



AUTOR: Ramón Porto Prado
Profesor de Bullers Wood School, Londres

NIPO: 030-13-043-X

Inditex: la receta del éxito

Dos establecimientos de la empresa Inditex.
Foto: R. Porto

La inmediatez para innovar se convierte en la virtud más importante de Inditex.

TEXTO

Inditex no da tregua. Cuanto más se agudiza la crisis en España, más crece el gigante textil. Su cotización en el mercado bursátil ha mejorado y sus beneficios han marcado un nuevo récord. Su mayor accionista, Amancio Ortega, se ha convertido en el hombre más rico de Europa y el tercero del mundo según la revista Forbes. Cabe analizar cuáles son las claves del éxito de este empresario que cuenta en su haber con casi 6.000 tiendas en 85 países y que tan solo el pasado año abrió 91.

El triunfo de Inditex radica en su praxis. Ortega siempre ha afirmado que su éxito lo dicta la gente. No es el diseñador el que marca tendencias sino el consumidor. El cliente ordena y la calle es la fuente de inspiración.

La inmediatez para innovar se convierte en la virtud más importante de Inditex. Todas las tiendas informan de lo que se vende dos veces por semana a la sede principal en Arteixo (A Coruña) y así se diseña en función de lo que se consume. En 48 horas los pedidos llegan a cualquier tienda. Es lo denominado fast fashion, la moda rápida. Antes de la aparición de Zara, el sector de la moda producía dos colecciones por año que se elaboraban con seis u ocho meses de antelación. Ahora, con este nuevo concepto de producción, el diseño es fresco, a la carta y de ventas seguras.

Esta filosofía de producción reduce los costes de almacenamiento. Para ahorrar gastos la multinacional tampoco realiza grandes campañas publicitarias, salvo

de manera excepcional y moderada en las rebajas. Así mismo nunca se utilizan modelos conocidas. Su verdadera publicidad radica en acaparar los locales más codiciados de las principales ciudades, locales que se compran como una estrategia de inversión.

La expansión empresarial internacional de Inditex comenzó en los 90 con Zara. En 1991 el grupo Inditex creó la cadena Pull and Bear y adquirió Massimo Dutti. A partir de ahí, surgieron nuevas tiendas para captar a un público de distintos estilos y edades. Así por ejemplo Bershka se centra en la moda juvenil e informal al estilo de H&M, Pull and Bear en un estilo más urbano similar a Hollister, Massimo Dutti en un estilo clásico más formal o Zara Kids en la moda infantil desenfadada. También aparecieron tiendas especializadas como Oysho en lencería, Zara Home en hogar y Uterqüe en complementos de moda.

En una época en la que el FMI prevé para España una recesión dura, los recortes se agudizan, la tasa de desempleo roza el 25% y las palabras rescate y quiebra resuenan como un eco repetitivo en el fondo de esta crisis económica, Inditex navega como un gran paquebote en estos maremotos financieros. Sus ventas en línea se han disparado, su expansión en Asia se consolida y su saber hacer empresarial es fruto de estudio en las más prestigiosas universidades. Su ascenso es imparable. ¿Será cierto que en los tiempos de crisis también hay ganadores?

ACTIVIDADES PARA ANTES DE LEER EL TEXTO

1. ¿Qué es una sigla? Da un ejemplo de una sigla y su significado.

2. ¿Qué significan las siglas INDITEX? Búscalo en internet.

3. ¿Conoces alguna tienda de este grupo? ¿Cuál?

4. Clasifica las siguientes palabras según el campo semántico al que pertenecen

accionista, campaña publicitaria, colección, complementos, consumir, diseñar, estilo urbano, expansión empresarial, FMI, inversión, lencería, mercado bursátil, modelos, multinacional, quiebra, rebajas, recortes, rescate, tasa de desempleo

Economía

Moda

ACTIVIDADES PARA DESPUÉS DE LEER EL TEXTO

1. Decide si las frases siguientes son verdaderas o falsas:

- 1.1. El Fondo Monetario Internacional vaticina mejoras para la economía española.
- 1.2. La ley de la oferta y la demanda es la base de la filosofía de Inditex.
- 1.3. Inditex no suele alquilar los locales de sus tiendas.
- 1.4. La improvisación es una de las grandes virtudes del modelo comercial de Zara.
- 1.5. En 2012 se inauguraron casi 100 tiendas del grupo empresarial Inditex.

