

Empresa

Uniqlo, a contracorriente: concentra la producción en siete países y 150 socios

La compañía japonesa de moda, el cuarto grupo de distribución del sector por cifra de negocio, se aprovisiona sobre todo en China, donde cuenta con el 60% de sus *partners* productivos.

Modaes
6 mar 2017 - 13:41



Uniqlo nada a contracorriente en su política de aprovisionamiento. El gigante nipón de la distribución de moda, el cuarto del mundo por cifra de negocio, cuenta con una estrategia de compras radicalmente diferente al del resto de sus competidores. Mientras que **Inditex** cuenta con 1.725 proveedores en los cinco continentes; **H&M** suma 850 en 32 países, y **Gap** 885 en una treintena de regiones, **Uniqlo** concentra toda su actividad productiva en siete países y 150 socios.

Modaes

La empresa japonesa, cuyo modelo se basa en grandes volúmenes de pocos modelos, cuenta con una red de proveedores que se encuentra a las antípodas del abanderado del *fast fashion*, el grupo gallego Inditex, cuya estructura de aprovisionamiento precisa de producciones cortas, rápidas y de un elevado componente de moda y diseño.

Todas las compras de **Uniqlo** se concentran en Asia, que es también su principal mercado de distribución. China es su principal núcleo para su aprovisionamiento, donde cuenta con un total de 88 socios, el 60% del total. Vietnam es el siguiente país, donde el grupo japonés cuenta con un mayor número de proveedores. En este país del sudeste asiático, la compañía cuenta con 28 partners, el 19% del total.

La política de compras de **Uniqlo** también tiene presencia en los demás polos productivos de la región. En Bangladesh, por ejemplo, la compañía opera de la mano de 8 empresas fabricantes; en Indonesia, con trece; en Camboya, con cuatro, y en Tailandia, con dos. En Japón, por último, el grupo cuenta con tres proveedores.

Uniqlo es la punta de lanza de **Fast Retailing**, que en 2016 retó a Gap en el podio mundial de la distribución de moda. **Fast Retailing** concluyó el último ejercicio con una cifra de negocio de 1,8 billones de yenes (14.491 millones de euros), pisando los talones al gigante estadounidense, que cerró el último año con ventas de 15.797 millones de dólares (15.108 millones de euros).

Por otro lado, **Uniqlo** ultima su entrada en el mercado español, una operación esperada después de siete años tanteando el país, en el que competiría de tú a tú con Inditex. La primera tienda de **Uniqlo** en España estará situada en el número 18 de Paseo de Gracia y contará con 1.730 metros cuadrados de superficie comercial distribuidos en cuatro pisos. Las previsiones pasan por que el local abra sus puertas en otoño de 2017.