



## Sesión de benchmarking del International Economic Fórum in Logistics y Mango

Recientemente, el International Economic Forum in Logistics, (IEFL), el think-tank liderado por el PPSRC-IESE y BCL y que agrupa a varios profesionales del sector, organizó una visita a las instalaciones de Mango en Lliçà d'Amunt.

El objetivo de este encuentro fue, además de conocer las peculiaridades del almacén central de la compañía de retail, llevar a cabo una sesión de benchmarking para analizar el caso de éxito de Mango en su nueva estrategia enfocada a las ventas de e-commerce y la distribución omnicanal (tiendas y online).

La comitiva del IEFL fue recibida por Antonio Pascual, director de Supply Chain de Mango, quien explicó las principales magnitudes de la compañía, así como su evolución desde 1984, año en que abrió la primera tienda de Mango en España.

Este encuentro se inició con la presentación del "Caso de estudio de innovación en la distribución de Mango" realizado por el profesor Víctor Martínez de Albéniz, del departamento de Operaciones del IESE Business School

En el caso de Mango, que ha pasado de un 20% de ventas online en 2019 a un 42% en 2020 (y esperan llegar al 50% en muy poco tiempo), la compañía está implementando una nueva estrategia logística que, sin dejar de pensar en las tiendas, pueda dar respuesta al aumento de sus ventas e-commerce.

El objetivo de Mango es dar un servicio omnicanal, dado que, actualmente, las tiendas continúan teniendo protagonismo y, además, empiezan a actuar como puntos para la logística inversa (devoluciones).

Para dar respuesta a este aumento de ventas, el centro logístico de Mango en Lliçà d'Amunt (Barcelona) está siendo ampliado y, con una inversión de unos 35 millones de euros, permitirá a la compañía ahorrar un 25% en los costes de preparación desde el canal online.

Los 90.000 m<sup>2</sup> nuevos de superficie harán que Mango disponga de un total de 280.000 m<sup>2</sup>, que le dotarán de mayor capacidad y agilidad para dar salida al crecimiento de la logística de e-commerce.

Asimismo, esta inversión, que es un proyecto estratégico, permitirá al retailer adelantarse a las necesidades futuras y ser más competitivo y flexible".

Actualmente el centro logístico centraliza la distribución a las más de 2.200 tiendas que Mango tiene en más de 110 países. También reabastece a los 11 almacenes de negocio online que Mango tiene en todo el mundo.



Durante el encuentro entre los profesionales del IEFL y de Mango, también se analizaron otros factores relevantes que afectan a las operaciones logísticas y que son fundamentales para poder ser flexibles y competitivos, como por ejemplo la digitalización y el control de datos, la gestión del stock, el control sobre la última milla y el servicio omnicanal.

La sesión con los máximos responsables de Mango sirvió para hacer aflorar estas nuevas tendencias en logística, en un entorno caracterizado por un notable incremento de las ventas online debido a la pandemia del Covid-19. Pero, es imprescindible que este crecimiento sea compatible y coexista con un modelo logístico sostenible y eficiente.

### **Sobre IEFL**

El International Economic Forum in Logistics tiene entre sus objetivos ser un espacio de reflexión multidisciplinar con el objetivo de conocer el impacto a largo plazo en el entorno y en el sector de la logística y, con ello, poder prever las tendencias de futuro en el sector de la logística.

Además, el IEFL también trabaja para conocer las predisposiciones de demanda del sector y, asimismo, detectar buenas prácticas del sistema logístico de otros mercados, con la intención de permitir, a partir del conocimiento y el rigor académico, generar valor añadido y ventajas competitivas para la logística, gracias, esencialmente, al intercambio de opiniones y de debate entre expertos nacionales e internacionales