



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH**

**Escola Superior d'Enginyeries Industrial,
Aeroespacial i Audiovisual de Terrassa**

Titulació:

Grau Universitari en Enginyeria en Tecnologies Industrials

Alumne:

Marc Andreu Creus

Títol del Treball Final de Grau:

Estudi de la cadena de supply chain i de distribució d'una empresa del sector tèxtil

Director de la tesis:

Jordi Cusidó Roura

Convocatòria:

Gener 2020

Contingut del document:

Annex

Sumari

Annex A: Entrevista empreses tèxtils	I
ELEZOS uniformes-pro [09/10/2019]	III
TENTAZIONI [11/10/2019]	VI
COTTON [16/10/2019]	X
VOTRE MIROIR [18/10/2019]	XII
MODA DONES I NENS [21/10/2019]	XIV
K'PRICHOS [21/10/2019]	XVI
KAREN [23/10/2019]	XVIII
ELSE-ELSE [23/10/2019]	XXI
COLONIAL [26/10/2019]	XXIII
Annex B: Plànol Sabadell Centre	XXVIII
Annex C: ERP-Software de gestió de la cadena de subministrament	XXIX
Inventari disponible	XXXI
Master Data de productes	XXXII
Sinistre de productes	XXXIV
Ordres de transferència (TO)	XXXV
Reserva productes	XXXVI
Ordres de compra (PO)	XXXVII
Confirmació enviament de productes (ASN)	XLI
Ordres de venda (SO)	XLIII
KPI'S	XLIV
Devolucions	XLVI
Devolucions per defectes (RMA)	XLVII
Llista de proveïdors	L
Llista de clients	LI

Índex de figures

Figura 1: ELEZOS uniformes-pro logotip	III
Figura 2: Tentazioni logotip	VI
Figura 3. Promoció descompte del TENTAZIONI [24/10/2019]	VI
Figura 4: Interfície aplicació de TENTAZIONI	IX
Figura 5: Votre Miroir logotip	XII
Figura 6: KAREN logotip	XVIII
Figura 7: COLONIAL logotip	XXIII
Figura 8: Plànol Sabadell Centre	XXVIII
Figura 9: Pantalla inici de l'eina digital proposada.....	XXIX
Figura 10: Pantalla "HOME" de l'aplicació	XXIX
Figura 11: Mòdul 'Informació empresa'	XXX
Figura 12: Mòdul 'Informació treballadors'	XXX
Figura 13: Consulta inventari disponible filtrant per codi de producte (SKU).....	XXXI
Figura 14: Consulta inventari disponible filtrant per subinventari	XXXI
Figura 15: Consulta inventari filtrant per subinventari i codi de producte (SKU).....	XXXII
Figura 16: Pantalla inici del Master Data de productes	XXXII
Figura 17: Detall dels productes del Master Data.....	XXXIII
Figura 18: Selecció dels subinventaris on es permet la venda del producte	XXXIII
Figura 19: Historial ordres de compra mostrat al Master Data	XXXIV
Figura 20: Registre dels sinistres de productes	XXXIV
Figura 21: Procés de registre d'un nou sinistre de productes.....	XXXV
Figura 22: Fitxer CSV de sinistre d'un producte	XXXV
Figura 23: Pantalla principal de la secció ordres de transferència (TO)	XXXV
Figura 24: Procés creació d'una nova TO.....	XXXVI
Figura 25: Registre de les reserves de producte.....	XXXVI
Figura 26: Procés de creació d'una reserva de productes	XXXVII
Figura 27: Registre de les ordres de compra (PO)	XXXVII
Figura 28: Informació de contacte d'una ordre de compra (PO)	XXXVIII
Figura 29: Informació de l'enviament d'una ordre de compra (PO).....	XXXIX
Figura 30: Detall d'una ordre de compra (PO)	XXXIX
Figura 31: Plantilla proposada ordre de compra (PO)	XL
Figura 32: Tractament recepció parcial d'una ordre de compra	XLI
Figura 33: Registre de les confirmacions d'enviament de productes (ASN).....	XLI
Figura 34: Pantalla creació i/o modificació d'una ASN	XLII
Figura 35: Registre de les ordres de venda (SO)	XLIII
Figura 36: Creació d'una nova ordre de venda (SO)	XLIII
Figura 37: KPI'S de venda.....	XLIV
Figura 38: KPI'S d'inventari	XLV
Figura 39: KPI'S de client	XLV
Figura 40: Identificació de la SO dels productes a retornar.....	XLVI
Figura 41: Procés de devolució de productes.....	XLVI
Figura 42: Pantalla de gestió de canvi de productes degut a una devolució.....	XLVII



Figura 43: Pantalla per la gestió devolucions degut a possibles defectes (RMA)	XLVII
Figura 44: Informació de contacte d'una RMA	XLVIII
Figura 45: Informació proveïdor d'una RMA.....	XLVIII
Figura 46: Detall d'una ASN	XLIX
Figura 47: Plantilla proposada per a les RMA	XLIX
Figura 48: Registre de les fitxes de proveïdors	L
Figura 49: Creació / modificació de la fitxa d'un proveïdor	L
Figura 50: Llistat de fitxes de client.....	LI
Figura 51: Creació de la fitxa d'un client	LI

Annex A: Entrevista empreses tèxtils

Per tal d'analitzar la situació actual de les empreses i botigues tèxtils del centre de Sabadell i obtenir informació de primera mà de la seva cadena de subministrament, dels casos de negoci a satisfer i dels reptes que afronten diàriament, s'ha realitzat entrevistes a gerents de botigues de moda tèxtil les quals agraeixo la col·laboració i ajuda per a desenvolupar la solució pròpia i per proporcionar-me un temps per poder respondre les preguntes plantejades i mostrar-me en primera persona aspectes de les respectives botigues i de la gestió de la seva cadena de subministrament.

Algunes de les qüestions que s'ha donat resposta son les següents:

- A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconsegiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?
- Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?
- Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?
- Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?
- Teniu magatzem?
- El programa presenta diferències entre magatzem i botiga?
- Podries explicar breument quina és la vostra cadena de subministrament i de distribució?
- Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspectes us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, vendes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?
- Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client sol·licita un producte o una talla que actualment no disposeu en el magatzem?
- Com gestioneu l'augment de les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?
- Degut a que la vostra empresa té més d'una botiga, utilitzeu transferències d'inventari entre magatzems/botigues, i si és el cas, com ho gestioneu?



*Estudi de la cadena de supply chain i de
distribució d'una empresa del sector tèxtil*

- Com contacteu amb el proveïdor? Via correu electrònic s'adjunta un document Excel amb els productes que es necessite, per exemple?
- Com gestioneu les devolucions de material defectuós?
- Algun cas de negoci que considereu rellevant per aquesta botiga tèxtil. Per exemple, degut a la gran quantitat de roba present es fan revisions setmanals de inventari per tal de anar ajustant en cada moment l'inventari per si s'ha desquadrat.
- Quan es va produir el canvi de la gestió de la botiga de manera manual a una botiga digital?

ELEZOS uniformes-pro [09/10/2019]

PiME fundada al 1971 a Sabadell enfocada a la moda professional.

Transmet el missatge de proporcionar roba estètica, pràctica i especialment còmoda per tal de poder realitzar les tasques diàries amb facilitat i confiança.



Figura 1: ELEZOS uniformes-pro logotip¹

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguir fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja us assegura unes vendes?

Aquesta botiga existeix des del 1971 i per tant la gent que ha viscut tota la vida a Sabadell, la coneix i n'ha sentit a parlar. A més a més, encara que la botiga s'hagi traslladat dos cops de localització, sempre ha estat situada al centre de la ciutat pel que sempre hem estat a la zona més atractiva i concorreguda de la ciutat.

Per fer-nos conèixer durant dos anys vam estar presentant publicitat en els autobusos de Sabadell².

Pel que fa al format digital, tenim una pàgina web³ on presentem els nostres productes i serveis. Una companya és qui gestiona i actualitza aquesta pàgina web regularment.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Cada mes i mig canviem l'aparador. No es canvia en cap cas l'aparador cada setmana.

¹ Uniformeselezos [en línia] Logo [imatge]. [Consultada: 9 octubre 2019]. Disponible a: <<https://www.uniformeselezos.com/es>>

² Els autobusos de Sabadell és una manera col·loquial de referir-se al Transport Urbà de Sabadell (TUS correspon a l'acrònim que s'utilitza per referir-se al transport urbà d'aquesta ciutat)

³ La pàgina web de la botiga Elezos on presenten els seus productes i sectors on tenen presència: és escolar, hostaleria, cuina, sanitat, servei, construcció, estètica, perruqueria, calçat i indústria, es correspon a la següent: <<https://www.uniformeselezos.com/es>>

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Nosaltres som botiga de tot l'any. Exemple de que la sabata que estic subjectant en aquests moments, la venc durant els 12 mesos de l'any sigui estiu o sigui hivern.

Podem afirmar que no ens afecta en gran mesura els canvis d'estació, ja que la roba de treball s'utilitza independentment de la temporada. Per altra banda, a l'hivern els clients acostumen a comprar-se polos i polars degut a què el seus estan desgastat i a l'estiu la gent acostuma a comprar camisetes. Però torno a destacar que nosaltres som botiga de tot l'any.

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Nosaltres rebem gènere diàriament, cada dia els proveïdors venen a subministrar-nos material. Per altra banda, si la pregunta també es refereix sobre quina és la freqüència en què els proveïdors venen per presentar-nos noves mercaderies que potser estem interessats en vendre la resposta és diferent, potser un cop al mes aproximadament.

Podries explicar breument quina és la vostra cadena de subministrament i de distribució?

Depèn del què es sol·liciti i si es té existència d'aquest producte al magatzem o no. En primer lloc, si no es té existència es demana aquest producte al proveïdor. A vegades, es presenta el cas en què el proveïdor té una mancança d'alguna talla d'article o et fa esperar més del compte. Vull destacar que majoritàriament els proveïdors són ràpids, ja que sinó no interessa tenir contacte amb ells. Una altre restricció és si el material s'ha de brodar, estampar o volen que es modifiqui el producte en algun aspecte. En aquest cas també afectarà a la data d'entrega del producte finalitzat. Aproximadament, el procés pot arribar a tardar uns 15 dies.

Si s'ha de brodar, estampar o si volen certa modificació també afecta en el producte final. En el cas més complicat de tots, realitzar totes les fases del procés costa aproximadament uns 15 o 20 dies.

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspectes us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

Efectivament tenim una aplicació a l'ordinador per controlar l'inventari actual de la botiga, un registre de les fitxes de client i de proveïdors. En aquesta, queden reflectides les entrades i sortides de la botiga i magatzem.

Teniu magatzem ?

Si, tenim un magatzem just a sobre de la botiga de les mateixes dimensions que la botiga.

Com gestioneu l'augment de les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

Aquesta botiga no és una botiga de Black Friday ni de rebaixes.

No fem previsions en la temporada de rebaixes ni en Black Friday, ja que no ens considerem moda. Nosaltres som una botiga de tot l'any. Us torno a ficar l'exemple de la sabata que subjectava la qual la venem durant els 12 mesos de l'any. Com que la venem durant els 12 mesos de l'any, no estem capacitats per oferir una rebaixa del seu preu, ja que si no hi hauria mesos que aquesta sabata no es vendria i perjudicaria al negoci.

Nosaltres som una botiga que funciona gràcies a la necessitat de la gent de canviar de roba pel fet que aquesta es desgasta i es veu vella. Cada any els treballadors decideixen comprar-se un polo, una samarreta de treball o unes sabates, nosaltres estem aquí per proporcionar aquest servei.

Com a cas especial, els productes descatalogats en certes ocasions si poden rebre cert descompte o alguna promoció i rebaixa.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Ens agrada destacar que les devolucions de material són mínimes. Quan es presenta un cas, es comunica ràpidament amb el proveïdor.

Però destaco que aquests casos són un tant per cent ínfim posat que en ser roba de feina i els clients la utilitzen com a tal, aquests són plenament conscients de que la roba té una certa durada que depèn d'altres factors com és el cas de si aquesta es renta amb lleixiu o no, en el cas de les sabates si es treballa en un terra que desgasta i es menja la sola de les sabates amb facilitat, entre d'altres.

La gent és conscient de què aquesta roba es desgastarà i es farà malbé degut a la feina, no per la qualitat del teixit.

TENTAZIONI [11/10/2019]

És una empresa fundada al 1985 a Sabadell que actualment disposa de més de 50 locals a nivell espanyol. El valor afegit dels seus productes el proporciona una bona política de preus i una qualitat de la roba excel·lent i completament fabricada en els seus tallers espanyols. El missatge a transmetre es que cada setmana ofereixen nous productes a les respectives botigues.



Figura 2: Tentazioni logotip⁴

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

La nostra botiga està enfocada a un perfil d'una dona treballadora que vol vestir amb elegància i anar a la moda. Per fer-nos conèixer, compartim imatges de la nostra roba a la nostra pàgina web⁵ i a les xarxes socials com Instagram i Facebook. Cal dir que en aquestes xarxes socials som molt actius i volem fer notar la nostra imatge de marca.

També enviem missatges a clients que ens han proporcionat el seu telèfon per tal d'avisar-los de noves promocions.

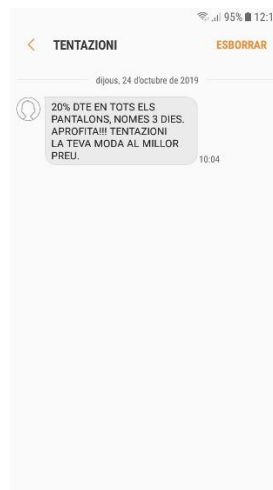


Figura 3. Promoció descompte⁶ del TENTAZIONI [24/10/2019]

⁴ Tentazioni.es [en línia] Logo [imatge]. [Consultada: 11 octubre 2019]. Disponible a: <<https://www.tentazioni.es/nosotros>>

⁵ La pàgina web de les botigues TENTAZIONI on presenten els productes que ofereixen als consumidors és la següent: <<https://www.tentazioni.es/>>

⁶ Font pròpia [missatge rebut: 24 octubre 2019]

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

L'aparador el canviem cada dues setmanes.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Cada setmana arriba roba nova pel que la botiga en aquest aspecte és molt dinàmica. Els canvis de categories de producte presentats són més patents quan es produeixen els canvis de temporada (d'estiu a hivern o a la inversa).

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

El proveïdor ens subministra mercaderies un cop a la setmana. Parlo en singular degut a què TENTAZIONI és fabricant i per tant només tenim un sol proveïdor que ens subministra mercaderies. Per això no tenim llista de proveïdors en el sistema, degut a que sempre és el mateix.

Podries explicar breument quina és la vostra cadena de subministrament i de distribució?

