

Capítulo 13

Para poner en práctica pág. 396

 Caso Zara (Industria INDITEX) *Relevante*

Fuente: Inditex.com

Inditex es uno de los principales distribuidores de moda del mundo, con ocho formatos comerciales y más de 6.460 tiendas en los cinco continentes. Declara que les mueve la pasión por la moda y sobre todo por los clientes. Fue creada en el año 1963 como fabricante de prendas de vestir. Después de 12 años en la industria textil abre su primera tienda de moda ZARA. Durante 20 años crece en tiendas, marcas y fabricas abriendo en el año 1974 el primer centro de distribución logístico con 10.000 metros cuadrados. En 1985 se funda Inditex como holding del grupo y en año 2001 sale a bolsa. Zara y otras de sus marcas, abren tiendas en Oporto, Nueva York, París, México, Grecia, Bélgica, Suecia, Malta, Rusia etc. El grupo Inditex está formado por 128.000 profesionales de 140 nacionalidades, siendo mujeres la mayoría de la plantilla, el 78%, y la edad media de 32 años.

El objetivo de la compañía es la satisfacción del cliente.

- La estrategia y acciones de negocio se basan en la sostenibilidad. Comprometida con los objetivos de sostenibilidad del medio ambiente cumpliendo sus productos los estándares de salud y seguridad más avanzados.
- Ética en el trabajo, respeto a los demás y su diversidad, honradez, transparencia y profesionalidad.
- Cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.
- Acciones de inversión social donde están presentes.
- Fabricación y comercialización velando por el medio ambiente.

El Grupo Inditex tiene presente la calidad y el diseño del producto, cuenta con personal muy cercano al mundo de la moda que se encarga de detectar los gustos y tendencias del mercado. Continuamente se renuevan los productos y se adaptan a los gustos que demanda el mercado.

Realiza un análisis diario de las ventas y los gustos de los clientes. Vende más de 900 millones de prendas al año. Su sistema de fabricación es sumamente ágil y no tiene almacenes, consiguiendo ahorro en costes de almacén, personal de almacén, evita el deterioro del producto y la obsolescencia. Diseña, fabrica y distribuye de forma rápida, la colección de los productos cambia cada dos semanas y si un producto no funciona se retira de las tiendas colocándolo en otro mercado que haya tenido aceptación. No se repiten colecciones y las series de producción son cortas, lo que proporciona una alta rotación de productos. Esta manera de funcionar incentiva a la compra en el momento ya que el producto no permanece en las tiendas demasiado tiempo; el cliente sabe que el producto o se acaba o se retira. Por otro lado, la política de la

empresa facilita el cambio o devolución del producto lo que atenúa la reticencia a la compra rápida.

El Grupo tiene el control sobre toda la cadena de valor, integrando verticalmente las actividades del negocio; diseño, producción, logística y venta. Esta forma de funcionamiento tiene la ventaja de proporcionar flexibilidad de funcionamiento y ofrecer importantes ahorros de costes. Hay que resaltar que para que funcione de forma sincronizada y no se produzcan colapsos se necesita que la organización esté muy estructurada y el personal esté integrado y motivado.

Inditex está en constante crecimiento y eso implica el crecimiento del capital humano. En 2013, unas 8.000 personas se incorporaron al proyecto empresarial. Para seleccionar a los mejores profesionales que ayuden a la organización a continuar creciendo, el Grupo dispone de diversas herramientas que se han desarrollado en los últimos años.

- Todos los empleados, independientemente de su proximidad al punto de venta, comparten la misma orientación al cliente, desde los que están implicados directamente en el proceso de producción, como los diseñadores, comerciales, o equipos de logística, hasta los profesionales de áreas corporativas como Recursos Humanos, Sistemas o la Dirección Financiera entre otras.
- La cultura corporativa de Inditex se basa en el trabajo en equipo, la comunicación abierta y un alto nivel de autoexigencia. Estos principios son la base del compromiso personal con una tarea que está enfocada a la satisfacción de los clientes.