2. Empareja las frases según el sentido del texto.

2.1. Los modelos de Zara...	a- ...son los jefes, ellos mandan.
2.2. Sus tiendas siempre están...	b- ...un superviviente de la crisis financiera.
2.3. La especialización de las tiendas...	c- ...en las calles más prestigiosas.
2.4. Los clientes...	d- ...no son nada famosas.
2.5. Inditex se considera...	e- ...atiende a las necesidades del consumidor.

3. Contesta a las preguntas siguientes:

- 3.1. ¿Qué es la moda rápida?
- 3.2. ¿En qué aspectos de la comercialización y producción ahorra dinero Zara?
- 3.3. ¿A qué tienda de Inditex irías si quisieras comprar los siguientes productos?
 - a- Un edredón.
 - b- Unas medias de rejilla.
 - c- Un abanico y un colgante.
 - d- Un traje para una entrevista de trabajo.
 - e- Un vestido para tu ahijada de 8 años.
- 3.4. ¿Cuándo empieza Inditex a abrir tiendas en el extranjero?

4. Busca en el texto expresiones o palabras equivalentes a las siguientes:

Párr. 1	4.1. No deja de perseguir un objetivo	
	4.2. Posee	
Párr. 2	4.3. Modo de funcionamiento	
Párr. 3	4.4. Con muchas posibilidades de elección	
	4.5. Oficina central	
Párr. 4	4.6. Ocupar de manera exclusiva	
Párr. 5	4.7. Accesorios de moda	
	4.8. Ropa interior	
Párr. 6	4.9. Índice de paro	
	4.10. Habilidad en el mundo de los negocios	

5. Elige el significado que tienen en el texto las palabras siguientes:

- 5.1. Clave (párr. 1)
 - a. Conjunto de signos que se utilizan para proteger la privacidad, por ejemplo del correo electrónico o de un teléfono móvil.
 - b. Característica que es fundamental y decisiva.
- 5.2. Agudizar (párr. 1 y párr. 6)
 - a. Hacerse más agudo o afilado.
 - b. Empeorar, agravarse.
- 5.3. Inversión (párr. 4)
 - a. Cambio de posición, orden o sentido.
 - b. Dinero que se dedica a una actividad para obtener rendimiento.
- 5.4. Cadena (párr. 5)
 - a- Conjunto de tiendas que forman parte de una misma empresa.
 - b- Cordillera, conjunto de montañas.
- 5.5. Quiebra (párr. 6)
 - a. Rotura del terreno.
 - b. Bancarrota, cierre de un negocio debido a problemas financieros.

5.6. Rescate (párr. 6)

- a. Dinero que se paga para liberar a una persona secuestrada.
- b. Dinero que se paga para pagar las deudas contraídas por un país en bancarrota.

6. En el texto aparecen las siguientes expresiones:

- Con seis u ocho meses de antelación
- En la moda juvenil e informal

Explica cuando se utiliza e y u y completa las siguientes frases con y, e, o, u.

- 6.1. ¿ Hilton? ¿Dónde se ha metido?
- 6.2. O te vienes ahora me marcho porque ya he esperado bastante.
- 6.3. Decírete por uno otro. Tenemos mucha prisa.
- 6.4. Durante mis vacaciones de verano desconecto mi móvil nunca enciendo el ordenador.
- 6.5. Los problemas entre Irán Israel se han agravado en el último mes.
- 6.6. El SIDA tendrá una vacuna dentro de 7 8 años.
- 6.7. Hay dos opciones para las vacaciones: Cádiz Huelva.
- 6.8. No sé qué idioma hablan pero es afrikaans holandés.

7. El éxito de Inditex viene dado por su expansión mundial y sus beneficios económicos. Haz un esquema de los principales puntos clave que han hecho posible “el milagro Inditex” en materia de publicidad, diseño, locales y distribución comercial.