La tenim molt digitalitzada, ja que tenim una aplicació a l'ordinador que es comunica amb els ordinadors de la central. Des de central fan les comandes que es transmeten automàticament gràcies a que cada dia reben la informació actualitzada de les botigues. Els responsables de central saben les vendes que s'han produït al llarg del dia en les botigues i en funció de les vendes fan la corresponent reposició i presenten novetats cada setmana.

Els ordinadors de la botiga i de la oficina central estan interconnectats de manera que quan es puja un fitxer o s'actualitza informació de l'aplicació instal·lada a l'ordinador, aquesta informació la rep l'altra entitat de manera automàtica.

El procediment és el següent: quan s'efectua una compra, el ordinador registra aquest producte que ha sigut vingut i emmagatzema aquesta informació en un arxiu FTP⁷ que conté les dades del producte venut. A mesura que ens van venent més productes s'afegeixen més línies en aquest fitxer FTP. Cada dia, al voltant de les 20:30h que és quan tanquem la botiga, exportem aquest fitxer FTP perquè els de central rebin la informació de la situació actual de la botiga i les vendes diàries que s'han produït. Per fer-ho, solament entrem a l'aplicació i seleccionem la opció d'exportar el fitxer a nivell de botiga. A continuació es deixarà l'ordinador engegat per tal que envii el documents durant la nit. El dia següent quan s'obre la botiga, el primer que cal fer correspon al procés invers, importar el fitxer FTP que ha transmès la central. Aquest fitxer importat conté informació de l'inventari de les altres botigues TENTAZIONI, pot contenir preus de productes actualitzats, entre d'altres opcions.

⁷ FTP es l'acrònim de File Transfer Protocol (Protocol de Transferència de Fitxers). Programari per transmetre fitxers entre ordinadors independentment del sistema operatiu. Consultat en: wikipedia.org [en línia].

Aquest sistema comporta que tant la gestió dels preus com del subministrament dels productes ve determinat des de central. Un cop es ven tres cops un jersei, central és conscient que no tenim més estocs d'aquest producte en la botiga i decideix fer la comanda sense que sigui jo qui hagi de fer la sol·licitud. També es central qui decideix retirar el producte del mercat o seguir promocionant-lo.

En funció de la informació transmesa, central fa la reposició i presenta novetats cada setmana.

Teniu magatzem?

Si, tenim un magatzem just al costat de dimensions molt superior a aquesta botiga. Realment és una casa anglesa però nosaltres l'utilitzem com a magatzem, encara que evidentment no ocupem tot l'espai de la casa amb material. Podem consultar el inventari de la botiga i magatzem en la aplicació de l'ordinador la qual ens indica el inventari disponible de cada producte.

Com a informació addicional cal dir que fem inventari un cop al mes.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

De cara al Black Friday i en temporada de rebaixes no realitzem una previsió de vendes ni sol·licitem més mercaderies per tenir més estocs disponible, ja que confiem en la eficàcia del nostre proveïdor. Aquest proveïdor ve un cop per setmana i en cas que sigui necessari, podem fer una petició setmanal addicional.

Durant la temporada de rebaixes i dies on la gent surt a comprar activament com és el cas del Black Friday, utilitzem amb gran freqüència les transferències d'inventari entre botigues. Aquestes transferències les produïm nosaltres des de l'aplicació de l'ordinador, consultem si el producte està disponible en alguna botiga pròxima i si és així ho factures en aquella botiga en concret. Factures a la botiga a preu de cost i reps el material, així una descompte d'inventari i nosaltres després ho podem vendre a preu de venda al client.

Aquest recurs el fem servir habitualment ja que a menys de 800 metres hi ha una altra botiga TENTAZIONI pel que les transferències d'inventari⁸ son molt útils en determinades situacions per a nosaltres.

⁸ Les transferències d'inventari ("Transfer Orders"), corresponen al moviment de productes d'un inventari a un altre. L'acrònim pel qual també es reconeixen és TO.

Quina és la vostra capacitat de resposta en la situació de si un client demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

La capacitat de resposta en la situació de què un client demana un producte d'una talla que no disposem, és funció de si el producte sol·licitat es troba a una botiga propera, que en aquest cas seria un parell de dies com a màxim. Si no és així es tardaria una setmana.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

En el cas de tenir un material defectuós, entrem a l'aplicació de l'ordinador i a la secció de la nostra botiga tenim un camp que s'anomena "tares" i en aquest camp s'indica el producte defectuós i posteriorment s'envia a magatzem central. S'ha de treure el tiquet amb la peça de roba i s'envia a magatzem central cada peça amb el seu albarà.

S'envia un albarà i no un tiquet, per tal que magatzem central ens subministri el mateix producte i tornar-lo a proporcionar-lo al client, aquest cop sense defectes.

Comparant el sistema de gestió actual amb el mecanisme utilitzat en el passat quins canvis heu notat?

Antigament, i dic antigament però tampoc fa tants anys que tenim aquest sistema, el fet de controlar-ho tot manualment mitjançant el que anomenàvem 'quadres i plantilles' on es registraven les entrades, sortides i inventari era un procediment molt lent i requeria molta feina. Ara gràcies a tenir aquest sistema digital es fa tot molt més ràpid i també notem que tenim més èxit amb el client perquè es gestionen amb més rapidesa i eficàcia tots els processos. A més, no m'ha perjudicat en la meva feina sinó que el treball que feia abans manualment, actualment el faig d'una altre manera. També és veritat que des de central, en tenir-ho tot molt centralitzat gestionen les estratègies de màrqueting d'una forma més eficaç. Fins i tot ens indiquen en certs productes on volen que els col·loquem a la botiga i evidentment son ells els especialistes en recursos comercials no jo.



Figura 4: Interfície aplicació de TENTAZIONI⁹

⁹ Font pròpia [11/10/2019]

COTTON [16/10/2019]

Botiga de roba al centre de Sabadell que promoció roba innovadora constantment. Treballen amb firmes tèxtils poc reconegudes però amb ganes de subministrar productes diferents i innovadors que convencin al client.

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguí fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

Ens dirigim a tots els públics que vulguin tenir un tipus de roba diferent del què es veu pel carrer normalment i que estiguin a favor de comprar productes sense que aquests siguin d'alguna marca coneguda. Per fer-nos conèixer ens beneficiem de la situació privilegiada de la botiga ja que està just al centre de la ciutat i a un carrer dels més concorreguts de Sabadell. Una companya és qui porta les xarxes socials com el Facebook¹⁰ i Instagram on puntualment es van actualitzant les novetats de la botiga.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador cada dia.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Renovem la roba cada dues setmanes, no treballem per temporades sinó que canviem la roba freqüentment. Aquesta estratègia que seguim és el que es coneix com a no treballar amb col·leccions fixes.

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

El proveïdor ens subministra mercaderies un cop a la setmana o cada dues setmanes.

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspecte us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

No tenim una aplicació implementada que ens ajudi a gestionar la botiga informàticament, però si que tenim el control de la botiga mitjançant fulles de càlcul¹¹. Utilitzant documents Excel tenim un control d'inventari, comandes i ventes. No tenim un control via informàtic de les fitxes de clients i proveïdors.

¹⁰ El facebook de la botiga COTTON on actualitzen informació és el següent: <https://es-es.facebook.com/pages/category/Clothing-Store/Cotton-Sabadell-1071891366202678/>

¹¹ Una fulla de càlcul és un programa que permet la manipulació de dades administrades en taules. Un exemple de fulla de càlcul és el programa Microsoft Excel.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

En aquesta situació podem assegurar que tenim una capacitat de resposta ràpida, aproximadament unes 48 hores.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

No realitzem cap previsió en aquests casos, amb el que disposem al magatzem i tenint en compte que els nostres proveïdors son capaços de subministrar-nos productes en menys de 48 hores, podem satisfer amb èxit la demanda. És molt important destacar que a nosaltres no ens arriba el proveïdor amb els productes sinó que som nosaltres qui anem cap a ell i ens fem la càrrega del material necessari. Per això també la capacitat de resposta és bastant ràpida, perquè en no dependre de terceres parts podem gestionar-ho nosaltres mateixos, el únic inconvenient és trobar el temps per anar cap allà i com nosaltres som tres persones a la botiga, sempre algú pot anar allà a demanar productes en cas que sigui necessari. Per altra banda en cas que sigui necessari també poden venir a subministrar-nos material, però no acostuma a ser el més habitual en la nostra botiga.

Com contacteu amb el proveïdor? Via Mail i li adjunteu un Excel amb els ítems que necessiteu, per exemple?

Anem nosaltres normalment, ja que d'aquesta manera decidim quins productes adquirir per després vendre'ls a la botiga i quins no. Si estem en el cas que un jersei s'ha venut molt i veiem que més gent el voldrà adquirir-lo, ens posem en contacte amb el proveïdor per telèfon i és ell qui es dirigeix cap aquí per subministrar-nos el material que hem sol·licitat.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Nosaltres portem directament el producte que presenti una tara al proveïdor i aquest ens ho canvia.

Algun cas de negoci que considereu rellevant per aquesta botiga tèxtil?

El dilluns i el dimarts acostumen a ser els dies en què comprem gènere¹², revisem el que tenim disponible en el magatzem i botiga. Analitzem també el que es ven mes i el que no es ven, per així decidir que hem de comprar al proveïdor i quines son les peces de roba que aprofitarem per mostrar a l'aparador per tal que la gent decideixi entrar a la nostra botiga. Com durant aquests dos dies estem mirant tots els productes i efectuant les comandes, aprofitem també per fer inventari i ho registrem a la nostra fulla d'Excel.

¹² Comprar gènere es refereix al enviament de les ordres de compra al proveïdor per sol·licitar resubministrament o subministrament de nous productes

VOTRE MIROIR [18/10/2019]

PiME que proporciona roba interessant i innovadora per dones entre 30 i 45 anys. Destaquen per ser bastant actius en els seus recursos digitals com pàgina web, Instagram i blogs de moda.



Figura 5: Votre Miroir logotip¹³

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficiu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

El nostre públic objectiu es correspon a una dona treballadora d'uns 30 o 45 anys, més o menys. Per fer-nos conèixer utilitzem Instagram on actualitzem imatges de la nostra roba. He de destacar que som bastant actius en aquestes xarxes socials i en la pàgina web¹⁴, ja que tot i que la botiga sigui petita volem donar una imatge de productes interessants en el al nostre públic objectiu.

Principalment ens beneficiem de la situació privilegiada de la botiga que està a un carrer molt concorregut i proper a l'Ajuntament, pel que en passar molra gent és probable que algú es fixi amb el nostre aparador, encara que aquest sigui petit i decideixi comprar algun producte. Després tenim una clientela molt fidel i que a més a és, ens recomana als seus coneguts: el boca en boca també és una forma per la que aconseguim arribar al públic.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador cada setmana o setmana i mitja.

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Com treballem amb diferents proveïdors cada un treballa d'una forma diferent, però a grans trets podem dir que a principi de temporada venen un gran nombre de paquets cada setmana i a mesura que va avançant la temporada és cada tres setmanes o un cop al mes.

Teniu magatzem ?

Si, tenim magatzem just a darrera de la botiga. És petit però ens fa el servei ja que la botiga també ho és.

¹³ Votremiroir.es [en línia] Logo [imatge]. [Consultada: 18 octubre 2019]. Disponible a: <<http://www.votremiroir.es/>>

¹⁴ La pàgina web de les botiga VOTRE MIROIR on es presenten els productes que ofereixen als consumidors és la següent: <<http://www.votremiroir.es/>>

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspecte us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

Si, tenim un programa que ens ajuda a controlar l'inventari de la botiga, les talles disponibles de cada producte, entrades i sortides de magatzem. Aquest programa però tampoc es gaire complet, no permet tenir un registre de llista de clients ni proveïdors.

El programa controla tot el que es correspon a estoc de producte. Aquest funciona de manera que s'entra en el programa la factura que ha emès el proveïdor per tal que el producte quedi registrat com a estoc i un cop aquest producte es ven a un client, manualment se li dona de baixa i es dona de baixa automàticament de l'inventari.

El programa presenta diferències entre magatzem i botiga?

No, per nosaltres no hi ha diferència entre magatzem i botiga ja que és com si fos tot un.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client ve i demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

La capacitat de resposta en aquest cas depèn molt del proveïdor que ens ha de subministrar aquest producte, nosaltres tenim poc a fer en aquest aspecte. Normalment son ràpids però és cert que hi ha alguna casa que triga una mica més perquè no efectua enviaments individuals sinó que s'espera a quan torni a subministrar-nos estoc al mes següent.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

No, en principi no hem de tenir ningun problema en satisfer la demanda del client amb el que tenim al magatzem i botiga habitualment. Per altra banda, si és necessari podem fer alguna comanda extra setmanal per poder oferir més material als clients si veiem que les rebaixes o el Black Friday està sent un èxit.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Cada vegada que trobem un cas de material amb alguna tara contactem amb el proveïdor corresponent i és ell qui ens diu si li enviem ràpidament el producte defectuós o si ens hem d'esperar a tenir més casos de productes defectuosos i així li enviem tots els casos junts.

En aquest cas, indiquem el codi de producte que ha sortit defectuós i una petita explicació de quina tara presenta.

MODA DONES I NENS [21/10/2019]

PiME que proporciona productes per tots els públics i gustos. L'objectiu és aconseguir clients fidels que valorin la qualitat dels productes i el servei que proporciona la botiga.

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

No utilitzem cap plataforma via online per fer-nos conèixer ni recursos com Instagram o blogs de moda. El client que decideix entrar en aquesta botiga no és un client que és conscient que nosaltres podem oferir-li un gran servei i que tenim uns productes determinats, sinó que és un client puntual que passeja pel centre de la ciutat i com ha vist una botiga de roba, decideix provar sort amb aquesta botiga per veure si hi ha algun producte interessant a adquirir. També pot ser el cas d'un client que després d'anar a les grans firmes de la moda com Zara o H&M i no veure la seva necessitat satisfeta, decideix entrar en aquesta botiga petita pensant que potser tenim un producte únic i diferent que sigui just el que desitjava.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador de forma setmanal.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Fem els canvis de roba per temporada, el que equival a dir dues vegades per any. El canvi de hivern – estiu i el canvi d'estiu a hivern. No fem temporades intermèdies ni la roba canvia freqüentment.

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Aproximadament venen dos cops per setmana, cada 48 – 72 hores els proveïdors tornen a estar aquí amb material nou.

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspecte us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

Si, tenim aquí a l'ordinador una aplicació que ens ajuda a tenir un control de l'inventari disponible a la botiga. Encara que nosaltres també fem inventari un cop a la setmana del què tenim en estoc a la botiga per comprobar si no s'ha desquadrat.

Teniu magatzem ?

Si, tenim just un magatzem darrere la botiga, podem accedir fàcilment des d'aquí. Les dimensions d'aquest magatzem son semblants a la botiga, ni molt petit ni tampoc molt gran.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

Si no la tenim disponible al magatzem, en primer lloc la intentem encarregar al proveïdor. En aquest cas, la capacitat de resposta es menor a 72 hores, que és el temps que el proveïdor triga en subministrar-nos productes a la botiga.

