



Inditex arranca nuevo plan estratégico

Descripción

Madrid – Coincidiendo con la presentación esta semana de los resultados consolidados del pasado ejercicio 2022 por parte de la dirección de la multinacional española de moda Inditex, matriz de una cartera de retail formada por conocidas cadenas como Zara, Bershka o Pull&Bear, finalmente anunció la implementación de un nuevo plan de crecimiento estratégico para la compañía anunció. Una nueva hoja de ruta para los próximos años, que ahora comenzarán a implementar en el nuevo año 2023, con el objetivo de descubrir a través de sus iniciativas todo el potencial de crecimiento, que la dirección del grupo sigue teniendo presente para definir un modelo de negocio cada vez más diferenciado.

Habiendo conseguido registrar el mejor ejercicio de toda su historia, alcanzando máximos históricos tanto en ventas como en beneficio, todo ello en un panorama especialmente turbulento marcado por las tensiones desde la actual guerra entre Rusia y Ucrania, inestabilidades inflacionarias y macroeconómicas y geopolíticas, El propietario de Zara cree que ha llegado el momento de llevar a Inditex “al siguiente nivel”. Un nuevo capítulo en su historia que marcará el legado de Marta Ortega como presidenta no ejecutiva de la compañía, así como el de Óscar García Maceiras en su rol de consejero delegado, para quien desde luego no se plantea dejar una “pizarra en blanco”. . . , sino llevar a la nueva compañía a un nuevo nivel, basada en los mismos principios y pilares estratégicos que, establecidos por su dirección, han hecho posible llevar a Inditex al lugar que ocupa hoy según sus recientes resultados, más punteros que nunca. en el sector de la moda y cada vez más distanciada y con un modelo cada vez más fuerte y resistente de antes competidores más directos de la multinacional como la americana Gap, la multinacional sueca de moda H&M, Primark o la japonesa Uniqlo. Empresas cuyos récords ha batido la multinacional española con sus 32.569 millones de euros en ventas en este último año completo de 2022.

“Inditex sigue barajando grandes oportunidades de crecimiento”, y “para llevar nuestro modelo de negocio al siguiente nivel y ampliar aún más nuestra diferenciación, en eso estamos enfocados”, subrayan desde la dirección de la compañía a través de un comunicado, en un total de 4” áreas para los próximos “años”. En este sentido, “nuestras prioridades son mejorar continuamente nuestra oferta de moda, optimizar la experiencia del cliente, aumentar nuestro enfoque en la sostenibilidad y retener el talento y el compromiso de nuestra gente”. “el crecimiento orgánico a largo plazo” de la multinacional española de la moda a través de estas 4 áreas de actuación.

Un modelo diferenciado

Porque estas cuatro áreas deben entenderse como áreas interconectadas y como parte de un modelo operativo y de gestión único, único y robusto, la dirección de Inditex ya se ha encargado de impulsar algunas de las acciones más inmediatas que emprenderá siguiendo esta estrategia. Un plan que, como indicamos, llegará en base a los logros actuales que han contribuido al sólido y excepcional desempeño de la multinacional desde el final de la pandemia, en cuya salida han ocupado un lugar clave por la flexibilidad del valor de su cadena de suministro hasta la optimización de su red comercial o su avance hacia la sostenibilidad.

“A lo largo de 2022, hemos visto una evolución muy fuerte de nuestro modelo comercial único y un aumento significativo en nuestra diferenciación”, y “el aumento de la eficiencia en todos los aspectos de nuestras operaciones dará como resultado una experiencia del cliente aún más atractiva”, destacan desde la dirección de la multinacional española. “La flexibilidad y capacidad de respuesta de nuestro modelo de negocio con entrega local y estacional nos permite reaccionar rápidamente a las tendencias de la moda”, lo que garantiza a la empresa “una posición única en el mercado”. Una posición que se ha ido consolidando durante el último año, gracias a un crecimiento sostenido por “inversiones en tiendas, avances en el canal de venta online y mejoras en las plataformas logísticas” realizadas en todo momento “con un claro foco en la innovación y la tecnología”. Una perspectiva en la que la “sostenibilidad” sigue destacando como “un aspecto clave de nuestra estrategia”, contribuyendo así a un modelo de negocio que según Inditex “tiene un gran potencial de futuro”.

nuevas colecciones

Las acciones más importantes e inmediatas que Inditex pondrá en marcha como respuesta a esta nueva hoja de ruta, como parte de sus propuestas de moda de la compañía española, apuntan tanto a una gestión más óptima de sus stocks, como a una mayor diversificación de la oferta a través de la lanzamiento de nuevas colecciones a lo largo de 2023, como las nuevas líneas “Woman Vacation Look” de Zara o la próxima “Linen Collection” de Massimo Dutti.