SOLUCIONES

Soluciones a las actividades para antes de leer el texto:

1. Una sigla es una palabra formada por el conjunto de las iniciales de un nombre complejo. Por ejemplo: la ONU, los EE.UU, el IPC, un OVNI, la UE.
2. Industria de Diseño Textil.
3. Respuesta libre. Propuesta de contestación:
Conozco Zara y Zara Home.
- 4.

Economía	accionista, consumir, expansión empresarial, FMI, inversión, mercado bursátil, multinacional, quiebra, recortes, rescate, tasa de desempleo
Moda	campana publicitaria, colección, complementos, diseñar, estilo urbano, lencería, modelos, rebajas

Soluciones para las actividades de después de leer el texto:

1.

1.1- F (Se prevé una fuerte recesión), 1.2- V, 1.3- V, 1.4- F (Nada se improvisa. Se hace un estudio minucioso de las ventas y del mercado), 1.5- V.

2.

2.1-d, 2.2.-c, 2.3.-Ee 2.4.-a, 2.5.-b.

3.

3.1. Es un concepto que ha revolucionado Inditex y que consiste en producir moda dependiendo de la demanda.

3.2. Se ahorra en el almacenamiento porque la ropa se envía a las tiendas con suma rapidez, se utilizan modelos desconocidas, casi no se pagan alquileres y la publicidad es mínima.

3.3. a- Zara Home; b- Oysho; c-Uterqüe; d-Massimo Dutti; e-Zara Kids.

3.4. En los años 90.

4.

4.1.- No da tregua; 4.2.- Cuenta en su haber, 4.3.- Praxis, 4.4- A la carta, 4.5.- Sede, 4.6.- Acaparar, 4.7.- Complementos, 4.8.- Lencería, 4.9.- Tasa de desempleo, 4.10.- Saber hacer empresarial

5.

5.1.-b, 5.2.-b, 5.3.-b 5.4.-a, 5.5.-b, 5.6.-b.

6.

E significa exactamente lo mismo que y. Lo utilizamos cuando la siguiente palabra empieza por i- o por hi- y la hache es muda. Por ejemplo: Paco e Iria, aguja e hilo.

U significa lo mismo que o. Lo utilizamos cuando la siguiente palabra empieza por o- o por ho- y la hache es muda. Por ejemplo: plata u oro, plato llano u hondo.

En las palabras extranjeras, a veces la hache no es muda en español. Por ejemplo: Bill y Hillary Clinton, Shanghái o Hong Kong.

6.1.-¿Y Hilton? ¿Dónde se ha metido? 6.2.-O te vienes ahora o me marcho porque ya he esperado bastante.

6.3.-Decídate por uno u otro. Tenemos mucha prisa. 6.4.-Durante mis vacaciones de verano desconecto mi móvil y nunca enciendo el ordenador. 6.5.- Los problemas entre Irán e Israel se han agravado en el último mes. 6.6.- El SIDA tendrá una vacuna en 7 u 8 años. 6.7.-Hay dos opciones para las vacaciones: Cádiz o Huelva. 6.9.-No sé qué idioma hablan pero es afrikaans u holandés.

7.

• Publicidad:

No se utilizan top models. Los y las modelos son poco conocidos y así se reducen gastos. Prácticamente no se realizan campañas publicitarias.

• Locales:

Se invierte en propiedad. Se suelen comprar los inmuebles de las tiendas; no se suelen alquilar locales y así no se pagan rentas. Los locales de INDITEX se encuentran en puntos estratégicos de las más importantes ciudades.

• Diseño:

La moda que se diseña es inmediata, fresca y rápida. Se tiene muy en cuenta al consumidor, todo gira alrededor de él. Se estudia el mercado, lo que compra y a partir de ahí se fabrican las prendas. Como consecuencia, no hay prácticamente costes de almacenamiento.

• Distribución comercial:

La especialización de sus tiendas atiende a los distintos tipos de consumidor. Además, existen establecimientos especializados en productos específicos: lencería, complementos, hogar, etc.