Si el proveïdor ens informa que no ens subministrarà aquests productes, llavors es truca al client per informar-lo que la roba sol·licitada no estarà disponible degut a que ja no ens subministraran més vegades el producte que desitjava.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

No, en principi no hem de tenir ningun problema en satisfer la demanda del client amb el què tenim al magatzem i botiga habitualment.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Contactem amb el proveïdor, li portem nosaltres el material defectuós i aquest, ens permet fer el canvi pel mateix producte o per un altre producte que ens pugui interessar. Normalment ho canviem pel mateix perquè si s'ha trobat la tara és perquè algun client estava interessat en adquirir aquest producte i per tant significa que destaca per sobre dels altres o que causa cert interès.

K'PRICHOS [21/10/2019]

K'PRICHOS és una botiga familiar que proporciona productes tèxtils des fa més de 40 anys. El seu públic objectiu es correspon a una dona d'edat més avançada, entre 30 i 70 anys que busca productes elegants.

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguíu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficiu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

El nostre públic és un públic que presenta una edat força avançada, si haguéssim d'especificar una franja concreta d'edat diria que el nostre públic més jove té una edat superior als 30 anys i el més gran arriba als 70 anys. Tot i això, encara que es relacioni K'PRICHOS amb una botiga enfocada a la gent gran, nosaltres som partidaris que avui en dia la gent amb 60 anys segueix gent jove i aquest és un públic molt crític i entusiasta, que vol cuidar-se i anar al màxim a la moda.

Per fer-nos conèixer ens beneficiem de la localització de la botiga, just a un dels carrers més concorreguts de Sabadell i a ple centre de la ciutat. I sobretot, ens beneficiem del nostre nom, K'prichos és una botiga que fa més de 44 anys que està en aquest carrer tant transitat i per tant, moltes generacions han fet ús de la botiga al llarg de la seva vida. Com a punt innovador, des de fa uns anys hi ha un Facebook¹⁵ de la botiga per fer-nos conèixer a nous clients.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador cada 15 dies aproximadament.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Renovem la roba de forma regular per tal d'anar el més a la moda possible i oferir una bona experiència al client. Efectivament, també renovem la roba segons temporada, en el nostre cas 4 temporades al llarg de l'any (hivern, primavera, estiu i tardor).

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Aproximadament venen dos cops per setmana,

Teniu magatzem ?

Si, tenim un petit magatzem amunt de la botiga com quasi totes les botigues tèxtils del centre de Sabadell. No tenim però, cap magatzem extern.

¹⁵ El facebook de la botiga K'PRICHOS on actualitzen informació dels seus productes és el següent:
<<https://www.facebook.com/kprichosSabadell>>

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem?

La veritat és que no. No tenim cap software ni fulla de Excel que ens ajudi a gestionar la botiga i més et diré, no utilitzem tampoc l'ordinador en res en format digital. Podríem dir que tot els aspectes de la botiga els gestionem de cap i utilitzant alguna llibreta per registrar els moviments.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client ve i demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

La nostra capacitat de resposta depèn de la casa¹⁶ amb la que es treballa, algunes d'elles un cop demanat el material necessari ens arriba en menys de 4 dies i altres cases no disposen tampoc d'estoc pel que requereix més temps el procés de satisfer el client i la seva sol·licitud.

Com contacteu amb el proveïdor? Via Mail i li adjunteu un Excel amb els ítems que necessiteu, per exemple?

Contactem amb els proveïdors via telefònica principalment. També contactem amb ells via online, utilitzant correu electrònic, per sol·licitar determinades mercaderies. El recurs d'online és bastant útil avui en dia, degut a què la majoria dels proveïdors pengem els seus productes i estocs a les seves plataformes i d'aquesta manera podem seleccionar de forma fàcil i eficient quins productes tenim intenció de vendre a la botiga.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

No la gestionem de cap manera en específic, ja que amb l'estoc disponible al magatzem hauríem de ser capaços de satisfer la demanda i en cas de necessitar-ho, sempre podem contactar amb el proveïdor perquè subministri ràpidament més productes per vendre.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Quan estem en la situació que un material és defectuós, contactem ràpidament amb el proveïdor a qui se li envia una imatge de la tara per tal que quedi constància del cas. Una vegada el proveïdor ha rebut la imatge, ell ens comunica a nosaltres mitjançant correu electrònic, un número¹⁷ que és el que indicarem en el paquet per tal que quan el transportista vingui a recollir-lo coincideixi aquest número amb el número d'enviament.

¹⁶ El terme "casa" es refereix al proveïdor dels productes, ja sigui aquest un majorista o el propi fabricant.

¹⁷ Aquest número que es comenta, correspon al SKU (Stock Keeping Unit) el qual correspon a una combinació de 8 o més caràcters que permet diferenciar els productes.

KAREN [23/10/2019]

PiME enfocada a proporcionar roba formal i elegant a persones entre 30 i 70 anys. Productes elegants i exclusius formen part de la imatge que proporcionen.

A Sabadell presenten dos locals on mostren els seus productes.



Figura 6: KAREN logotip

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

Nosaltres tenim un target de 30 anys cap a amunt fins els 70 anys. Treballem amb persones de 30 anys que estiguin interessades en adquirir roba formal i amb persones de 70 anys que desitgin vestir-se d'una manera elegant i innovadora. El nostre públic encara que sigui d'una edat avançada és un públic molt exigent i que vol fer-se notar.

Estem a les xarxes socials per fer-nos conèixer, especialment Instagram i Facebook¹⁸ que s'han convertit en les nostres eines de màrqueting preferides. Anteriorment teníem una pàgina web on mostràvem imatges de la botiga i de la nostra roba amb més detall, però degut a què havíem de gestionar-la completament nosaltres, actualitzar-la i fer un manteniment constant, precisava de molt temps i l'hem abandonat. Igualment, preferim informar que la tenim en pausa, ja que la pàgina web que permeti comprar via online és un recurs que en un futur esperem desenvolupar amb èxit.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

El renovem cada setmana, i si no ho fem màxim passen 15 dies abans de renovar-lo. Intentem d'aquesta manera renovar-lo regularment.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Fem canvis de roba per temporada. Nosaltres treballem amb dues temporades a l'any, primavera-estiu i tardor-hivern.

¹⁸ El facebook de la botiga KAREN on actualitzen informació dels productes és el següent:
<<https://es-es.facebook.com/pages/category/Women-s-Clothing-Store/Karen-431847510226155/>>

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Nosaltres comprem els productes al proveïdor a un any vista i la entrega d'aquests es produeix cada 6 mesos. Així doncs, no tenim continuïtat d'entrega. Per exemple, si hem comprat ara al setembre pel servei del febrer, que es correspondria a la campanya primavera-estiu, els productes arribaran per febrer-març que és quan comença la temporada, i la següent entrega de productes s'efectuaria al setembre que és quan començar la següent campanya, la campanya de tardor-hivern.

Teniu magatzem ?

Si, tenim just un magatzem a sobre la botiga. La botiga és bastant gran i precisa d'un gran magatzem ja que tal i com hem dit, hem de disposar d'estoc durant tot l'any, ja que no tenim continuïtat d'entrega.

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspectes us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

Si, efectivament disposem d'un programa que ens ajuda a gestionar la botiga i la seva respectiva cadena de subministrament i distribució.

Aquesta aplicació ens ajuda sobretot en el tema de gestió d'estocs i de mostrar l'inventari disponible en el conjunt botiga-magatzem.

Aquesta aplicació està dissenyada de manera que quan s'efectuï una compra, automàticament es genera un registre de sortida del producte, en concret de l'inventari. D'aquesta manera, podem controlar l'estoc disponible de la botiga en tot instant. És sense cap mena de dubte un gran avanç en aquest sector ja que ens facilita el nostre dia a dia i tenir una botiga virtual, que seria l'aplicació en si, ens ajuda a gestionar correctament la botiga física.

El avanç s'ha notat especialment en l'ús del temps dedicat a gestió d'inventari durant la jornada laboral ja que antigament, havíem de registrar cada peça de roba a mà en els arxius de la botiga i els números de registre de cada peça son molt llargs la veritat. A més a més controlar-ho tot manualment era molt més difícil i poc àgil, ara el procés és molt més eficaç.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

Nosaltres ho gestionem de la forma més eficaç possible amb els recursos que disosem, però evidentment les devolucions son un tema bastant delicat de tractar ja que avui en dia les firmes no tenen estoc, es fabrica sobre comanda en funció de les temporades i els productes més venuts. I com la nostra botiga treballa a sis mesos vista, és una situació bastant complicada de resoldre ja que discrepa amb el nostre mètode de treball.

Antigament, fa uns quants anys, les firmes¹⁹ ho posaven d'una forma més fàcil, ja que com disposaven d'estoc sempre, podies contactar amb elles i obtenies el producte ràpidament però avui en dia, si el producte que desitges no està a la botiga o magatzem, la nostra recomanació és que vagis pensant una altra alternativa. Alternatives a les teves necessitats sempre en trobaràs, però com es pot veure, la botiga és molt gran, així que alguna altre producte et pot interessar.

Com contacteu amb el proveïdor? Via Mail i li adjunteu un Excel amb els ítems que necessiteu, per exemple?

Amb el proveïdor hi ha el contacte directe quan es fa la compra i després es gestiona via correu electrònic.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

En primer lloc, s'envia un correu electrònic a la firma on s'adjunta una imatge de la tara o el defecte que presenti el producte i si la firma considera que és oportú, envien a un transportista a recollir el producte tarat i portar-lo a les seves instal·lacions on el departament responsable del control de qualitat l'analitza. Si verifiquen que és un defecte produït en el procés de fabricació, t'abonen els diners. En cas que considerin que no es correspon a un defecte sinó que és un mal ús, t'ho retornen.

De cara al client és important dir, que en molts casos si la firma no es fa càrrec som nosaltres qui ens fem càrrec, ja que el nostre públic és bastant fidel a la marca i alguns defectes encara que el departament de qualitat consideri que no es correspon a un defecte sinó a un mal ús, la nostra opinió o experiència pot diferir amb aquesta afirmació.

¹⁹ El terme "firmes" és el terme amb que s'ha referit en aquest cas a les empreses proveïdores dels productes.

ELSE-ELSE [23/10/2019]

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguiu fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficiu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

El nostre públic es correspon a una clientela d'edat de 35 anys cap a endavant. Per fer-nos conèixer ens beneficiem principalment de la zona cèntrica de la botiga i som bastant actius en les xarxes socials especialment Instagram i Facebook.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador cada setmana més o menys. La veritat que ho intento fer cada cop que tinc una mica de temps disponible, però com requereix bastanta concentració posat que has de decidir què donar-li protagonisme i després posar-ho a la pràctica, esdevé una tasca complicada de fer regularment. Una mitjana seria que cada setmana, el renovo.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Actualment el concepte de temporada ja no existeix com a tal, posat que el client vol tenir coses noves constantment i gènere innovador. Així doncs, moltes firmes amb les que treballem, que serien els proveïdors, gestionen els seus productes en 6 temporades al llarg de l'any (3 més enfocades a l'hivern i 3 més enfocades cap a l'estiu) i ens van efectuant les diferents entregues quan és precisa.

També treballem amb el que es coneix com a "col·leccions càpsules" les quals son aquelles col·leccions extres per subministrar constantment nous productes als clients.

Teniu magatzem ?

Si, tenim just un magatzem a sobre la botiga. Les dimensions serien l'espai que ocupa la botiga.

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem?

No, no tenim cap programa informàtic d'aquests on passes el codi de barres i t'apareix l'estoc. Hem de confessar que en aquest aspecte som bastant rudimentaris, gestionem la botiga d'una forma completament manual. No disposem ni d'ordinador, tenim un TPV²⁰ per poder imprimir el tiquet pels clients, però res més.

²⁰ Un TPV, es un Terminal Punt de Venda, i és un dispositiu que s'utilitza a les botigues per tal de que es pugui efectuar el pagament amb targeta de crèdit o dèbit i per imprimir els tiquets de venda.

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client ve demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

Aquest cas depèn principalment de quina casa pertany el producte que s'està sol·licitant i d'altres factors. Per exemple, pot ser que el producte hagi agradat molt i quan es vol repetir (tornar a sol·licitar) a la casa ja se'ls hi ha esgotat l'estoc disponible. Per tant, quan se'ns demana algun producte que no disposem en el magatzem, en primer lloc valorem si ens interessa i si es així ho consultem amb el proveïdor per si és possible aconseguir-ho. Els proveïdors amb qui treballem no ens permeten sol·licitar una peça única o una talla en concret sinó que s'ha de demanar més d'una talla del mateix producte si volem que el transport cap a la botiga sigui gratuït, pel que molts cop per un cas individual no interessa sol·licitar al proveïdor el producte.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

No, i això és degut bàsicament a que en temporada de rebaixes la botiga petita el que desitja es treure's tot el gènere que disposa actualment i així començar a tenir productes nous a la botiga.

Si la botiga fos molt més gran sí que precisaria d'una estratègia de màrqueting més ben definida, però nosaltres som molt petits, pel que això ens queda una mica lluny pel que creiem.

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

Cada casa funciona diferent, algunes tenen una plantilla definida en la qual has d'assenyalar el motiu de la devolució en la que has d'adjuntar també una fotografia. A continuació, et donen el vist i plau, i t'envien un paper el qual l'has d'introduir a la caixa, ja que no pot arribar res al magatzem sense aquesta autorització del representant o de la persona que s'encarrega. Llavors venen, validen que el paper de la caixa és el correcte, ho recullen i posteriorment m'abonen l'import a la compta bancària.

COLONIAL [26/10/2019]

Es correspon a una PIME que disposa de 5 locals a la regió de Catalunya i un magatzem central. La botiga de Sabadell Centre ha esdevingut un referent en el sector de la moda. Els seus productes son considerats de gran qualitat i elegants degut al fet que treballen amb marques reconegudes com G-STAR, GUESS i PEPE JEANS

COLONIAL

Figura 7: COLONIAL logotip

A quin públic voleu enfocar la vostra imatge de marca? Com aconseguir fer-vos conèixer: utilitzeu plataformes via online com és el cas de blogs de moda i Instagram o us beneficieu de la localització privilegiada de la botiga al centre de la ciutat que ja ús assegura unes vendes?

El nostre públic es correspon a un target adult, aproximadament uns 30 i 40 anys que vol vestir d'una forma elegant i amb marques reconegudes que assegurin una qualitat molt bona del teixit dels productes. Tot i així, ens hem convertit també en un referent per totes aquelles persones joves que com ells dirien, volen vestir-se com si fossin més adults i que volen destacar en termes de moda sobre la resta dels joves que acostumen a portar el mateix tipus de productes.

