

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/320/>

¿CÓMO ES EL NEGOCIO DE INDITEX?

LaBolsa.com

4 de mayo de 2001

Inditex es un grupo de empresas implicado en el ciclo completo de negocio de la moda, desde la fabricación hasta la distribución y venta de ropa y complementos; en su negocio es líder en España y ocupa el tercer puesto a nivel mundial. Cuenta con más de 1.000 tiendas en 33 países.

El grupo opera a través de cinco grandes cadenas dirigidas a distintos segmentos del mercado (definidos por variables como la edad, el sexo...), pero casi el 80% de su cifra de negocios se concentra en Zara, la marca estrella de Inditex. El resto se distribuye entre Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka y Stradivarius. Las claves del éxito del negocio de Inditex están en una serie de aspectos peculiares de su estrategia:

- La filosofía "Barato y de calidad". Las cadenas de Inditex (en particular Zara) se centran en la moda de calidad media - alta a precios medios-bajos, abarcando con ello un potencial de clientes máximo.
- Inditex, a diferencia de la mayoría de sus competidores, prácticamente no gasta dinero en publicidad; sin embargo pone mucho cuidado en la selección adecuada de locales para sus tiendas (en lugares estratégicos, centros urbanos).
- La participación en todas las fases del negocio (principalmente en Zara): Inditex diseña, fabrica, almacena, distribuye y vende la mayor parte de sus productos. Con ello el grupo goza de una muy alta flexibilidad para adaptarse a los cambios y necesidades de los clientes en todas sus tiendas (Zara renueva más del 40% de los productos en una tienda cada quince días).
- Desde los años 80 Inditex ha experimentado una muy fuerte expansión que le ha llevado hasta su actual posición en el ranking mundial (Zara abrió su primera tienda en 1975). Primero dentro de España y después en el extranjero (donde hoy factura un 42% de sus ventas), Inditex se ha expandido básicamente abriendo tiendas propias (aunque en casos muy concretos utiliza el modelo de franquicia) y aprovechando el fenómeno de globalización en los gustos y costumbres (venta del mismo producto en distintos países y continentes).
- Un aspecto destacable de Inditex es que, pese a su tamaño, se trata de un negocio básicamente familiar; su fundador es su actual presidente y posee casi el 75% del grupo (tras la salida a bolsa se quedará con el 61%): Amancio Ortega es el cerebro detrás del fuerte crecimiento de Inditex.

Inditex pretende continuar con su crecimiento a futuro, no sólo en cuanto a apertura o ampliación de locales se refiere sino también en el lanzamiento de nuevas cadenas y líneas de producto. Concretamente a partir del próximo Junio lanzará una nueva cadena de lencería y ropa de baño llamada Oysho.

El negocio en el que trabaja Inditex tiene una importante exposición a los vaivenes del ciclo económico (dependiente del Consumo Privado). Su mercado viene experimentando en los últimos años crecimientos muy moderados (en el entorno del 2% anual), pero estos crecimientos se distribuyen de forma muy diferente entre el pequeño comercio independiente (que ha venido perdiendo cuota de mercado) y las grandes superficies y cadenas especializadas como Inditex, que están experimentando crecimientos de hasta el 15% anual. Esta tendencia se espera continúe durante los próximos años, con lo que Inditex se

vería relativamente menos afectada por un fuerte parón económico.

Además aunque en España muchos analistas hablan de saturación en el mercado (de ahí la expansión internacional de las distintas cadenas), el gasto medio en ropa y calzado por habitante y año se sitúa en 498 Euros, claramente por debajo de los 750 Euros de la media europea, por lo que aún podría quedar recorrido para un importante crecimiento.