

Empresa

Inditex lanza un nuevo plan estratégico hasta 2022 con una inversión de 2.700 millones

La estrategia se basará en tres líneas clave: digitalización, integración total de tienda y online y sostenibilidad. La empresa invertirá mil millones en digitalización y otros 1.700 millones en la actualización de su plataforma integrada

Modaes
10 jun 2020 - 11:10



Inditex traza su nueva hoja de ruta. El gigante gallego, número uno del mundo en distribución de moda por facturación, ha lanzado un nuevo plan estratégico hasta 2022 con una inversión de 2.700 millones de euros. **El plan se basa en tres ejes: digitalización, integración total de tienda y online y sostenibilidad**, según ha explicado hoy el grupo en un comunicado.

La empresa invertirá unos 900 millones de euros cada año entre 2020 y 2021. De la partida total, **mil millones de euros se destinarán a acelerar la digitalización del grupo**, que espera que sus ventas online alcancen más del 25% de la facturación total en

2022.

Otros **1.700 millones de euros** se destinarán a la actualización de la plataforma integrada de tiendas con la incorporación de “herramientas tecnológicamente avanzadas”.

La empresa prevé completar entre 2020 y 2021 **el plan de optimización de su red comercial**, con unas características “muy similares” al plan ya llevado a cabo entre 2017 y 2019. En total, Inditex prevé cerrar entre 1.000 y 1.200 tiendas, abrir unos 150 establecimientos al año y realizar un “número muy significativo” de ampliaciones. La empresa prevé que el crecimiento del espacio bruto anual sea del 2,5%.

Inditex estructura el plan en torno a tres ejes: digitalización, integración de tienda y online y sostenibilidad

“Las tiendas son fundamentales para la implantación de las tres líneas estratégicas clave”, subraya el grupo. “Las tiendas desempeñarán un papel más importante en el desarrollo de la venta online debido a su digitalización y a su capacidad para llegar a los clientes desde las mejores localizaciones del mundo”, continúa la empresa. Por este motivo, explica, “Inditex se enfocará al desarrollo de tiendas de máxima calidad que puedan cumplir mejor los objetivos estratégicos a largo plazo”.

Por otro lado, entre los proyectos digitales que incluye el plan estratégico se encuentran la apertura de los nuevos estudios online de Zara, de 64.000 metros cuadrados y prevista para finales de 2020; la implantación del sistema Rfid, que se completará este año según lo previsto, y el desarrollo de la plataforma tecnológica Inditex Open Platform.

Entre las claves del plan que detalla Inditex se encuentra también una “experiencia individualizada de relación con la moda”, el compromiso con la sostenibilidad, la apuesta por el talento interno y el crecimiento sostenible del resultado.

La empresa prevé completar su plan de optimización de tiendas con entre 1.000 y 1.200 cierres brutos

Modaes

En cuanto a la sostenibilidad, **la compañía prevé impulsar la reutilización y reciclaje de prendas**, en colaboración con entidades como el MIT, eliminar los plásticos de un solo uso e incrementar su uso de fibras sostenibles o recicladas, entre otras medidas.

El año pasado, la compañía se marcó un ambiciosa batería de objetivos *eco*, que incluían elevar la cuota de materiales sostenibles hasta el 100% de su producción, la implantación de un servicio de recogida a domicilio de prendas usadas, la implementación del modelo ecoeficiente de tienda en todas las cadenas y la formación de todos sus diseñadores en circularidad.

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.