En primer lloc, fa molts anys que estem aquí, just en aquesta botiga que està just davant de l'Ajuntament de Sabadell. Per tant, moltes famílies ja ens coneixen pel simple fet de passar per davant quan acompanyen els fills a l'escola, els joves quan decideixen anar a passejar pel centre de Sabadell o van de "shopping"²¹, el boca a boca de la gent quan parla d'aquesta botiga gran i sempre actualitzada que està just davant de l'Ajuntament...

Igualment, som molt conscients dels recursos de màrqueting utilitzats actualment per les companyies líders del sector, pel que utilitzem Instagram i una pàgina web des d'on actualitzem tota la informació relacionada amb la botiga, noves promocions, rebaixes, ensenyem també quin tipus de roba venem, entre d'altres. Tal com es pot veure en el mostrador i a les pàgines web²², utilitzem també models que vesteixen els nostres productes, per tal que el nostre públic independentment de l'edat es senti identificat amb la nostra roba i vulgui venir a adquirir aquell producte que l'hi hagi cridat l'atenció.

²¹ "Shopping" és un terme provinent de l'anglès, que significa anar de compres. Consultat en: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/shopping>

²² El instagram de la botiga COLONIAL on actualitzen informació dels productes és el següent: <https://www.instagram.com/colonialmoda/> i la seva pàgina web: <https://colonial.es/>

Podem dir que les xarxes socials no les utilitzem per fer-nos conèixer com a tal, sinó que les utilitzem per ensenyar els productes que tenim en estoc, presentar els nostres productes i marques amb qui treballem, cridar l'atenció als clients amb el que som capaços de proporcionar i la imatge que pot donar si vesteix amb la nostra roba elegant i innovadora.

Cal destacar que no tenim venda online, degut a que no està agafant el protagonisme que ens pensàvem que agafaria, les persones segueixen presentant certa desconfiança a la hora de comprar per Internet i per tant el projecte de permetre la venda d'aquest tipus s'ha aturat.

Quina és la freqüència en què renoveu l'aparador?

Renovem l'aparador setmanalment.

Feu canvis de roba per temporades o intenteu renovar la roba regularment al llarg de l'any?

Nosaltres fem els canvis de roba per temporades, entenem que les temporades son dues: estiu i hivern, però últimament s'està traslladant a quatre temporades:

- Començament de l'estiu, les temperatures encara son una mica baixes per anar amb els outfits²³ propis de la temporada d'agost.
- L'estiu, temporada de roba pre-platja i post-platja. Volem ensenyar les espatlles, roba que ens ajudi a fer notar el nostre color moreno de pell perquè estem prenent el sol, una roba en definitiva més atrevida.
- El pre-hivern, que correspondria a la temporada de tardor on comença a fer fred a les últimes hores del vespre i primeres del matí.
- I el hivern, la gent aquí es vol abrigar i entre totes les capes de roba que podem ficar-nos volem igualment anar a la moda i vestir elegantment.

Quina és la freqüència setmanal del proveïdor?

Els proveïdors venen aproximadament dues vegades per setmana.

²³ Outfit és un terme d'origen anglès que significa vestimenta, el conjunt de peces de roba que una persona vesteix. Consultat en: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/outfit>>

Utilitzeu algun recurs com ara un software, aplicació o fulla de càlcul que us ajudi en la gestió de la botiga i magatzem? Si la resposta és afirmativa, quin aspecte us ajuda a gestionar i permet un control: inventari, comandes al proveïdor, ventes, gestió de les fitxes dels proveïdors i clients?

Si, i més et diré, és completament imprescindible. Tenim un sistema a l'ordinador que és instantani i online, on les 5 botigues de configuren aquesta empresa (Colonial) disposem de l'estoc de les 5 botigues, i podem saber si un determinat producte es venut en alguna de les botigues, si aquest producte es ven en aquella botiga però està reservat/guardat per un client concret, si el tenen disponible en el magatzem en aquell moment o si no el tenen disponible, o si el pots demanar. Aquest últim punt, el de sol·licitar un producte a una altre botiga és un aspecte molt important per nosaltres, ja que en comptes de sol·licitar-ho al proveïdor ens interessa en molts casos fer una transferència del producte d'una botiga a una altra.

Tots aquests punts son molt importants per no perdre vendes i saber quina és la situació de la empresa en tot moment.

A l'instant en què s'efectuï la venda, desapareix de l'estoc i consta el producte com a venut. A més a més, tenim unes estadístiques que ens indiquen quins productes s'han venut més, si la botiga de Sabadell ven més jerséis i la de Lleida més pantalons, entre d'altres. Realment, tenim la sensació que tot està mil·limètricament mesurat amb el programa aquest.

Tot es fa al moment, nosaltres no hem de dir que un determinat producte s'ha venut, representar una ordre de venda i posteriorment eliminar un producte de l'estoc disponible. El procediment és més ràpid, al instant en què s'efectua la venda ja s'elimina de l'estoc disponible automàticament.

Aquest programa té en compte tot els aspectes de la botiga, proveïdors, clients, inventari i estadístiques de les vendes.

Jo sempre ho dic en broma, si es cau Internet, tenim un problema!

Quina és la vostra capacitat de resposta en el cas de si un client ve i demana una talla que actualment no disposeu en el magatzem?

Si no tenim aquella talla concretament, la nostra capacitat de resposta depèn principalment de si la talla està disponible en les altres botigues, en aquest cas amb una setmana podem tenir-la aquí. Si no ens trobem en aquest cas, depèn de si el proveïdor té aquesta talla en estoc o si ja no té intenció de comerciar-la, en aquest últim cas, no podem fer res i no podem satisfer el client amb èxit.

Degut a que la vostra empresa té més d'una botiga, utilitzeu transferències d'inventari entre magatzems/botigues, i si és el cas, com ho gestioneu?

Si, les transferències d'inventari son un recurs molt habitual, per tal de què el producte que no disposi una botiga el pugui obtenir d'una altra, de manera que es va equilibrant tot. Aquestes transferències d'inventari es realitzen setmanalment.

Nosaltres quan fem aquestes transferències no ens surt preu, entre botigues el cost es considera '0' com si fos el mateix inventari. A nivell comptable, quan el producte del proveïdor arriba a la empresa si que s'ha de generar el assentament comptable el qual registra una sortida de diners (per pagar el material) i una entrada en l'inventari. Un cop però aquest producte està ja dins de la companyia, l'únic que es produeix és augmentar o disminuir el subinventari o estocs de cada botiga, però res més enllà d'això.

Com gestioneu l'augment en les vendes durant la temporada de rebaixes i en dies especials com el Black Friday al novembre? Realitzeu certa previsió per satisfer l'augment de la demanda?

Nosaltres gestionem aquest augment de les vendes a un any vista.

Teniu magatzem ?

Si, tenim un magatzem a la botiga, força petit per tal d'aprofitar el màxim les dimensions de la part de botiga pública on el client pot anar.

També tenim un magatzem central des d'on es subministra a totes les botigues (4 botigues més).

Com gestioneu les devolucions de material defectuós (RMA)?

El material defectuós s'envia a magatzem central, i des d'allà es fiquen en contacte amb la marca per procedir amb els següents tràmits. Quan nosaltres estem davant d'un cas així, nosaltres ho enviem al magatzem central i així ho fem notar a l'aplicació en la que hi ha un camp específic per tares i productes defectuosos. Nosaltres hem d'especificar en el magatzem quina és la tara, on està i els motius de com pot haver estat causada.

A continuació es fica en contacte amb la casa, on ells ens han de donar el vist i plau reconeixent la tara o defecte trobat, i posteriorment, es procedeix a fer un canvi de producte o s'abona la corresponent compensació econòmica.

Quan es va produir el canvi de la gestió de la botiga manual a una botiga digital?

Quan només hi havia una botiga ja vam començar amb el programa que ens ajudes a gestionar-ho. Evidentment, el programa ha anat millorant, s'han anat incorporant noves necessitats que havien de ser tractades, però realment podem dir que aquesta botiga mai ha sigut gestionada completament de forma manual, sinó que sempre hem tingut aquesta ajuda extra que ens proporciona els ERPs aquests.

Personalment, nosaltres creiem que és impossible arribar a treballar sense un programa d'aquestes característiques ja que amb la gran quantitat de referències que tenim a la botiga, diferents cases que subministren roba, moltes fitxes de clients, control de l'inventari disponible i de l'estoc reservat...seria molt complicat gestionar-ho tot eficaçment i sense cap mena de dubte es perdria un temps indispensable útil per actualitzar les xarxes socials, organitzar estratègies de màrqueting, dissenyar noves distribucions de la botiga i analitzar els productes que més es venen i quins no per poder pivotar la botiga cap a una direcció o cap a una altra.

La imatge que creus donar molts cops no és la real, i jo per exemple, puc arribar a pensar que venem moltíssimes camisetes d'una marca concreta i que aquestes configuren el nostre punt fort, però després d'analitzar les estadístiques pots estar molt errat perquè encara que hagi venut 3 productes, pot ser que s'hagin retornat 2 (un per presentar cert defecte i l'altre perquè no li agradava), pel que finalment només s'ha venut un. Les sensacions que tenim ens poden enganyar, les estadístiques no, els números són els que són i no et poden enganyar.

Annex B: Plànol Sabadell Centre²⁴

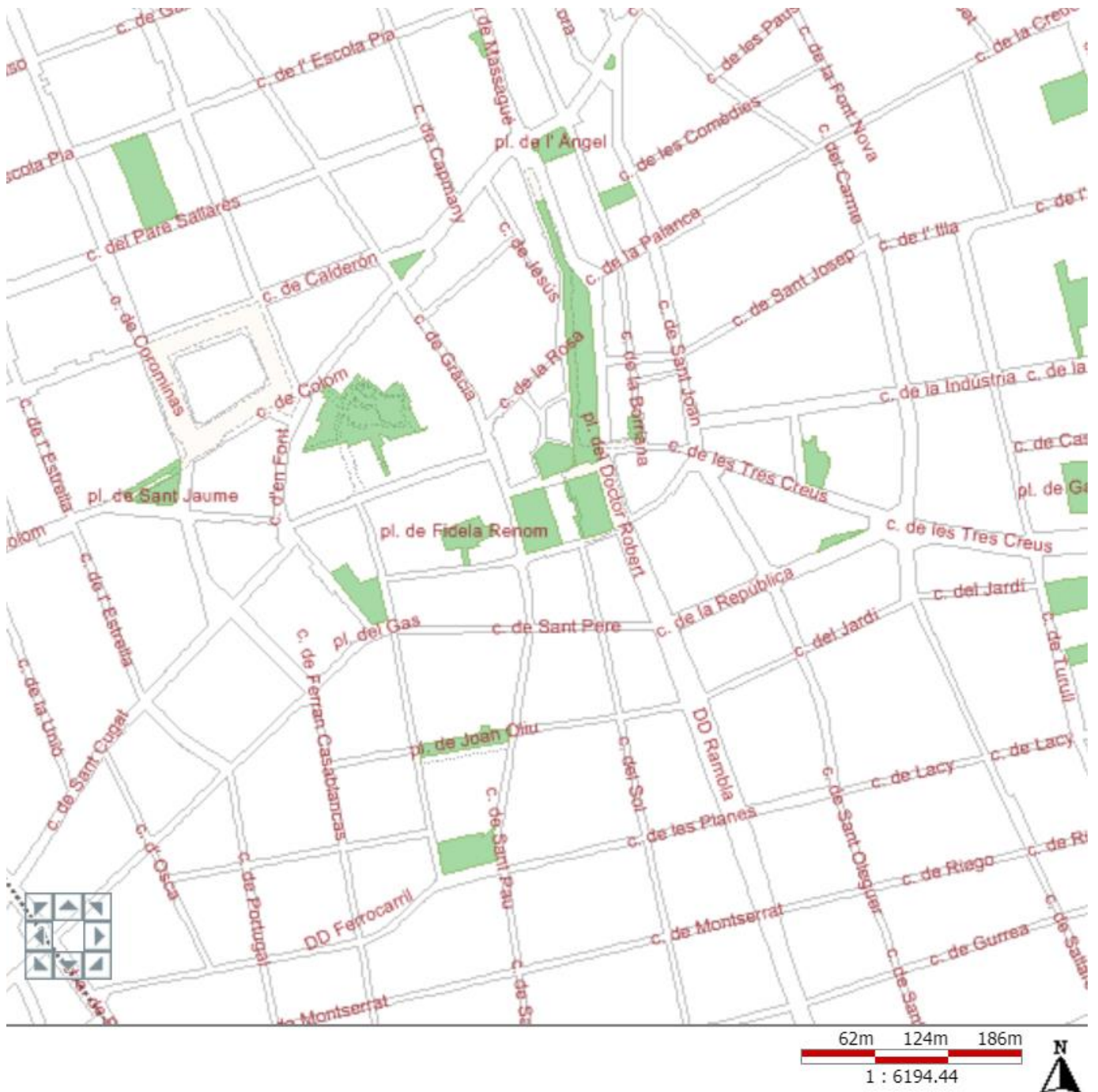


Figura 8: Plànol Sabadell Centre

²⁴ Awas.sabadell.cat [en línia] [Consultada: 16 setembre 2019]. Disponible a: <
http://awas.sabadell.cat/absatlas/planol/mapa.aspx?mapaVirtual=AJ_M_Carrerer>

Annex C: ERP-Software de gestió de la cadena de subministrament

A continuació es mostra l'eina digital dissenyada i proposada per gestionar els casos de negoci relacionats amb la cadena de subministrament que afronten les PIMES de moda tèxtil.



Figura 9: Pantalla inici de l'eina digital proposada

El treballador ha d'introduir el correu electrònic i la seva contrasenya per accedir a l'aplicació de l'ordinador.

El domini de l'aplicació correspon a la identificació del portal / domini on s'emmagatzemen i es registren les dades de l'aplicació.

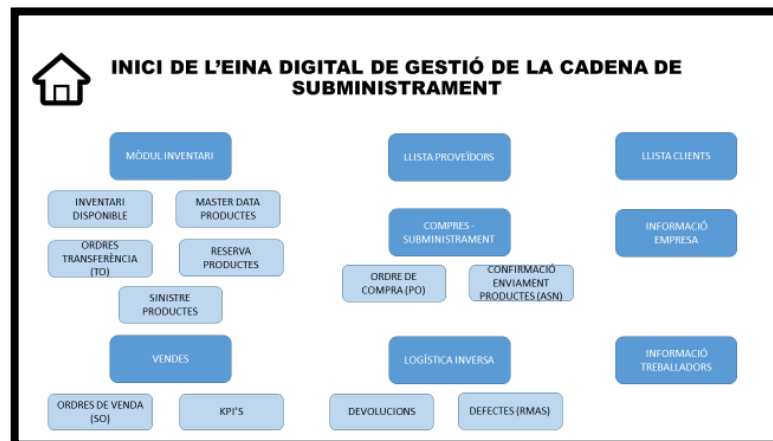


Figura 10: Pantalla "HOME" de l'aplicació

Pantalla "HOME" de l'aplicació, que es mostra quan es selecciona l'icona de la casa que apareix a dalt a l'esquerra de cada pantalla de les seccions.

