

# CAPA DE OZONO

«UNA PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRA  
ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO»

CAPA DE OZONO SE PONE EN PRIMERA  
LÍNEA CON CENTRIC PLM



 CentricSoftware™

«Cuando quieres introducir 350 estilos por temporada en unas 30 fábricas distintas, el proceso se vuelve muy complejo. Se producían muchos errores y fallos de comunicación entre las diferentes áreas, lo que generaba problemas de calidad y retrasos».

Luis Hernández, director de operaciones en Capa de Ozono, recuerda que hace unos años las operaciones diarias de la marca de calzado mexicana eran difíciles de gestionar. Con la intención de reducir los plazos de comercialización, establecer un proceso de desarrollo de productos más sólido y centralizar la información sobre productos, Capa de Ozono empezó a buscar una solución de gestión del ciclo de vida del producto (PLM).

«Nos enfocamos en ser una empresa de moda rápida, lo que significa que debemos incorporar nuevos desarrollos y diseños adaptados al mercado lo más rápido posible», explica Stefan Hromatka, CEO de Grupo Acritus, la sociedad matriz de Capa de Ozono. «Nuestro reto más grande es identificar a tiempo las nuevas tendencias y la rápida descatalogación de las tendencias que ya no funcionan».

Actualmente, tras la implementación de Centric PLM, Capa de Ozono ha mejorado el tiempo de desarrollo de sus productos en un 20 %, ha conseguido lanzar nuevos productos al mercado en el plazo previsto en un 90 % de los casos y ha duplicado su número de colecciones sin necesidad de contratar a más personal de diseño y desarrollo.

¿Por qué Capa de Ozono decidió dar el salto con el PLM de Centric y cómo ha cambiado el trabajo diario del personal de la empresa?



« LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS SE CREABA Y SE ENVIABA A MUCHOS DEPARTAMENTOS DISTINTOS QUE APLICABAN SUS PROPIOS CAMBIOS. CONTROLAR LAS VERSIONES SE VOLVIÓ MUY DIFÍCIL. »

DELIA MACIAS,  
CAPA DE OZONO

## CRECIMIENTO RÁPIDO

Capa de Ozono se fundó en 1992 y tiene su sede en León, Guanajuato, la capital mexicana del calzado. La marca diseña, fabrica y vende un calzado centrado sobre todo en los mercados adolescente y joven, y es uno de los mayores distribuidores minoristas del sector.

Capa de Ozono distribuye sus productos a través de una red de 235 tiendas propias repartidas en 50 ciudades y cuenta con más de 300 clientes mayoristas y un popular canal de venta por internet. La empresa ha crecido considerablemente en los últimos años.

«Cuando llegué, teníamos 80 tiendas, y hoy en día tenemos 180 tiendas propias y 50 franquicias», afirma Stefan Hromatka. «En los últimos cinco años casi duplicamos el volumen de negocio y el año pasado hicimos una adquisición de otras dos marcas: una marca de calzado que se llama Dorothy Gaynor y una marca de trajes de baño que se llama Zíngara».

Capa de Ozono, Dorothy Gaynor y Zíngara componen juntos el Grupo Acritus. La adquisición de las nuevas marcas amplió el negocio en un 46 % aproximadamente.

## MANTENIENDO EL RITMO

Para seguir produciendo calzado moderno y asequible, Capa de Ozono está adoptando una estrategia de moda rápida. La empresa empezó buscando formas de reducir el tiempo de comercialización y de llevar a cabo un proceso de desarrollo de productos más sólido que garantizase la buena calidad en una producción de alto volumen.

Se volvió demasiado complicado gestionar una gran cantidad de información sobre productos mediante hojas de cálculo, correos electrónicos y distintos documentos, y se producían errores. Las comunicaciones tampoco eran buenas, lo que dio lugar a retrasos y problemas con el control de calidad.

Como explica Delia Macias, directora de diseño en Capa de Ozono: «La información de productos se creaba y se enviaba a muchos departamentos distintos que aplicaban sus propios cambios. Controlar las versiones se volvió muy difícil».

## DESAFÍOS

- + Rápido crecimiento del número de estilos, fábricas y tiendas
- + Incorporación de dos marcas nuevas
- + Mantener el ritmo de la moda rápida
- + Reducir del tiempo de comercialización
- + Problemas de comunicación, errores y dificultad para controlar las versiones

«A medida que la empresa ha crecido, nos hemos visto en la necesidad de adaptarnos a nuevos procesos», continúa. «Fue entonces cuando nos dimos cuenta de que necesitábamos un PLM».

## LA FORMA DE NUESTRO ZAPATO

Capa de Ozono se puso en contacto con Centric Software, que en 2015 había establecido una oficina latinoamericana en Ciudad de México. Tras recibir referencias positivas por parte de otros clientes de la región, probar demostraciones de sus productos y acudir a un taller de PLM, Capa de Ozono decidió que Centric PLM sería la solución perfecta.

