

09GIIN - Organización y Gestión de Empresas

Actividad: UC4

Alumno: Gagliardo Miguel Ángel

Fecha: 02/05/2022

1) Por el lado de los procedimientos para captar data, se menciona el apoyo de los equipos de diseño multidisciplinarios en la información que reciben de los distintos mercados a través de:

- Visitas a discotecas, pubs, universidades, convenciones, pasarelas de moda, etc.
- Por otro lado, tal y como se detalla en el artículo se mencionan el alto tráfico de clientes y la esmerada atención a los mismos, esto hace mención a un gran e importante circuito de feedback (retroalimentación) recibido de las tiendas.

Por el lado de la formalización de la información, se describe el entrenamiento del personal de tienda, el cual a su vez está dotado de un conocimiento especializado sobre la evolución de las tendencias de moda y capacidad de captar y formalizar la información que proporcionan los clientes de sus tiendas.

Por ultimo y en cuanto a procesamiento, la información recibida de las tiendas sobre nuevas tendencias y lo que piden los clientes es transmitida a los diseñadores que, utilizando aplicaciones de diseño gráfico, realizan el diseño del patrón y el escalado de tallas. Luego, dicha información es enviada a los ordenadores instalados en las fábricas de producción y con ayuda de tecnología robótica, se agiliza esta actividad que es la que mayores cuellos de botella genera en la confección textil.

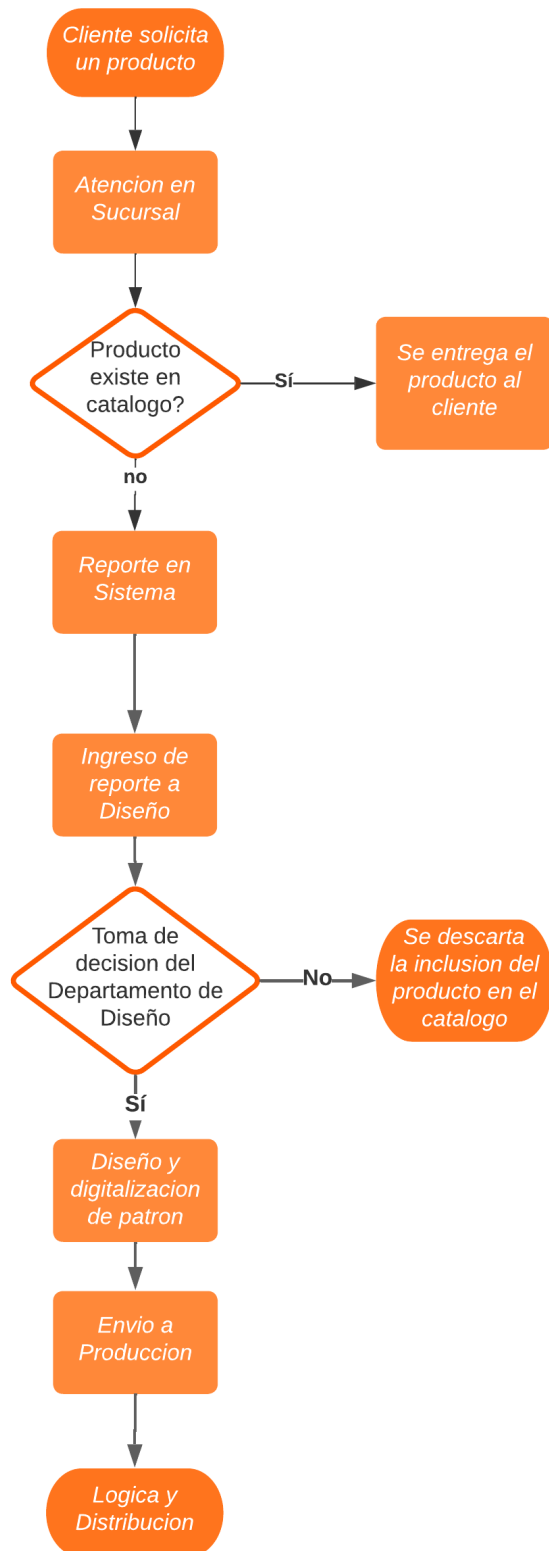
En cuanto a Tecnologías de la Información como apoyo a su estrategia de negocio, se mencionan los procesos de almacenaje robotizados, etiquetado de producto final y extranet para conexión directa con proveedores.

Finalmente, la herramienta descrita corresponde a un ERP, dado que se hace referencia a la planificación de recursos, la automatización de procedimientos asociados a los aspectos operativos de la empresa, la modularización: Del feedback de los clientes a los distintos equipos de diseño, de los diseñadores a las fábricas de producción, y de allí a todo el aparato logístico controlado por la misma empresa.

Los sistemas ERP se caracterizan por ser ideales para este caso dado que son:

- **Integrales:** Porque permiten controlar los diferentes procesos de la empresa, entendiendo que los departamentos se relacionan entre sí, o sea que el resultado de un proceso es el punto de inicio del siguiente, tal y como vemos en este caso.
- **Modulares:** Dado que la empresa está compuesta por varios departamentos (Atención al cliente, Diseño, producción, logística) interrelacionados por la información que comparten. Esto da una ventaja a los ERP dado que se el módulo necesario se puede instalar en los ordenadores específicos y restringir el acceso a alguno/s usuario/s.
- **Adaptables:** Dado que están creados para adaptarse a la tipología de cada empresa.