La pantalla "HOME" mostra els mòduls de treball i les respectives seccions d'aquests. Cada una d'elles correspon a un cas de negoci a tractar per a les empreses de moda tèxtil.

Figura 11: Mòdul 'Informació empresa'

Des d'aquesta pantalla es defineix l'empresa (PiME) introduint el detall de la companyia (nom, adreça domicili fiscal, ciutat, entre d'altres) i la definició dels subinventaris que la conformen, és a dir, de les botigues de la companyia.

Aquest mòdul s'utilitza com a font d'informació i on es registra el detall dels camps que en altres seccions requereixen ser completats automàticament. Es planteja com un mòdul d'accés restringit que solament sigui visible i editable pel gerent i/o responsable del negoci.

En cas de seleccionar l'ícona de dalt a la dreta (ícona 'retrocedir') es retorna a la pàgina anterior mostrada, la pantalla "home". En cas de seleccionar el 'home', es retorna a la pàgina inicial on es mostren els diferents mòduls i seccions.

Figura 12: Mòdul 'Informació treballadors'

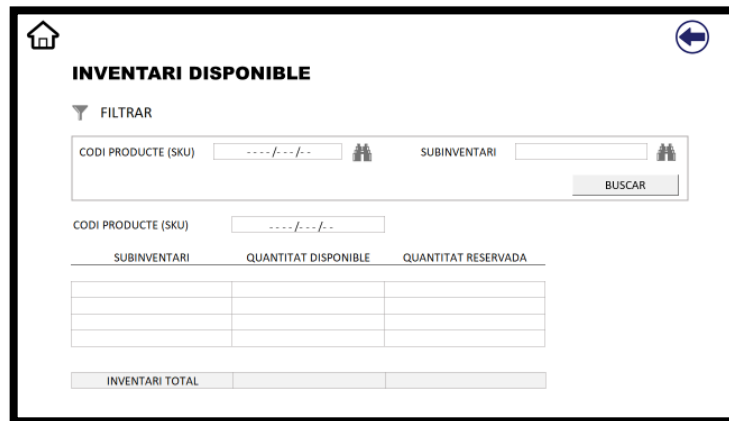
Mòdul que permet l'accés dels usuaris a l'aplicació (vegeu Figura 9) definint el seu corresponent correu electrònic i contrasenya d'accés. Un camp important correspon a la determinació dels 'subinventaris disponibles', el qual correspon a la definició de la botiga on treballa cada usuari, on està assignat.

Els gerents i/o responsables del negoci tenen una visió de tots els subinventaris disponibles, és a dir, poden accedir a totes les botigues.

Els altres treballadors solament tenen accés al subinventari on estan assignats, tot i que poden consultar disponibilitat d'estucatge d'altres botigues. És un mòdul el qual només té accés i per tant pot editar, el gerent i/o el responsable del negoci.

Inventari disponible

Per tal de consultar l'estucatge d'un producte cal accedir a la secció 'Inventari disponible' del mòdul d'inventari.



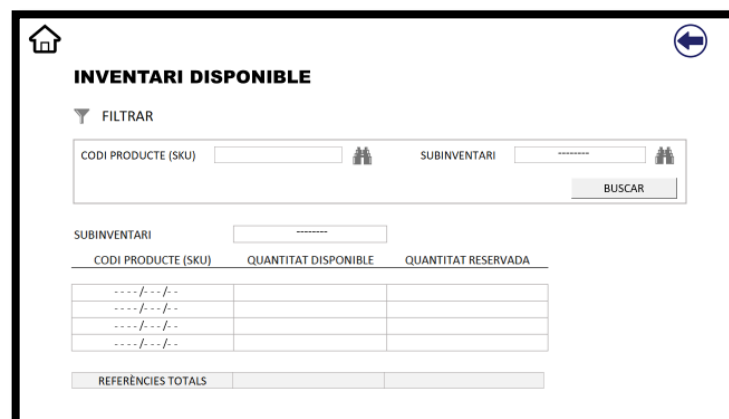
The screenshot shows a web interface titled 'INVENTARI DISPONIBLE'. At the top left is a home icon, and at the top right is a back arrow. Below the title is a 'FILTRAR' section with a dropdown arrow. There are two input fields: 'CODI PRODUCTE (SKU)' with a placeholder '---/---/---' and a building icon, and 'SUBINVENTARI' with a building icon. A 'BUSCAR' button is to the right of the second field. Below the search fields is a table with three columns: 'SUBINVENTARI', 'QUANTITAT DISPONIBLE', and 'QUANTITAT RESERVADA'. The table has several empty rows and a final row labeled 'INVENTARI TOTAL'.

Figura 13: Consulta inventari disponible filtrant per codi de producte (SKU)

Si es filtra per codi de producte, es mostra la disponibilitat d'un determinat producte a cada subinventari de la companyia (si és el cas d'una PIME amb més d'una botiga), mostrant el valor de l'estucatge disponible i reservat. També es proporciona el valor de la quantitat total disponible i reservada d'aquest producte pel conjunt de la PIME.

Aquest recurs és útil per consultar si el producte està en estoc a la botiga o si s'ha de sol·licitar una transferència d'inventari a una altra botiga o subministrament.

Els 'prismàtics' redirigeixen a altres seccions on seleccionar el camp buscat. En aquest cas, l'ús dels 'prismàtics' en el codi de producte rediregeix a la secció 'Master Data de productes' de manera que es pugui cercar el codi producte (SKU) i posteriorment poder realitzar el filtre desitjat.



The screenshot shows the same 'INVENTARI DISPONIBLE' interface. In the 'FILTRAR' section, the 'SUBINVENTARI' field is selected. The 'CODI PRODUCTE (SKU)' field now has a dropdown arrow and a building icon. The table below has a 'SUBINVENTARI' column with a dropdown arrow and a building icon. The table columns are 'SUBINVENTARI', 'CODI PRODUCTE (SKU)', 'QUANTITAT DISPONIBLE', and 'QUANTITAT RESERVADA'. The table has several rows with placeholder values '---/---/---' and a final row labeled 'REFERÈNCIES TOTALES'.

Figura 14: Consulta inventari disponible filtrant per subinventari

Si es filtra per subinventari, es mostra l'estucatge dels productes en el subinventari indicat. Aquest recurs pot ser molt útil per obtenir el llistat de productes en existència de la botiga.

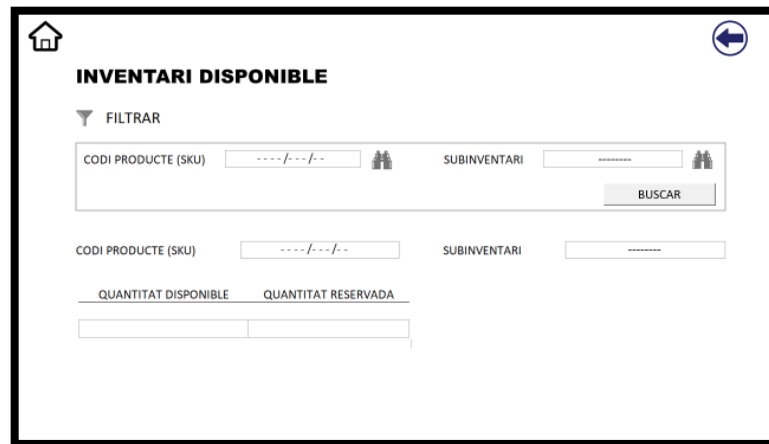


Figura 15: Consulta inventari filtrant per subinventari i codi de producte (SKU)

Si es filtra per codi de producte (SKU) i subinventari es mostra la disponibilitat del producte en el subinventari seleccionat.

Master Data de productes

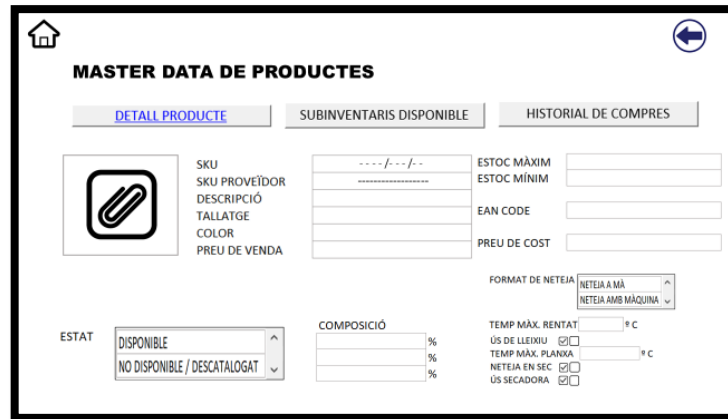
Per consultar el detall i informació dels productes que conformen l'inventari cal accedir a la secció 'Master Data de productes del mòdul d'inventari.



Figura 16: Pantalla inici del Master Data de productes

Pantalla inicial que permet el control i recerca dels productes que conformen l'inventari mitjançant filtres o la llista de tots els productes de la PiME en format de taula. Si es vol seleccionar el detall d'alguns d'ells, crear, editar o eliminar productes, cal seleccionar la línia corresponent a la taula i utilitzar l'icona correcte:

- Icona 'afegir': permet crear nous productes.
- Icona 'document i llapis': permet editar producte seleccionat.
- Icona 'creu': permet l'eliminació del producte seleccionat.



MASTER DATA DE PRODUCTES

[DETALL PRODUCTE](#) | [SUBINVENTARIS DISPONIBLE](#) | [HISTORIAL DE COMPRES](#)

SKU: ----/---/---
 SKU PROVEÏDOR: -----
 DESCRIPCIÓ: _____
 TALLATGE: _____
 COLOR: _____
 PREU DE VENDA: _____

ESTOC MÀXIM: _____
 ESTOC MÍNIM: _____
 EAN CODE: _____
 PREU DE COST: _____

FORMAT DE NETEJA: NETEJA A MÀ / NETEJA AMB MÀQUINA

ESTAT: DISPONIBLE / NO DISPONIBLE / DESCATALOGAT

COMPOSICIÓ: _____%
 _____%
 _____%

TEMP MÀX. RENTAT: _____ °C
 US DE LLÉIXIU:
 TEMP MÀX. PLANJA: _____ °C
 NETEJA EN SEC:
 US SECADORA:

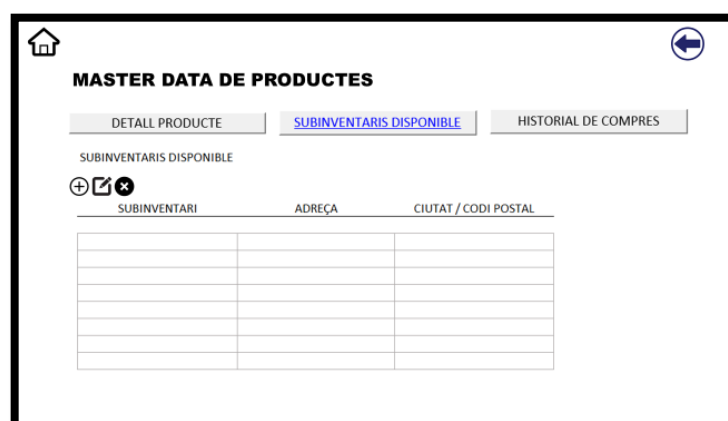
Figura 17: Detall dels productes del Master Data

Es mostra el detall del producte escollit i una imatge d'aquest.

Un dels camps a destacar correspon a l'estat: 'disponible' o 'no disponible / descatalogat' dels productes. Aquest camp s'ha d'actualitzar regularment d'acord amb les temporades i productes mostrats a les botigues, ja que permet obtenir un llistat correcte i real dels productes que conformen l'inventari de l'empresa.

Es mostren altres camps útils per a la interacció amb altres seccions de l'aplicació ('SKU proveïdor' per a les ordres de compra, 'estoc màxim i mínim' per definir l'indicador del punt de re-ordre a les ordres de venda) o amb altres sistemes (EAN code per a la interacció amb un sistema lector de codi de barres).

Es mostra també el camp 'preu de cost', el qual tal i com s'ha destacat a la memòria correspon a un camp solament visible pels gerents i/o responsables del negoci posat que és una informació de molt valor per a la empresa. Visualment, el responsable de la fixació dels preus de venda pot observar ràpidament quin marge comercial hi ha entre el preu de cost del producte i el preu de venda d'aquest.



MASTER DATA DE PRODUCTES

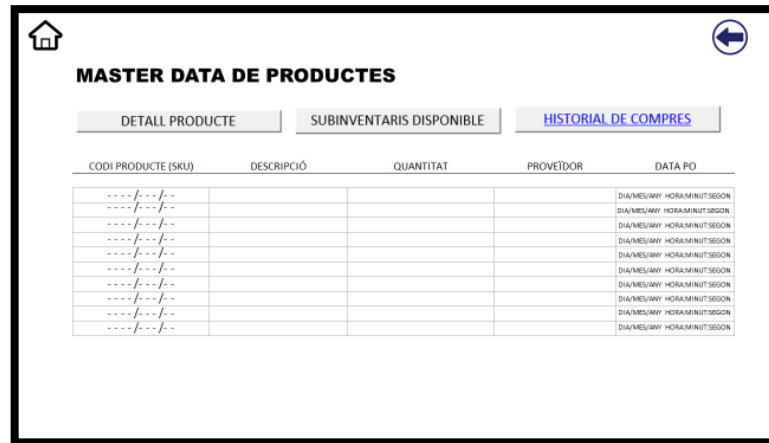
[DETALL PRODUCTE](#) | [SUBINVENTARIS DISPONIBLE](#) | [HISTORIAL DE COMPRES](#)

SUBINVENTARIS DISPONIBLE

SUBINVENTARI	ADREÇA	CIUTAT / CODI POSTAL

Figura 18: Selecció dels subinventaris on es permet la venda del producte

Es permet seleccionar quins subinventaris permeten la venda del producte. És molt útil degut a què no totes les botigues d'una empresa presenten els mateixos productes degut a qüestions comercials i estratègiques, el mercat on es competeix i el perfil client presenta diferències en funció de la regió.