“Seguiremos apostando por la creatividad, la calidad y el diseño de nuestros productos y potenciaremos las iniciativas comerciales de todas nuestras cadenas”, subrayan enfáticamente desde Inditex. Del mismo modo, y para “reforzar nuestro potencial para ofrecer a nuestros clientes la mejor moda, dónde y cuándo quieran”, añaden, “aumentaremos nuestra capacidad logística a través de actuaciones en los centros de distribución de Arteixo, Zaragoza y Lelystad (Zara) , Tordera (Bershka) y Sallent (Stradivarius), con especial foco en la agilización y automatización de nuestras operaciones.”

30 proyectos de tiendas en Estados Unidos

Ante esta mejora en la experiencia del cliente, la dirección de Inditex destaca que se está avanzando a través del canal físico, con la llegada de Stradivarius a Alemania o la promoción de Oysho en Reino Unido, así como a través de la actualización de instalaciones estratégicas como las tiendas de Zara en la Rue de Rivoli de París o en el distrito londinense de Stratford. Una posición especialmente estratégica en este sentido la ocupa la ofensiva que la compañía está planteando para Estados Unidos, mercado en el que Zara espera realizar al menos 30 proyectos de tiendas entre 2023 y 2025,

tanto aperturas como traslados y ampliaciones, en lugares como Nueva York, Los Ángeles, Miami, Chicago, Boston, Dallas, Austin y Las Vegas.

Dentro de las mismas operaciones, la dirección de Inditex también confirma sus planes para eliminar las alertas duras de sus prendas este año. Un cambio que vendrá con la implementación de nueva tecnología de seguridad en sus tiendas que confían servirá para mejorar la experiencia de compra de los clientes. Una experiencia que, del mismo modo, intentará seguir mejorando a través del canal online, mediante acciones como la implementación de una nueva recomendación de talla y una experiencia personalizada en tiempo real.

Expansión a nuevos mercados de Zara Seminuevos

En materia de sostenibilidad, Inditex reafirma su compromiso con todos y cada uno de los objetivos adoptados en materia de sostenibilidad, destacando que para 2022 ya ha alcanzado el 100 por cien de electricidad en todas sus instalaciones propias, desde su sede hasta sus plataformas logísticas y sus rodamientos. son de origen renovable. Unos compromisos en los que están más que dispuestos a seguir ganando impulso a través de nuevas estrategias y servicios, como Zara Seminuevo. Plataforma especializada para la donación, reparación y reventa de ropa de segunda mano, que la compañía puso en marcha el pasado mes de noviembre en Reino Unido, país desde el que Inditex ya confirma que prepara su expansión a nuevos mercados, con vistas a que en el marco estratégico de Francia y Alemania.

Además de lo ya dicho, “seguiremos profundizando en nuestra estrategia de sostenibilidad”, según Inditex, por lo que “en la próxima Junta General presentaremos nuevos compromisos que demuestren nuestras ambiciones en este ámbito”. Compromisos sobre los que la multinacional española no ha dado más detalles, al menos por el momento.

Duplicar el número de empleados con discapacidad en dos años

Concluyendo esta lista de áreas estratégicas en torno a las cuales la gerencia de Inditex construirá en última instancia todas sus próximas iniciativas, ahora pasamos a fomentar y proteger el talento dentro de los equipos de Inditex. Un punto por el que, sin mencionarlo desde la dirección, se ha logrado un éxito rotundo con el “histórico” acuerdo alcanzado el pasado mes de febrero con sus empleados de tiendas en España, tras pactar un más que notable aumento de sus salarios y por el que se comprometen a duplicar el número de empleados con discapacidad en dos años o integrar un embajador de sostenibilidad en todas las sucursales.

“Seguiremos fomentando el talento y el compromiso de nuestros equipos con el objetivo de seguir siendo una marca empleadora de referencia”, ha dicho Inditex. Para conseguirlo, y de cara a 2023, “nuestro proyecto Changemakers ya estará presente en todos los mercados, con el objetivo de que todos nuestros negocios tengan al menos un embajador de la sostenibilidad”. nuestra inclusión en la Red Global de Empresas y Discapacidad de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y nuestro compromiso de duplicar en dos años el número de empleados con cualquier tipo de discapacidad”.

Mirando más allá de sus propias filas, añaden desde la dirección de la multinacional española de la

moda: “Nuestro compromiso con las personas va más allá de nuestros equipos y llega a las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro”. las herramientas clave para promover la participación de los trabajadores, el respeto a la libertad sindical y la negociación colectiva”. Una apuesta por la que no se ha detenido el trabajo y que contempla como siguiente paso “el lanzamiento de la nueva estrategia Trabajadores en el Centro 2023°2025” con una “ambición renovada” y el objetivo de “transformar positivamente todo el sector”.

También te puede interesar...

Fecha de creación

marzo 2023