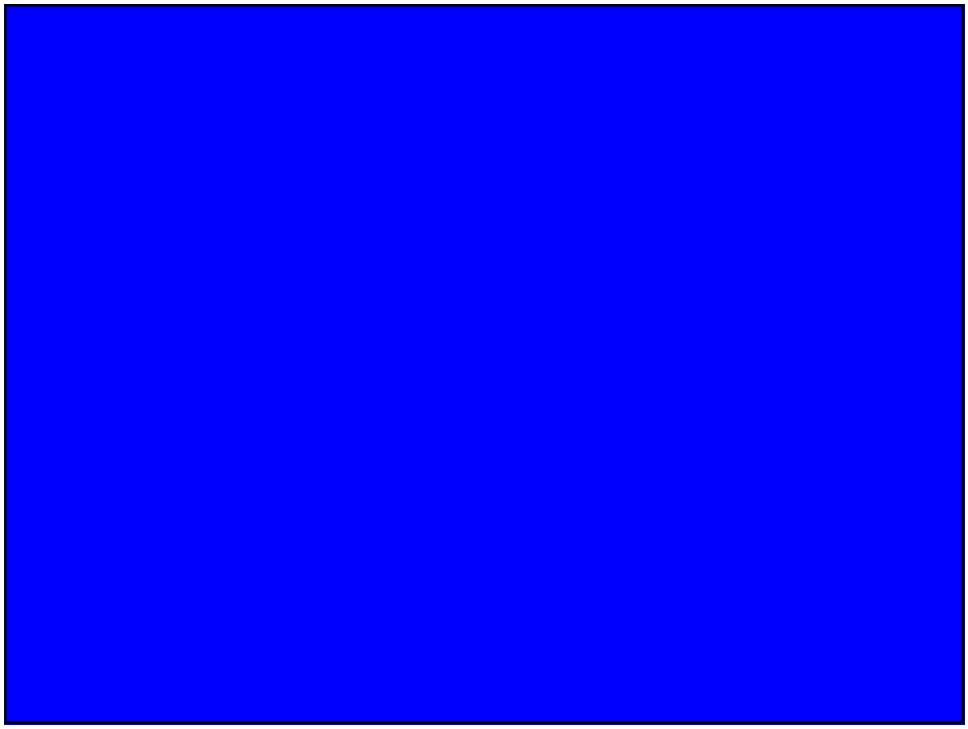
- Gestionado eficientemente la cadena de distribución:
  - ✓ Cesión e instalación de tecnología a proveedores, fabricantes y operadores logísticos.
  - ✓ Envío de instrucciones.
  - ✓ Monitorización, control, seguimiento y toma de decisiones.



MANGO

- Invirtiendo en nuevas tecnologías e instalaciones.
- Desarrollando nuevos sistemas para mejorar la rapidez y la agilidad de integración con los operadores logísticos.

MANGO

- El mundo del *e-business* entra en todas las áreas de la compañía y nos acerca a los proveedores, fabricantes, operadores y tiendas:
  - ✓ Ventas y relación con el cliente.
  - ✓ Conexión de la red de tiendas.
  - ✓ Intercambio y uso de información a todos los niveles.
  - ✓ SLM (Sistema Logístico Mango).
- Potenciando la compañía desde el triple balance: económico, social y medioambiental

MANGO