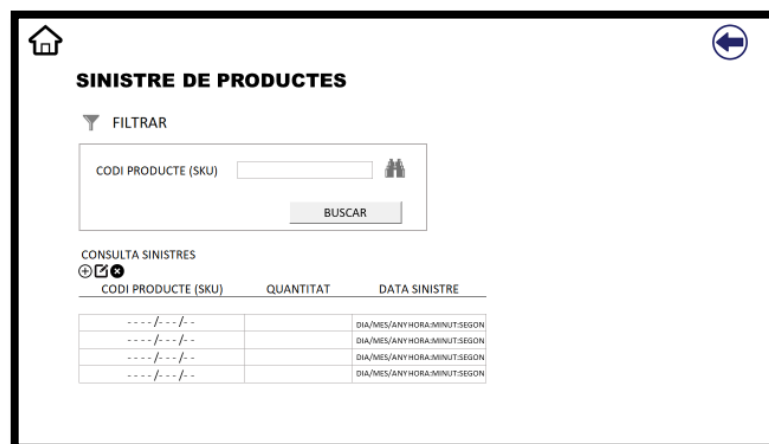
CODI PRODUCTE (SKU)	DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PROVEÏDOR	DATA PO
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON
---/---/---				DIA/MES/ANY HORA:MINUT:SEGON

Figura 19: Historial ordres de compra mostrat al Master Data

L'historial de compres del 'Master Data de productes' Mostra un petit detall de les ordres de compra del producte seleccionat. Correspon a una pestanya útil per buscar el proveïdor del producte.

Sinistre de productes

Aquesta secció que pertany al mòdul d'inventari permet donar de baixa als productes degut a esdeveniments extraordinaris com el cas d'un robatori o d'un deteriorament del producte.



CODI PRODUCTE (SKU)	QUANTITAT	DATA SINISTRE
---/---/---		DIA/MES/ANYHORA:MINUT:SEGON
---/---/---		DIA/MES/ANYHORA:MINUT:SEGON
---/---/---		DIA/MES/ANYHORA:MINUT:SEGON
---/---/---		DIA/MES/ANYHORA:MINUT:SEGON

Figura 20: Registre dels sinistres de productes

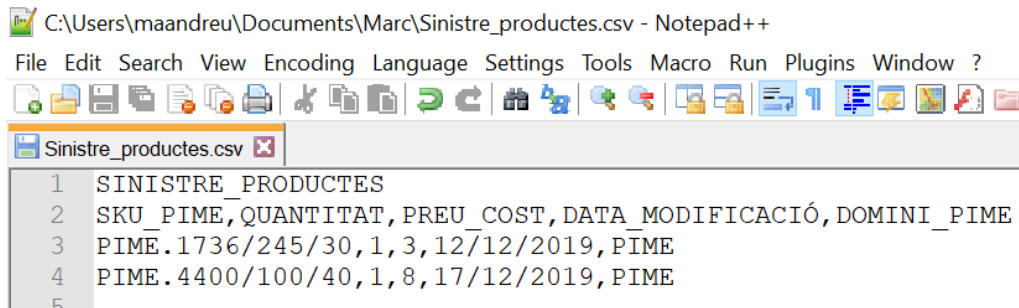
Com a pantalla inicial es mostra el registre dels sinistres de productes que s'han produït i des d'on es permet crear, modificar i eliminar-los.

Per registrar un sinistre cal introduir el codi de producte (SKU) i la quantitat a donar de baixa. Una vegada enviat es crea una línia a la taula mostrada a la figura 20 amb el codi de producte (SKU), quantitat i data que s'ha registrat.



Figura 21: Procés de registre d'un nou sinistre de productes

Quan es crea un nou sinistre de producte, es descarrega un fitxer.csv amb el llistat dels productes que s'han donat de baixa per tal de notificar d'aquest cas al departament de comptabilitat.



```

C:\Users\maandreu\Documents\Marc\Sinistre_productes.csv - Notepad++
File Edit Search View Encoding Language Settings Tools Macro Run Plugins Window ?
Sinistre_productes.csv
1 SINISTRE_PRODUCTES
2 SKU_PIME,QUANTITAT,PREU_COST,DATA_MODIFICACIÓ,DOMINI_PIME
3 PIME.1736/245/30,1,3,12/12/2019,PIME
4 PIME.4400/100/40,1,8,17/12/2019,PIME
5
  
```

Figura 22: Fitxer CSV de sinistre d'un producte

Ordres de transferència (TO)

Des d'aquesta secció es permet registrar les ordres de transferència (TO) que es produeixen entre subinventaris (botigues) d'una mateixa empresa.



Figura 23: Pantalla principal de la secció ordres de transferència (TO)



Figura 24: Procés creació d'una nova TO

Per crear una nova TO, cal completar la informació mostrada a la figura 24. En el camp 'codi producte (SKU)', el valor introduït segueix la numeració proposada a la memòria per facilitar la identificació dels productes: '----/---/---' on els primers dígitos indiquen la categoria del producte, els següents el color i els posteriors, el tallatge.

Reserva productes

Per donar resposta al cas de negoci de les reserves de productes durant 24 hores, cal accedir a la secció 'Reserva de productes' del mòdul d'inventari de l'aplicació.



CODI RESERVA	CODI PRODUCTE (SKU)	NOM DE CONTACTE	TEMPS RESTANT RESERVA
	----/---/---		HORES:MINUTS:SEGONS
	----/---/---		HORES:MINUTS:SEGONS
	----/---/---		HORES:MINUTS:SEGONS

Figura 25: Registre de les reserves de producte

Les reserves incorporen un comptador 'temps restant reserva' de 24 hores, passat aquest període de temps la 'reserva' s'elimina automàticament i el producte retorna a estar 'disponible' per a la seva venda.

En cas de què el client que hagi sol·licitat la reserva, adquireixi el producte durant les 24 hores, cal esborrar la reserva abans d'efectuar la venda per així transformar el producte 'reservat' a 'disponible' i vendre'l.




Figura 26: Procés de creació d'una reserva de productes

Per guardar la reserva, cal proporcionar un nom de contacte i introduir el codi del producte (SKU).

Ordres de compra (PO)

Per realitzar el procés de compres de productes, cal accedir a la secció 'Ordres de compra (PO)' del mòdul de 'Compres – subministrament'.

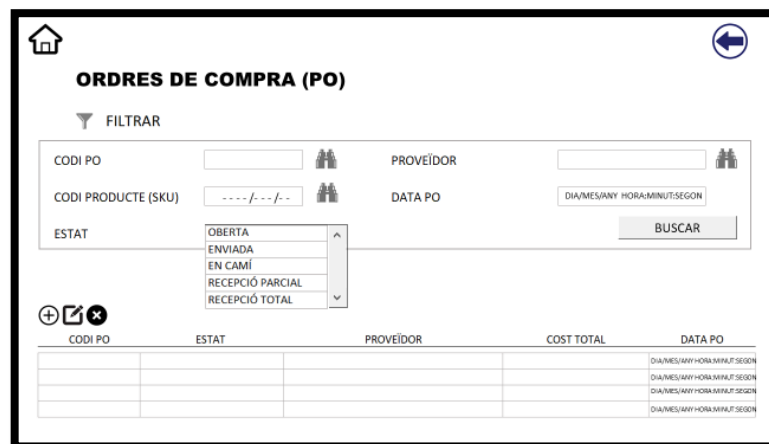


Figura 27: Registre de les ordres de compra (PO)

La pantalla inicial de la secció 'Ordres de compra (PO)' correspon a un registre de les ordres de compra realitzades. Des d'aquesta pantalla es pot obtenir en funció dels paràmetres introduïts en els filtres, el detall d'una ordre de compra concreta.

L'estat d'una ordre de compra (PO) pot presentar els següents valors:

- Oberta: s'ha creat l'ordre de compra (PO) però no s'ha enviat, la PO és un borrador a espera a de ser completada i enviada.
- Enviada: s'ha enviat la PO (via EDI o via correu electrònic).
- En camí: s'ha registrat una 'confirmació enviament de producte (ASN)' vinculada a l'ordre de compra (PO), pel què els productes sol·licitats estan essent transportats cap a la botiga de la PIME requerida.

- Recepció parcial: s'ha recepcionat parcialment la PO, certs productes sol·licitats no han estat subministrats.
- Recepció total: els productes sol·licitats a la PO han sigut subministrats.

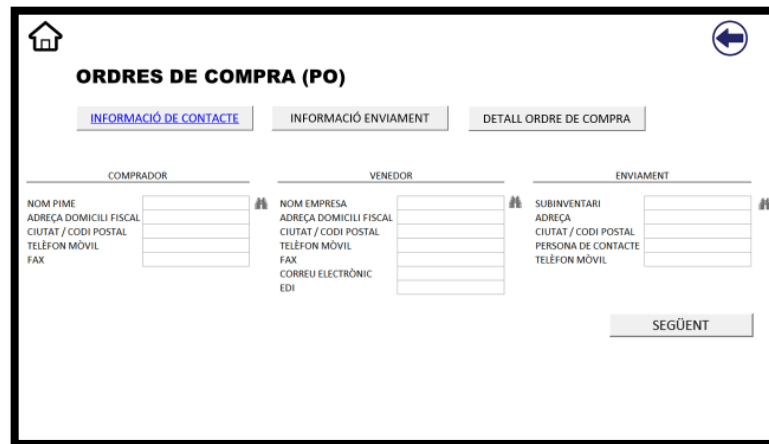


Figura 28: Informació de contacte d'una ordre de compra (PO)

En la primera pestanya de la creació/modificació d'una ordre de compra (PO) cal completar la informació de contacte, és a dir, informació relativa al comprador, al venedor i al propi enviament.

Aquests camps es mostren completats al document d'ordre de compra que es genera i s'envia via correu electrònic o via EDI. En funció de si el camp 'EDI' és completat amb el corresponent número de referència o no, és a dir, si el proveïdor utilitza EDI o si no utilitza aquesta plataforma, quan s'envia la PO es genera un fitxer.pdf que cal enviar via correu electrònic o s'envia automàticament l'ordre de compra (PO) al ordinador del proveïdor via EDI.

Aquesta primera pantalla treballa conjuntament amb la 'Llista de proveïdors' on hi ha el detall d'aquests. Gràcies a aquestes interaccions entre seccions de l'aplicació, quan es selecciona el nom de l'empresa proveïdora automàticament es completen valors definits del proveïdor com l'adreça del domicili fiscal, telèfon mòvil o fax.

El mòdul de 'informació de l'empresa' i 'informació treballadors' també actua conjuntament amb aquest mòdul de compres posat que en funció de l'usuari i de l'inventari on està registrat i per tant on l'usuari té accés, es completa la informació requerida als camps d'enviament del producte: identificació del subinventari i adreça corresponent.

En cas de què un usuari pogués consultar més d'un subinventari, caldria identificar a la pestanya d'enviament l'adreça del subinventari (botiga) on es sol·liciten els productes.

Figura 29: Informació de l'enviament d'una ordre de compra (PO)

Cal completar qui sol·licita l'ordre de compra, indicar el mètode d'enviament i l'incoterm determinat.

Figura 30: Detall d'una ordre de compra (PO)

Finalment, es completa el detall de l'ordre de compra (PO). Cal indicar els productes sol·licitats i quantitat que es sol·licita de cada un d'ells. Quan s'afageix el codi de producte (SKU) internament es realitza una consulta del producte al 'Master Data de productes' on està definit i es completen els camps: descripció i cost/unitat.

A continuació, l'aplicació genera internament un 'codi PO' que correspon a un codi seqüencial que esdevé el número identificatiu de l'ordre de compra (PO) i realitza el sumatori del cost de tots els productes sol·licitats a la PO per determinar el cost total de l'ordre de compra.

Tractament de les ordres de compra:

- Guardar PO: per tal de guardar l'ordre de compra i modificar-la abans d'enviar-la al proveïdor. La PO romandrà en estat 'oberta'.
- Enviar PO: per generar la plantilla a partir dels camps que s'han completat i enviar la PO al proveïdor. La PO passa a estat 'enviada'.

Si el proveïdor disposa d'EDI s'envia la plantilla directament al ordinador on ho repcepciona, i sinó és el cas, es genera la plantilla en PDF que cal adjuntar via correu electrònic. La plantilla proposada i definida en la memòria és la següent:

[Nom de la PiME]

[Adreça domicili fiscal]
 [Ciutat, Codi Postal]
 Telèfon mòbil: (000) 000-0000
 Fax: (000) 000-0000
 Pàgina web:

PURCHASE ORDER

DATA: 15/01/2020
 PO #: [000001]

VENEDOR

[Nom de la companyia proveïdora]
 [Departament o nom de contacte]
 [Adreça domicili fiscal]
 [Ciutat, Codi Postal]
 Telèfon mòbil: (000) 000-0000
 Fax: (000) 000-0000

ENVIAMENT CAP A

[Persona de contacte / recepció]
 [Nom de la PiME]
 [Adreça]
 [Ciutat, Codi Postal]
 Telèfon mòbil:

SOL-LICITANT	MÈTODE ENVIAMENT	F.O.B.	CONDICIONS D'ENVIAMENT

PRODUCTE #	DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PREU / UNITAT	TOTAL
[802932127]	Camiseta màniga curta, estampat vermell i talla M	3	5.50	16.50
[0128353786]	Jersei de coll alt, color blanc, talla L	4	7.00	28.00
SUBTOTAL				44.50
IMPOSTOS				
ENVIAMENT				
ALTRES				
TOTAL				44.50 €

Instruccions especials o comentaris

Si vostè té algun dubte sobre aquesta Purchase Order, siusplau no dubti en contactar amb
 [Nom persona de contacte PiME / sol·licitant, Telèfon mòbil #, E-mail]

Figura 31: Plantilla proposada ordre de compra (PO)

- Recepció total / parcial: per tal d'identificar que s'ha rebut els productes sol·licitats.
 - o Recepció total: s'han recepcionat tots els productes de la PO. La PO canvia a estat 'Recepció total'.

A la memòria s'ha explicat el cas en què PO i ASN no coincideixen i per tal de reconciliar-ho, es modifica el valor de la PO. Seguint aquesta metodologia, caldria modificar la quantitat de productes sol·licitats prenent el valor dels productes rebuts, guardar la PO i posteriorment indicar la 'recepció total' d'aquesta.

Aquest cas requereix la creació d'una nova ordre de compra que presenti els productes que no han sigut entregats.

- Recepció parcial: en la situació de no recepcionar tots els productes i que el proveïdor decideixi subministrar-los en el següent enviament o realitzar un enviament extra ràpidament, es planteja la opció de recepcionar parcialment la PO (PO canvia a estat 'Recepció parcial') que redirigeix a una nova pantalla per a tractar aquest cas.

Figura 32: Tractament recepció parcial d'una ordre de compra

A la pantalla de tractament de les recepcions parcials cal indicar quins productes s'han recepcionat i els productes que falten per vendre. De manera que uns romandran en estat 'recepció total' i altres en estat 'en camí'.

Confirmació enviament de productes (ASN)

Les confirmacions de l'enviament de productes (ASN) es mostren a la secció que té aquest nom al mòdul d'inventari.

Figura 33: Registre de les confirmacions d'enviament de productes (ASN)

Pantalla inicial de la secció on es mostren les ASN que s'han creat manualment (degut a que el proveïdor l'ha enviada via correu electrònic) o automàticament (el proveïdor ho ha enviat via EDI).

