

## Caso de estudio: “Caso Zara”

La firma Gartner ubicó a Zara entre las cinco mejores compañías europeas con mejor supply chain 2014 en Europa, lo que habla de la importancia que le da la compañía a toda su cadena logística, desde la producción hasta la entrega final del producto al cliente, hasta el punto de ser el principal activo publicitario. Cuando se habla de logística textil, o de Cadena de Abastecimiento en el sector de la moda, hay un claro referente mundial a seguir, Zara, la joya de la corona del grupo español Inditex, y que es considerada una de las empresas con la mejor logística en todo el mundo.

¿Pero cuál es el secreto de esta compañía ibérica? La realidad es que Zara tiene una compleja logística, pero la clave del éxito es que Zara le da más prioridad al tiempo que a los costos de producción, estrategia que le ha valido llegar a numerosos países y continentes, cumpliendo metas muy altas de calidad, gestión y operación. Esta Rapid-Fire Fast Fashion Strategy está basada en el modelo de negocio “Fast Fashion”, y ha mostrado tener excelentes resultados, pues Zara llega a más de 88 mercados al momento de escribir estas notas, en los cinco continentes, con 2.085 tiendas en todo el mundo (1.340 en Europa, 256 en América, 483 en Asia-Pacífico y África), aportando así más del 60% de los ingresos del Grupo Inditex, pero más impresionante aún, llegando dos veces por semana a todos los locales que posee para abastecer sus almacenes.

¿Pero cómo empieza todo el proceso de abastecimiento de Zara? El primer eslabón de todo este proceso es el propio cliente, por medio de una cadena de suministro “súper sensible” e impulsada por el comprador (que tiene un rol activo). El diseño y la producción de Zara comienzan con las demandas y la comunicación directa con los clientes en los puntos de venta, en los que se recolecta información de las tendencias que se envía continuamente a la casa matriz de la empresa española, en la que un grupo comercial y de diseñadores usan esta información en tiempo real para crear nuevas prendas, y en este punto se empieza a configurar la estrategia Fast Fashion, pues esta compañía prefiere la proximidad en la producción, con lo que evita las economías de escala en otros países.

Es así como Zara se encarga de gran parte de la producción en fábricas pertenecientes al grupo, con lo que la empresa busca reducir los riesgos en los tiempos de entrega, es decir, priorizando el tiempo a los costos. Una vez que las prendas están listas son embarcadas directamente desde sus Centros de Distribución en A Coruña en España a las tiendas o almacenes, dos veces

por semana, en pequeños lotes, con lo que las tiendas de Zara se mantienen con un bajo número de inventario. Es decir, tienen un inventario ligero.

**Referencias:**

Zonológica. (2017). Modelo de reposición frecuente del consumo - Caso Zara. págs. 1-6

<https://www.zonalogistica.com/wp-content/uploads/2020/04/NT-CGIP-L10-0617-Modelo-de-Reposici%C3%B3n-Frecuente-del-Consumo-de-Zara.pdf>