

Kippel⁰¹

EMPRESA

Inditex: tecnología 'invisible' como motor de eficiencia

La compañía gallega abre hoy una de sus mayores tiendas de Zara en el mercado español. Se trata de uno de sus establecimientos más tecnológicos, en el que los probadores interactivos, la realidad virtual o las cajas easy check out son inexistentes.

07 ABR 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Pantallas LED gigantes, experiencias inmersivas, pago a través del móvil o probadores inteligentes son algunas de las últimas novedades que han impactado con fuerza en el negocio de la moda y, por ende, en su consumidor final. En los últimos años, las grandes compañías de la industria han desplegado toda su artillería tecnológica con *gadgets* para sorprender a los compradores.

La tecnología, sin embargo, juega un papel más importante entre bastidores. “La tecnología es maravillosa cuando no la ves”. Así se pronunciaba **Aleix Valls**, consejero delegado de **Mobile World Capital**, en un reciente encuentro con los medios. Y esta ha sido la filosofía que ha abrazado el grupo gallego **Inditex**, que acaba de inaugurar una de sus mayores tiendas en el mercado español.

Hoy, Inditex ha abierto las puertas de uno de sus mayores buques insignias de Zara en Paseo de la Castellana (Madrid): 6.000 metros cuadrados de superficie, una pantalla de quince metros de alto, 21 terminales de pago, 180 empleados y muy pocas estanterías. En la tienda, no obstante, los probadores interactivos son inexistentes. Las cajas *Easy Check Out* de Massimo Dutti, desaparecidas en combate. Es, sin embargo, una de las tiendas del grupo gallego donde la tecnología ha desplegado su máxima eficacia, sin ser vista.

1/3

<https://www.kippel01.com/empresa/inditex-tecnologia-invisible-como-motor-de-eficiencia.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

 EMPRESA

La nueva tienda de Zara no tiene ni probadores interactivos ni cajas *easy check out*

Durante la presentación de sus resultados anuales, Pablo Isla, presidente de Inditex, anunció una inversión de 1.500 millones de euros en 2017 destinados a la tecnología y red de distribución. ¿Qué innovaciones han sido las destinatarias de esta inyección millonaria?

Una de las mayores apuestas tecnológicas de Inditex ha sido el Rfid, un sistema de identificación por radiofrecuencia que permite al equipo del grupo controlar, en tiempo real, dónde se encuentra cada una de sus prendas. De este modo, el grupo tiene la capacidad de realizar un control exhaustivo de su stock, localizarlo en la tienda, prever su rotación en los almacenes y mejorar la atención al cliente en el establecimiento.

En 2014, Inditex empezó a desarrollar esta herramienta de la mano de **Tyco** para agilizar sus procesos operativos. A cierre de año, todos los centros logísticos y casi 1.000 tiendas de Zara de 22 países diferentes habían implantado este sistema. Tres años después, las etiquetas Rfid están presentes en todas las tiendas de la cadena Zara y ya ha iniciado su extensión a Massimo Dutti y Uterqüe. Para el verano de 2020, el grupo gallego contempla implantar esta tecnología en todos los puntos de venta de sus cadenas.

Inditex cuenta con 4.519 tiendas eco-eficientes en todo el mundo

Integrar la tecnología en sus operaciones ha permitido al grupo avanzar a pasos agigantados en el lanzamiento de sus tiendas eco-eficientes. Según los datos de la última memoria de Inditex, en 2016 la empresa alcanzó las 4.519 tiendas eco-eficientes en todo el mundo, más del 60% de su flota total, que asciende a 7.292 puntos de venta.

El control de todas y cada una de sus luces LED, programar el encendido y apagado de sus sistemas de iluminación, el control de la climatización, detectores de presencia o la implantación de equipos innovadores para la reducción del caudal del agua. Inditex no deja ni un cabo suelto. El uso de la tecnología ha permitido que la aplicación de estos procesos se traduzca en un ahorro del 20% de energía y un 40% de consumo de agua.

En los últimos cinco años, el grupo gallego ha inyectado hasta mil millones de euros en la incorporación de tecnologías de vanguardia en tiendas y centros logísticos. Entre estos últimos, destaca el lanzamiento del área *multishuttle*, que de momento está operativa en la plataforma de Bershka de Tordera (Barcelona) y en el centro de distribución de Arteixo (A Coruña). Tal y como señala la empresa en su memoria, la innovación de estos centros ha incrementado la eficiencia y precisión en la gestión de los tiempos de envío, lo que ha permitido duplicar la velocidad de tránsito, almacenamiento y recogida de cajas.

Algoritmos, la nueva 'arma' de Inditex

Inditex ha hecho de la tecnología un componente básico de su negocio. Pero, ¿cuál es el epicentro de este despliegue tecnológico? El origen se encuentra en el Centro Tecnológico de Arteixo, unas

 2/3

<https://www.kippel01.com/empresa/inditex-tecnologia-invisible-como-motor-de-eficiencia.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

instalaciones que reciben y analizan los datos que llevan a sus 7.292 tiendas en todo el mundo.

El centro, que abrió sus puertas en 2014, divide sus 4.000 metros cuadrados en dos plantas. En el primer piso, Inditex cuenta con un espacio dedicado a la tecnología y la innovación en su red de tiendas. En el segundo, el grupo alberga 4.000 servidores y 1.300 kilómetros de fibra, además de una sala desde donde se monitorizan todos y cada uno de los sistemas tecnológicos de tiendas, oficinas y centros logísticos.

También desde Arteixo, Inditex lleva a cabo la ejecución de la Plataforma de Eficiencia Energética, que permite detectar, por ejemplo, picos de consumo por un mal funcionamiento del sistema de iluminación por un error en la programación de la temperatura de la tienda, además de medir en tiempo real la calidad del aire, es decir, la concentración de partículas de CO2 en el ambiente.

Digitalización, un proceso de prueba y error

En España, Inditex se ha caracterizado por abanderar el *fast fashion*. En contraposición a su rapidez en renovar las colecciones de ropa de sus tiendas, el grupo ha optado por ir con pies de plomo a la hora de poner la tecnología de sus puntos de venta en manos del consumidor. Inditex lanzó su primera plataforma de ecommerce en 2010; hasta 2014 no empezó a desarrollar las etiquetas Rfid, y no fue hasta 2016 cuando la empresa metió la directa.

El año pasado, Inditex se estrenó en el pago a través del móvil en las *apps* de todas sus cadenas, y una específica llamada InWallet. Por otra parte, el grupo dio sus primeros flirteos con la realidad virtual con la plataforma de ecommerce de Massimo Dutti, regalando a sus clientes online unas pequeñas gafas de realidad virtual y las instrucciones para acceder a la tienda.

Para tener la experiencia sólo es necesario colocar las gafas en el teléfono móvil y acceder al apartado correspondiente en la página web de Massimo Dutti. A partir de ahí, el cliente puede trasladarse dentro de este escenario virtual con sólo mover su cabeza y acceder a las fichas de cada artículo o reproducir el vídeo de la campaña fijando la mirada en uno u otro punto.