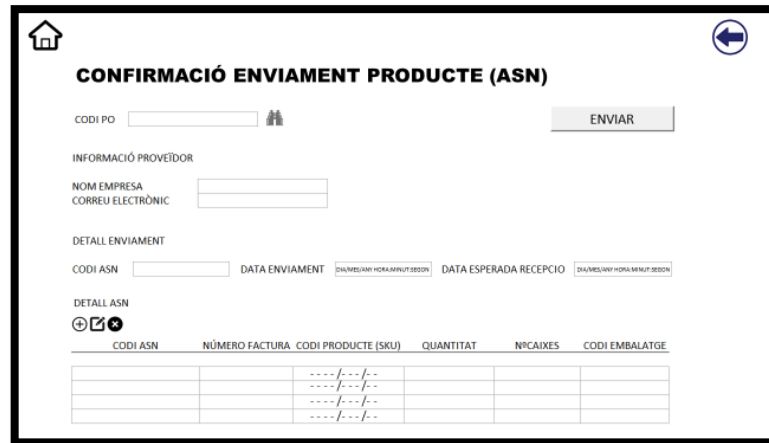


Figura 34: Pantalla creació i/o modificació d'una ASN

Per la creació d'una ASN cal en primer lloc identificar l'ordre de compra (PO) i posteriorment detallar els productes que estan essent subministrats.

Si les integracions entre la plantilla de les ASN creada pel proveïdor i enviada via EDI cap a la PiME i el mòdul de gestió de les ASN de l'aplicació estan creades, aquesta secció s'utilitza per controlar la data de recepció dels productes i per la reconciliació entre l'ordre de compra (PO) i els productes que s'han subministrats. Aquestes integracions entre ASN proveïdor i mòdul permeten que els camps de l'aplicació es completin de forma automàtica i es disposi d'un temps útil per altres tasques.

Si el proveïdor envia l'ASN en format.pdf via correu electrònic, en primer lloc cal descarregar el fitxer i identificar els productes que componen l'ASN. A continuació, cal buscar en el 'Master Data de productes' el 'SKU proveïdor' que el proveïdor ha indicat a l'ASN per identificar el 'codi de producte (SKU)' que la PiME utilitza (aquest codi està detallat a l'apartat de 'Master Data de productes' de la memòria). Aquest SKU és el valor caldrà introduir com a codi de producte en la creació manual de l'ASN per identificar els productes. Posteriorment, cal completar els altres camps detallats pel proveïdor.

Una vegada ha sigut 'enviada' l'ASN, la PO que s'ha relacionat amb aquest enviament, canvia d'estat 'enviada' a 'en camí'.

Ordres de venda (SO)

Per a gestionar les ordres de venda (SO), l'usuari ha d'accedir a la secció 'ordres de venda (SO)' del mòdul de vendes.



Figura 35: Registre de les ordres de venda (SO)

Es mostra la pantalla que conté el registre de les ordres de venda (SO), les quals es poden filtrar segons les restriccions que s'indiquin. Per crear una nova ordre de venda, es selecciona l'ícona 'afegir'.

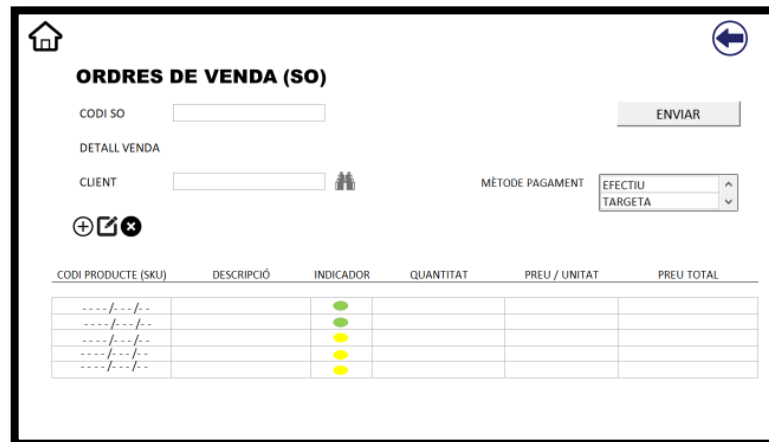


Figura 36: Creació d'una nova ordre de venda (SO)

En el procés de venda, es genera automàticament un 'codi SO' que correspon a un valor seqüencial i permet identificar les ordres de venda (SO).

En primer lloc, el treballador ha d'identificar si el client és habitual i per tant, està registrat a la secció 'Llista de clients' o si es tracta d'un client desconegut.

Posteriorment, ha de seleccionar l'ícona 'afegir' per indicar el detall de l'ordre de venda. Si es disposa d'un sistema lector de codi de barres, una vegada seleccionat l'ícona 'afegir' es permet l'utilització d'aquesta eina com a mecanisme d'identificació dels productes. El lector de codi de barres llegeix el EAN code, i internament l'aplicació relaciona el EAN code amb el SKU, posat que aquests camps estan definits en el 'Master Data de productes'.

Si la PiME no disposa d'un lector de codi de barres s'introdueix manualment el codi identificatiu del producte (SKU).

Finalment, es selecciona el mètode de pagament per mostrar el format de pagament en el tiquet de venda i s'envia l'ordre de venda (SO) per generar un nou registre.

En les ordres de venda, s'observa un indicador (groc o verd) que mostra el punt de re-ordre. Si en el procés de venda aquest indicador és de color groc significa que el producte està en estucatge mínim i que requereix subministrament.

Quan s'envia l'ordre de venda (SO) els productes identificats es descompten de l'inventari 'disponible' de manera que el nivell d'existències canvia.

KPI'S

Per a gestionar els indicadors del negoci (KPI'S) cal accedir a la secció KPI'S del mòdul de vendes.

Aquests KPI'S es calculen segons l'elecció del període (diari, setmanal, mensual o anual) i l'inventari (inventari total de la PiME o subinventaris). Sense cap mena de dubte, l'estudi dels KPI'S esdevé un pilar per a una correcta definició de l'estratègia comercial i per identificar els casos a millorar del negoci.

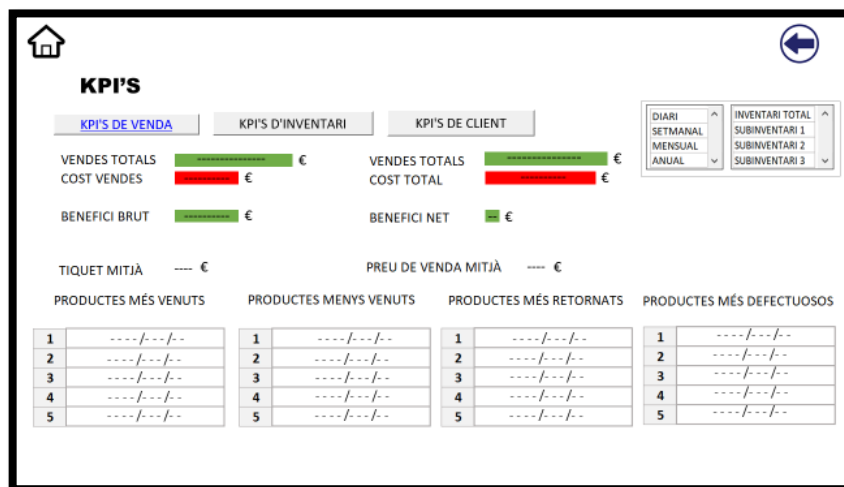


Figura 37: KPI'S de venda

A nivell de KPI'S de venda es mostra el valor del benefici brut i benefici net així com el tiquet i preu de venda mitjà.

Els valors que proporcionen informació de gran valor a la PiME de moda tèxtil corresponen a la identificació dels productes més venuts, els menys venuts, els més retornats i els més defectuosos (RMA). Aquests valors permetran prendre decisions correctes sobre quins productes precisen subministrament, quins proveïdors presenten els productes més exitosos, detectar productes que son retornats per una gran quantitat de client i prendre decisions com ara els productes que ha de vendre cada botiga degut a que hi ha diferències segons la regió.



Figura 38: KPI'S d'inventari

A nivell de KPI'S d'inventari es mostren els valors de rotació d'estoc, "sell-through" i la diferència d'estoc final – real. Aquests conceptes estan definits a la memòria.

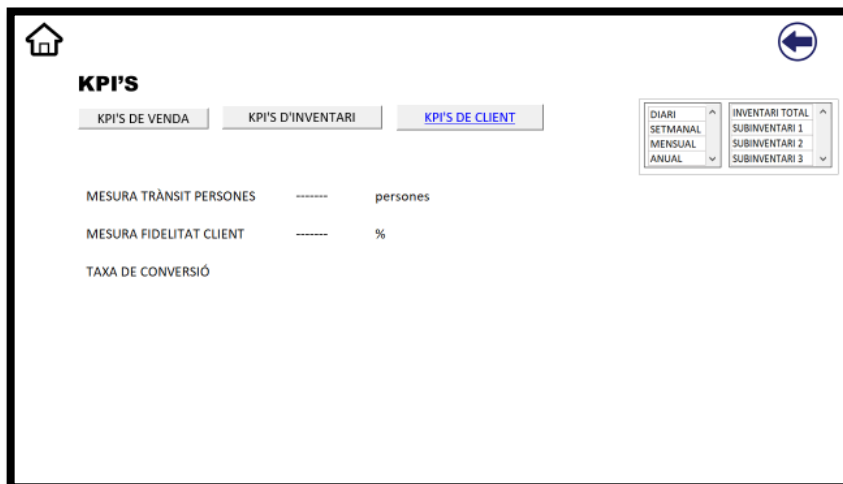


Figura 39: KPI'S de client

Corresponen a KPI'S que mostren valors relacionats amb el compromís del client amb l'empresa de moda tèxtil i l'interacció d'aquest amb la botiga per tal de valorar l'èxit del canvi d'aparador, del contacte amb nous proveïdors i productes, valorar una millora en la imatge de marca, entre d'altres. Els valors mostrats corresponen a la fidelitat del client (percentatge en funció del nombre de clients habituals i compradors nous), la taxa de conversió (número de vendes respecte el número de visites) i la mesura del trànsit de persones. Per obtenir el valor del número de visites de la PIME cal introduir una eina comptadora amb sensors del nombre de persones que accedeixen a la botiga i que el valor obtingut es mostri a l'aplicació.

Devolucions

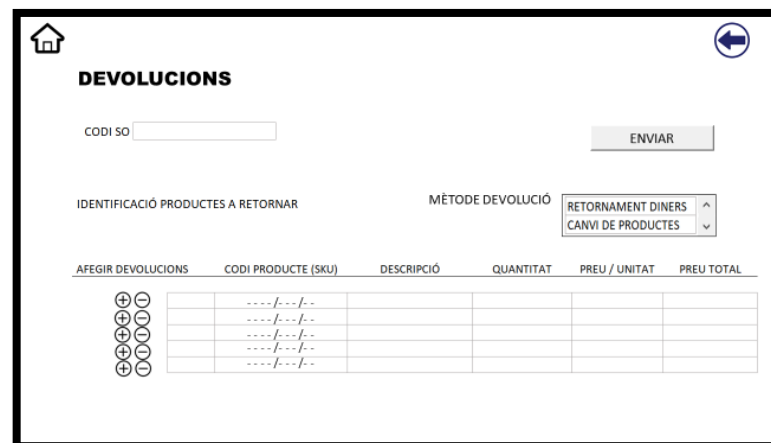
Per tractar les devolucions de material, cal accedir a la secció 'Devolucions' del mòdul 'Logística inversa' de l'aplicació.

Quan el client desitja retornar un o més productes cal identificar quina és l'ordre de venda (SO) que conté els productes a retornar identificada en el tiquet de venda.



Figura 40: Identificació de la SO dels productes a retornar

Una vegada s'ha introduït el 'codi SO', l'aplicació retorna el detall de l'ordre de venda (SO) identificada de manera que es permet la selecció dels productes que es desitgen retornar.



AFEGIR DEVOLUCIONS	CODI PRODUCTE (SKU)	DESCRIPCIÓ	QUANTITAT	PREU / UNITAT	PREU TOTAL
⊕ ⊖	---	---			
⊕ ⊖	---	---			
⊕ ⊖	---	---			
⊕ ⊖	---	---			
⊕ ⊖	---	---			

Figura 41: Procés de devolució de productes

Aquesta selecció es pot realitzar manualment (mitjançant l'ús dels icones 'afegir' i 'restar') o fent ús d'un sistema lector de codi de barres si es disposa d'un.

Una vegada identificats els productes a retornar, cal seleccionar el mètode de devolució que sol·licita el client: abonament de diners (en aquest cas s'imprimeix el tiquet amb el preu de venda dels productes retornats i se li abona el preu pagat pels productes retornats al client) o canvi de producte (en aquest cas, es redirigeix a una pantalla de canvi de productes que valora el nou tiquet de venda).

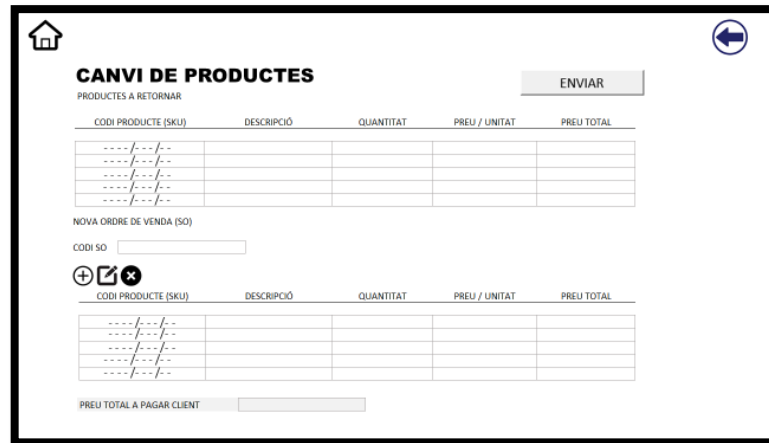


Figura 42: Pantalla de gestió de canvi de productes degut a una devolució

Els productes seleccionats a retornar a la pantalla anterior (mostrada a la figura 42) es mostren a la capçalera d'aquesta secció.

A continuació, es genera una nova ordre de venda (SO) on cal identificar els nous productes que el client desitja adquirir.

Aquesta secció és capaç de calcular internament el preu de la nova ordre de venda creada (SO) restant-li el valor dels productes retornats. D'aquesta manera es permet imprimir el tiquet amb el valor correcte que ha d'afrontar el client.

Devolucions per defectes (RMA)

Per la gestió de les devolucions de productes degut a possibles defectes o tares, cal accedir a la secció 'Devolucions per defectes (RMA)' del mòdul 'Logística inversa'.

Aquestes RMA, corresponen a les ordres de devolució de la PiME de moda tèxtil que envia cap al corresponent proveïdor el qual ha de verificar si el producte retornat correspon a un defecte i per tant abonar el cost corresponent o resubministrar-ne un nou producte a la PiME, o si no es correspon a un defecte i és resultat d'un mal ús.