Capa de Ozono seleccionó el PLM de Centric basándose en su experiencia con el calzado, la flexibilidad de la solución y su capacidad de abarcar todo el ciclo de vida del producto.

«Elegimos a Centric porque era la herramienta más adecuada para nosotros», explica Delia Macias. «Hemos encontrado la horma de nuestro zapato».

Como añade Luis Hernández: «La capacidad de gestionar el desarrollo de nuevos productos y los proyectos de presentación mediante el módulo de administración del calendario es una función muy interesante. Es muy útil para gestionar los plazos de implementación de nuevos productos».

## RESULTADOS

- + Mejora de un 20 % en el tiempo de desarrollo de productos
- + Lanzamiento de nuevos productos en el plazo previsto el 90 % de las veces
- + Duplicación del número de colecciones
- + Una visibilidad total y un control de colecciones exhaustivo
- + Se facilita el proceso para los diseñadores
- + Se ahorra un 50 % de tiempo en la entrada de datos



## CON PASO FIRME HACIA EL FUTURO

Capa de Ozono ha implementado el PLM de Centric dentro del presupuesto y del plazo, y lo utiliza para llevar a cabo todo el proceso de desarrollo de productos.

Capa de Ozono ha sentado las bases para integrar sus procesos y sistemas con el PLM, y también tiene pensado conectar Centric PLM a su sistema ERP interno para seguir fomentando una entrega de productos fluida, desde la creación de los diseños hasta su fabricación y distribución. Para asegurarse de que los diseñadores pudiesen sacar partido de la herramienta Adobe Connect de Centric, la empresa estandarizó su software de diseño a Adobe Illustrator.

«Todo mi equipo lo utiliza», dice Delia Macias. «Hemos reducido el promedio de tiempo que dedicamos al desarrollo de productos en un 20 %. Centric me da una visibilidad exhaustiva y amplia de cada colección, y un mejor control, ya que en una sola plataforma tenemos todo lo que necesitamos para desarrollar un producto. El proceso para los diseñadores se hace mucho más sencillo».

Capa de Ozono está ampliando el uso del módulo de calendario de Centric a fin de fomentar medidas de control de calidad específicas para el calzado. Ahora, los departamentos de producción pueden usar la información generada por los equipos de diseño y desarrollo para validar de antemano los productos, estudiar su viabilidad de fabricación y mejorar su calidad. La empresa tiene previsto añadir un grupo de proveedores al PLM para que compartan información técnica y mejoren el proceso de envío de presupuestos.

«Ahora somos capaces de cumplir los plazos previstos para lanzar nuevos productos al mercado en un 90 %», afirma Luis Hernández. «También hemos podido duplicar el número de colecciones que estamos lanzando al mercado».

Según concluye Stefan Hromatka: «El PLM de Centric nos ayuda, también a los directivos, a tener más visibilidad y un proceso mucho más ordenado y controlado. Los usuarios tienen más tiempo para centrarse en sus funciones designadas, lo cual agiliza el desarrollo de los productos. Como parte fundamental para nuestra estrategia omnicanal, en el futuro Centric será la base de datos donde tendremos todos los datos maestros de nuestras marcas».

«El PLM de Centric es una parte fundamental de nuestra estrategia de crecimiento».



## ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde su sede central en Silicon Valley y con oficinas en las capitales más importantes de todo el mundo, Centric Software ofrece una plataforma de transformación digital para las marcas más prestigiosas de moda, venta minorista, calzado, lujo, material deportivo y bienes de consumo. La plataforma de innovación visual Centric VIP es una colección visual y totalmente digital de paneles para dispositivos táctiles como iPad, iPhone y televisores de pantalla táctil a gran escala. Centric VIP transforma la toma de decisiones y automatiza la ejecución para reducir drásticamente el tiempo de lanzamiento y distancia a la tendencia. Centric 8, la plataforma insignia de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) de Centric, ofrece servicios de planificación de marketing de nivel empresarial, desarrollo de productos, adquisiciones, planificación empresarial, calidad y gestión de colecciones adaptados a sectores de consumo en constante cambio. Los paquetes Centric SMB ampliaron el PLM con la inclusión de una tecnología innovadora y conocimientos clave del sector adaptados a las pequeñas empresas.

Centric Software ha recibido numerosos premios de la industria, como el premio Frost & Sullivan a la excelencia global en la diferenciación de un producto de PLM para venta minorista, moda y confección en 2018, y el premio Frost & Sullivan a la excelencia en la diferenciación de un producto de PLM para venta minorista, moda y confección en 2016 y 2012. Red Herring incluyó a Centric en su lista Top 100 Global en 2013, 2015 y 2016.



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