

Content

Reinventar la logística del ‘personal shopping online’: el caso de Lookiero Outfittery Group con MHART

La compañía ha elevado un 25% la productividad de su proceso de preparación de pedidos y, sobre todo, ha activado una operación eficiente, flexible y con capacidad de adaptación al crecimiento futuro.



Modaes
28 sep 2026 - 17:56

Lookiero Outfittery Group ha transformado su proceso de preparación de pedidos para construir una operación logística más eficiente, flexible y escalable, adaptada a las particularidades de su modelo de personal shopping online. Esta transformación es el resultado del proyecto desarrollado en sus centros logísticos con el Integrador Tecnológico MHART y que supone un caso digno de estudio por sus resultados: incremento del 25% en la productividad en el proceso de preparación de pedidos y un

retorno de la inversión estimado en un plazo de entre nueve y doce meses.

Lookiero Outfittery Group, con diez años de trayectoria en el sector del *personal shopping online*, se encontraba hace un año con un reto operativo clave. Tal y como señala Arantzazu Bilbao, COO de la compañía, “el modelo de personal shopping de Lookiero Outfittery Group lleva años demostrando que es capaz de ofrecer una experiencia diferencial al cliente basada en la personalización. En ese sentido, nuestro reto es evolucionar la operación para que permita adaptarse a las necesidades específicas y cambiantes de nuestros clientes manteniendo la eficiencia y calidad en el proceso.

A diferencia de lo que ocurre en una tienda online tradicional, los pedidos de Lookiero Outfittery Group son el resultado de una selección realizada por un equipo de estilistas y basada en algoritmos de personalización, con propuestas que responden al estilo, las preferencias y las necesidades de cada persona. En la práctica, esto lleva a la preparación a diario de miles de pedidos multiproducto únicos, adaptados a criterios tan diversos como los clientes de la plataforma.

Lookiero Outfittery Group ha logrado incrementar un 25% la productividad en la preparación de pedidos de sus centros logísticos de la mano de un proyecto con el Integrador Tecnológico MHART

“Cuando comenzamos a trabajar junto al equipo de Lookiero Outfittery Group - señala Theo Rocamora Seguí, consejero delegado de MHART Ibérica-, la conversación nunca giró alrededor de una tecnología concreta, si no que era mucho más sencilla de formular y bastante más compleja de responder: ¿seguía teniendo sentido preparar los pedidos de la misma forma que hasta entonces?”.

Modaes

Tal y como explican los impulsores del proyecto, hasta ahora los operarios del almacén recorrían el mismo construyendo simultáneamente varios pedidos, un proceso lógico pero que ofrecía margen de optimización ante el crecimiento del volumen. La estrategia adoptada fue separar completamente dos actividades que tradicionalmente se realizaban al mismo tiempo: el *picking* y la construcción del pedido.



El nuevo proceso optimiza la preparación de pedidos en lote mediante la integración del WMS y tecnología *Put-to-Light*, separando el *picking* de la clasificación para reducir errores y agilizar la expedición.

“Puede parecer un cambio operativo relativamente sencillo, pero en realidad supone separar dos actividades que hasta entonces estaban completamente ligadas y optimizar cada una de ellas de forma independiente”, apunta Rocamora Seguí.

“A partir de ese momento comenzó el verdadero trabajo de ingeniería, en el que uno de los aspectos más interesantes fue encontrar el tamaño óptimo de los lotes”, prosigue el ejecutivo. “Encontrar el equilibrio exigió simulaciones, cálculos y muchas conversaciones conjuntas con el equipo de Lookiero Outfittery Group, porque un proyecto de automatización no se valida cuando una máquina funciona, si no cuando el modelo operativo funciona”, apunta.

En el proceso de implantación fue clave considerar aspectos tan relevantes como la estacionalidad, morfología de prendas y la integración de sistemas.

“Existe una tendencia a medir el éxito de un proyecto a través de indicadores como la productividad, pero la clave es la aceptación del mismo por parte de quienes utilizan el sistema cada día”, señala Theo Rocamora Seguí, de MHART

Validación de resultados

Según Rocamora Seguí, “existe una tendencia natural a medir el éxito de un proyecto únicamente a través de indicadores como la productividad, la capacidad o el retorno de la inversión, que son fundamentales, pero la clave es la aceptación del mismo por parte de quienes utilizan el sistema cada día”.

“En Lookiero Outfittery Group fue probablemente una de las mayores satisfacciones del proyecto: los equipos operativos entendieron enseguida la nueva forma de trabajar y comprobaron que el sistema eliminaba desplazamientos innecesarios y simplificaba una tarea que hasta entonces exigía mantener varias órdenes en la cabeza al mismo tiempo”, afirma el experto. “Cuando una operación resulta más sencilla para las personas que la ejecutan, normalmente también termina siendo más eficiente”, agrega.

Modaes



Desde el punto de vista cuantitativo, Lookiero Outfittery Group ha logrado elevar un 60% la productividad en la clasificación de prendas gracias a la implantación del sistema *Put-to-Light*. El nuevo modelo también ha permitido desacoplar el picking de la preparación de pedidos, optimizar los recorridos dentro del almacén y dotar a la operación de una mayor capacidad para absorber futuros crecimientos sin necesidad de replantear nuevamente el proceso.

Lookiero Outfittery Group ha logrado elevar un 60% su productividad en la clasificación de prendas

Con estas mejoras, el retorno estimado de la inversión se situó entre nueve y doce meses, un plazo especialmente competitivo para un proyecto de automatización de estas características.

“Este proyecto -subraya Rocamora Seguí- volvió a recordarnos una idea que vemos repetirse con frecuencia en la industria de la moda: dos empresas pueden instalar exactamente la misma tecnología y obtener resultados completamente diferentes”.

“La diferencia casi nunca está en la máquina; está en comprender qué necesita realmente el modelo de negocio y en diseñar una operación capaz de responder a ese

Modaes

reto, porque las mejores soluciones de automatización no son las que incorporan más tecnología, son las que consiguen que el negocio siga creciendo sin renunciar a aquello que lo hace diferente”, concluye.