

# Modaes

Empresa

## Inditex acelera en digital: mil millones de inversión para alcanzar el 25% de ventas online en 2022

La empresa abrirá unos nuevos estudios online para Zara de 64.000 metros cuadrados, acelerará la implementación del Rfid y continuará desarrollando su plataforma tecnológica.

Modaes  
10 jun 2020 - 10:53



Inditex da un salto adelante en el canal online. El grupo ha anunciado hoy un nuevo plan estratégico que incluye una inversión de mil millones de euros en digitalización durante los próximos tres años y el objetivo de que las ventas online representen el 25% del total en 2022, desde el 14% actual.

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/inditex-invertira-1000-millones-en-digital-para-alcanzar-el-25-de-ventas-online-en-2022>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.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.

# Modaes

La inversión en digitalización prevista para el periodo 2020-2022 incluye **la apertura de unos nuevos estudios online para Zara de 64.000 metros cuadrados** en la sede central en Arteixo (A Coruña), cuya apertura está prevista para finales de este año.

Además, según lo previsto, **la compañía culminará este año la implantación del sistema de identificación por radiofrecuencia (Rfid)**, que permite la integración total del inventario en tienda y online. A cierre de este año, el Rfid estará ya implementado en todos los conceptos.

Estas iniciativas descansan en el desarrollo de **la plataforma tecnológica Inditex Open Platform**, de desarrollo propio, que fue diseñada en 2018 y que se complementará entre 2019 y 2019, según ha explicado hoy el grupo.

## **Inditex prevé lanzar nuevos servicios como la compra en redes sociales o la geolocalización en tienda**

Además, **la compañía continuará ampliando las capacidades de impulso al comercio online** en todas las cadenas. Entre ellas se encuentra el “modo tienda”, que permite reservar probadores a través de la aplicación móvil, geolocalizar artículos en la tienda, comprar a través de códigos QR y redes sociales, en las que suma 170 millones de seguidores, así como nuevos servicios y canales de atención al cliente.

En el ejercicio 2019, **la empresa facturó 3.900 millones de euros a través del comercio electrónico**, lo que representaba un 14% de las ventas, dos puntos más que en el ejercicio anterior. En 2017, el primer año que la empresa comunicó los datos de su ecommerce, el canal representaba un 10% del total.

Inditex fue relativamente tardía en su salto al comercio electrónico, lanzando la primera plataforma de Zara Home en 2007 y la de Zara en 2010. En 2018, la compañía se marcó el objetivo de vender online en todo el mundo en 2020. Desde entonces, la empresa ha lanzado plataformas globales para varias cadenas, con las que vende principalmente a países en los que no tiene tiendas.

---

# Modaes

---

Inditex ha cerrado el primer trimestre (entre febrero y abril) con unas pérdidas netas de 409 millones de euros, los primeros números rojos del grupo desde que cotiza. Las ventas se situaron en 3.303 millones de euros, un 44,3% menos que en el mismo periodo del año anterior.