2) La mejor manera de visualizar las actividades que se han producido es con un diagrama de flujo. Dicho sistema esta simplificado para este ejemplo, que será descrito a continuación.



En primer lugar, tenemos la atención a los clientes en los distintos locales, donde solicitaran el modelo de cazadora que desean. El personal de atención y soporte normalmente buscara dicha prenda en catálogo a través del módulo ERP del departamento, y aquí ocurre la primera bifurcación:

- Si se encuentra la prenda, se chequea el stock la tienda (o aledañas) y, o bien se realiza la entrega, o bien se le ofrece al cliente cual la mejor manera para obtenerla, por ejemplo, un pedido online o retiro en otra tienda.
- Si **no** se encuentra la prenda en catálogo como en este ejemplo, el empleado en primera instancia puede ofrecerle una alternativa a dicha prenda si no existiese en catálogo. Si el cliente así no lo deseara y apoyándose en el ERP antes mencionado, el empleado podrá informarle al departamento de diseño a través de un reporte de artículo faltante o inexistente en catálogo.

Siguiendo el diagrama de flujo, luego tendremos el ingreso del reporte al departamento de Diseño, a través del módulo ERP correspondiente. Y aquí ocurre la segunda toma de decisión y bifurcación en el diagrama:

- Si el departamento de diseño considera que incluir dicho producto en catalogo es necesario, por ejemplo, cotejando y confirmando la información que reciben de distintas vías además de las tiendas, o bien evaluando el agregado de la cantidad de reportes de faltante que dicha prenda ha sido solicitada (haciendo hincapié en la demanda de la misma), o mismo con el estudio de mercado correspondiente, deberán realizar un presupuesto del costo global del diseño, confección de la prenda, cotejando también con el departamento de producción cuanto será el costo estimado de producir una tirada de esta prenda.
- Si los datos **no** dan sustento suficiente a la toma de decisión y el presupuesto para diseño, confección y producción de la prenda, se descarta el proceso.

Siguiendo con el ejemplo, en este hipotético caso se toma la decisión de ir adelante con el diseño y digitalización del patrón, con lo cual, una vez aprobado el presupuesto antes mencionado, los diseñadores procederán a realizar el diseño del patrón, escalado de tallas, digitalización del modelo, apoyándose en aplicaciones de diseño gráfico, para luego enviarlo y una vez más, a través del sistema ERP integrado que tiene la empresa, enviarlo a los ordenadores instalados en las fábricas de producción a través del mismo ERP antes mencionado, donde los robots allí ubicados realizarán los cortes de telas minimizando retales y aumentando la eficiencia.

Por último, el departamento de logística recibirá una orden de distribución en el ERP, para dispensar este nuevo producto a todas las tiendas de Zara.

3) Lo primero sería recordar la definición de RSC. Por Responsabilidad Social Corporativa (RSC) nos referimos a la contribución activa y voluntaria, al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas.

Podríamos decir que la empresa en cuestión, Zara, podría proponerse objetivos como manera de agradecer a la sociedad el beneficio que les reporta y que les permite mantenerse competitivos en el mercado, así como también para mejorar la imagen de su marca y ampliar el valor añadido de la misma. En resumidas cuentas, el fin es positivo:

- Integración con el mercado.
- Respeto por el medioambiente.
- Apoyo social.

Yendo a las propuestas en concreto, proponemos:

- **Justicia Social:**

- Propuestas sencillas como destinar una parte de las ganancias trimestrales a una o varias ONG de alcance internacional como pueden ser Cáritas, Médicos Sin Fronteras o la Cruz Roja.
- Aumentar la paridad de género, apuntando a la contratación de empleados no solo de los géneros menos representados en la plantilla sino de diversas etnias.
- Otra propuesta es comprometerse a que un porcentaje de su plantilla esté implicado en trabajos comunitarios a nivel regional o nacional.

- **Medioambiente:**

- El reciclaje de prendas de vestir es muy común hoy en día entre las empresas del sector textil. Por tanto, en lugar de desechar las prendas, las que estén en mejor estado irán a personas necesitadas o proyectos de caridad internacional, así como a tiendas de segunda mano. Por otro lado, para aquellas prendas que no se encuentren en un estado ideal para usar, se reciclarán sus materiales y generarán segundas vidas para otra ropa.
- También es factible realizar campañas que pueden aplicar al medioambiente como el no lavado de prendas previo a su exposición en showroom, para disminuir la huella de carbono (CO2) y la concientización del uso del agua.
- Otro punto a tener en cuenta y que genera un gran impacto en diversas empresas del sector TIC es elegir y publicar convenios con diversos proveedores de energía, cuya generación de electricidad provenga de renovables. Una propuesta en concreto sería el compromiso de aumentar el uso de energías renovables en un 75% para el 2030, reduciendo las emisiones de CO2 en todo el ciclo de vida de todos sus productos y servicios.

- **Campañas de concientización:**
 - Un claro ejemplo son el Día contra el cáncer de mama, el mes de la Cultura Africana y de los Afrodescendientes, el mes del orgullo, entre otros.