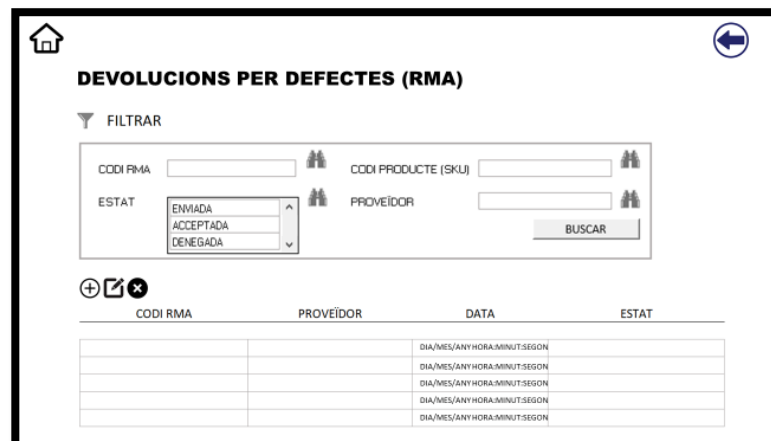
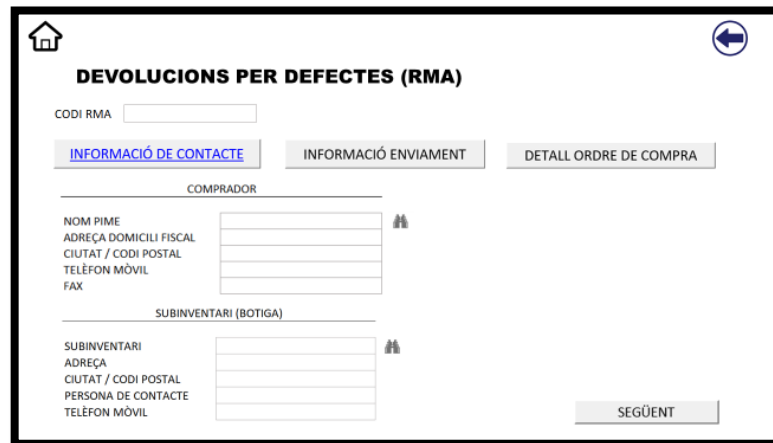


Figura 43: Pantalla per la gestió devolucions degut a possibles defectes (RMA)

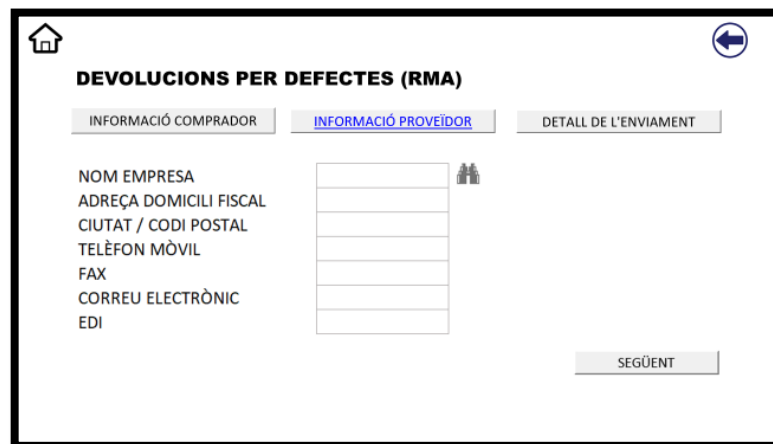
Aquesta pantalla mostra el control de les ordres de devolució al proveïdor degut a possibles defectes o tares als productes.



The screenshot shows a web form titled "DEVOLUCIONS PER DEFECTES (RMA)". At the top left is a home icon and at the top right is a back arrow. Below the title is a "CODI RMA" input field. There are three tabs: "INFORMACIÓ DE CONTACTE" (active), "INFORMACIÓ ENVIAMENT", and "DETALL ORDRE DE COMPRA". Under the "COMPRADOR" section, there are input fields for "NOM PIME", "ADREÇA DOMICILI FISCAL", "CIUTAT / CODI POSTAL", "TELÈFON MÒVIL", and "FAX". Below that is the "SUBINVENTARI (BOTIGA)" section with fields for "SUBINVENTARI", "ADREÇA", "CIUTAT / CODI POSTAL", "PERSONA DE CONTACTE", and "TELÈFON MÒVIL". A "SEGÜENT" button is at the bottom right.

Figura 44: Informació de contacte d'una RMA

En el procés de creació i/o modificació d'una RMA cal en primer lloc identificar el comprador (PiME) del producte presuntament defectuós i des de quin subinventari es retornen els productes. Aquests valors d'informació de l'empresa i del subinventari es completen automàticament segons l'usuari que treballi, l'aplicació detecta quin usuari està treballant i quin és el subinventari on està registrat (definit en el mòdul 'Informació treballadors').



The screenshot shows the same web form, but with the "INFORMACIÓ PROVEÏDOR" tab active. The "COMPRADOR" section is now disabled. The "INFORMACIÓ PROVEÏDOR" section has input fields for "NOM EMPRESA", "ADREÇA DOMICILI FISCAL", "CIUTAT / CODI POSTAL", "TELÈFON MÒVIL", "FAX", "CORREU ELECTRÒNIC", and "EDI". The "SEGÜENT" button remains at the bottom right.

Figura 45: Informació proveïdor d'una RMA

A continuació cal completar la informació del proveïdor que ha subministrat a la PiME aquests productes defectuosos.

Una vegada es proporciona el nom de l'empresa proveïdora, es completen automàticament els altres camps ja que el detall de tots els proveïdors està definit en el mòdul 'Llista de proveïdors' de l'aplicació.

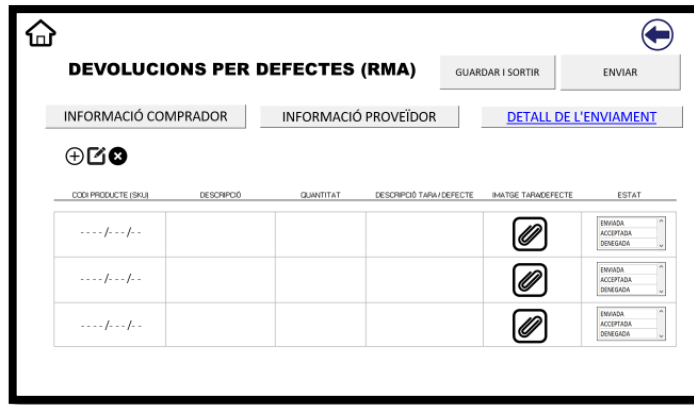


Figura 46: Detall d'una ASN

Finalment, es completa el detall de l'ASN identificant els productes a retornar al proveïdor juntament amb una explicació del possible defecte i una imatge que ho completa.

En aquest cas l'identificació cal fer-la manualment introduint el codi de producte (SKU). En aquest cas la limitació de temps a retornar el producte és major que 14 dies degut a què un defecte de producte pot ser detectat dies després del seu ús.

L'ASN s'envia via EDI o via correu electrònic en format.pdf. Aquest pdf s'ha creat degut a que la secció de l'aplicació actua com un generador de plantilles que completa els camps de la plantilla a partir de la informació que s'introdueix a l'aplicació.

Cal destacar que tot i que s'introdueix a l'aplicació el SKU definit per la PiME com a codi de producte, quan es genera la plantilla es canvia aquest valor pel 'SKU proveïdor' definit en el Master Data de productes per tal de què el proveïdor identifiqui eficaçment els productes presuntament defectuosos o amb tares.

La plantilla proposada i definida en la memòria és la següent:

Return Merchandise Authorization (RMA)				
RMA				
Informació de la PiME				
Nom PiME				
PiME email				
Informació de la PiME				
Nom PiME				
Adreça domicili fiscal				
Ciutat, codi postal				
Botiga				
Adreça				
Ciutat, codi postal				
Correu electrònic				
Informació del proveïdor				
Proveïdor				
Adreça domicili fiscal				
Ciutat, codi postal				
Adreça centre de distribució				
Ciutat, codi postal				
EDI				
Return Merchandise Authorization Detail				
Codi producte	Definició producte	Quantitat (unitats)	Explicació tara i defecte	Imatge tara i defecte

Figura 47: Plantilla proposada per a les RMA

Llista de proveïdors

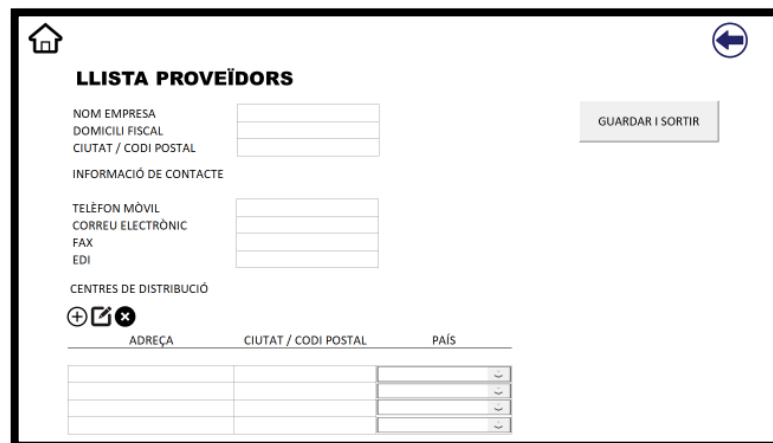
Per tal de tenir un control de les fitxes dels proveïdors on s'identifica la informació de contacte i dels centre de distribució d'aquests, s'utilitza un mòdul anomenat 'Llista proveïdors'. Aquest mòdul conté els camps informatius del proveïdors que es necessiten per a completar les ordres de compra (PO) i devolucions de productes defectuosos (RMA).



The screenshot shows a mobile application interface titled "LLISTA PROVEÏDORS". At the top left is a home icon, and at the top right is a back arrow. Below the title are three icons: a plus sign, a document with a checkmark, and a document with an 'x'. Below these are three column headers: "NOM EMPRESA", "ADREÇA DOMICILI FISCAL", and "CIUTAT / CODI POSTAL". The main area contains a table with 8 rows and 3 columns.

NOM EMPRESA	ADREÇA DOMICILI FISCAL	CIUTAT / CODI POSTAL

Figura 48: Registre de les fitxes de proveïdors



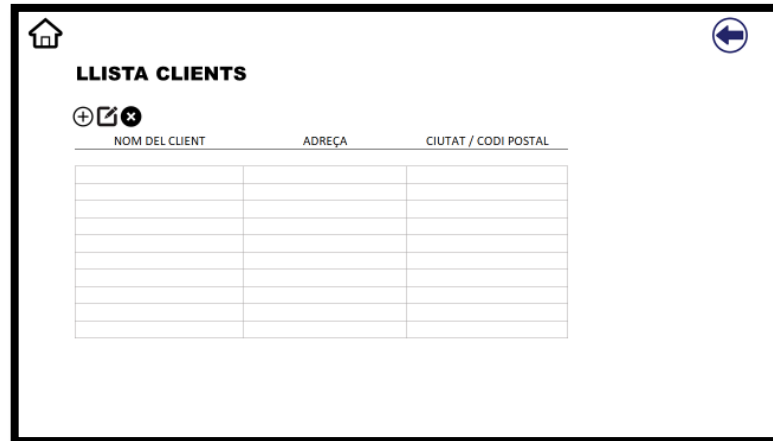
The screenshot shows a mobile application interface titled "LLISTA PROVEÏDORS" for creating or editing a provider record. At the top left is a home icon, and at the top right is a back arrow. Below the title are three icons: a plus sign, a document with a checkmark, and a document with an 'x'. The form includes several input fields: "NOM EMPRESA", "DOMICILI FISCAL", and "CIUTAT / CODI POSTAL" (each with a 2x1 grid of input boxes); "INFORMACIÓ DE CONTACTE" with fields for "TELÈFON MÒVIL", "CORREU ELECTRÒNIC", "FAX", and "EDI" (each with a 2x1 grid); and "CENTRES DE DISTRIBUCIÓ" with a table. A "GUARDAR I SORTIR" button is located on the right side.

ADREÇA	CIUTAT / CODI POSTAL	PAÍS

Figura 49: Creació / modificació de la fitxa d'un proveïdor

Llista de clients

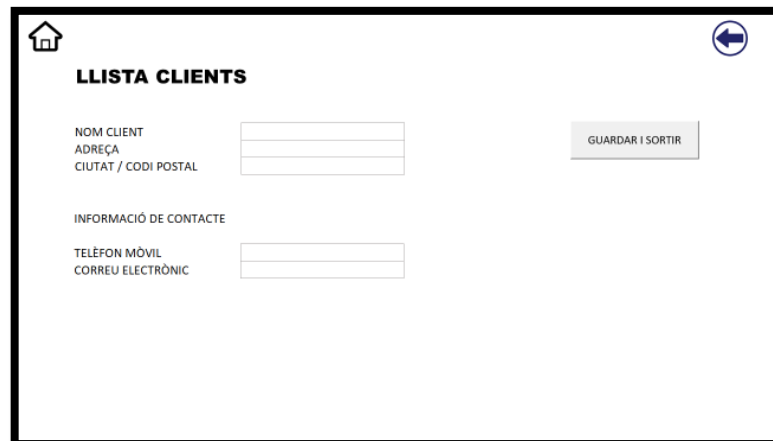
Per tal de tenir un control del llistat de clients s'utilitza el corresponent mòdul 'Llista clients' des d'on es permet crear i modificar fitxes de client.



The screenshot shows a mobile application interface titled "LLISTA CLIENTS". At the top left is a home icon, and at the top right is a back arrow icon. Below the title are three icons: a plus sign, a document with a checkmark, and a document with an 'x' mark. Below these icons is a table with three columns: "NOM DEL CLIENT", "ADREÇA", and "CIUTAT / CODI POSTAL". The table has 10 empty rows.

NOM DEL CLIENT	ADREÇA	CIUTAT / CODI POSTAL

Figura 50: Llistat de fitxes de client



The screenshot shows a mobile application interface titled "LLISTA CLIENTS". At the top left is a home icon, and at the top right is a back arrow icon. Below the title are three input fields: "NOM CLIENT", "ADREÇA", and "CIUTAT / CODI POSTAL". To the right of these fields is a "GUARDAR I SORTIR" button. Below these fields is a section titled "INFORMACIÓ DE CONTACTE" with two input fields: "TELÈFON MÒVIL" and "CORREU ELECTRÒNIC".

NOM CLIENT

ADREÇA

CIUTAT / CODI POSTAL

GUARDAR I SORTIR

INFORMACIÓ DE CONTACTE

TELÈFON MÒVIL

CORREU ELECTRÒNIC

Figura 51: Creació de la fitxa d'un client