

INDITEX



**VI Foro Internacional
PILOT 2006**

INDITEX

Zaragoza, 8 de marzo de 2006

INDITEX

- Datos relevantes del Grupo
- Un modelo de negocio único
- Una compañía de fuerte crecimiento



Estocolmo

2

Datos relevantes

INDITEX



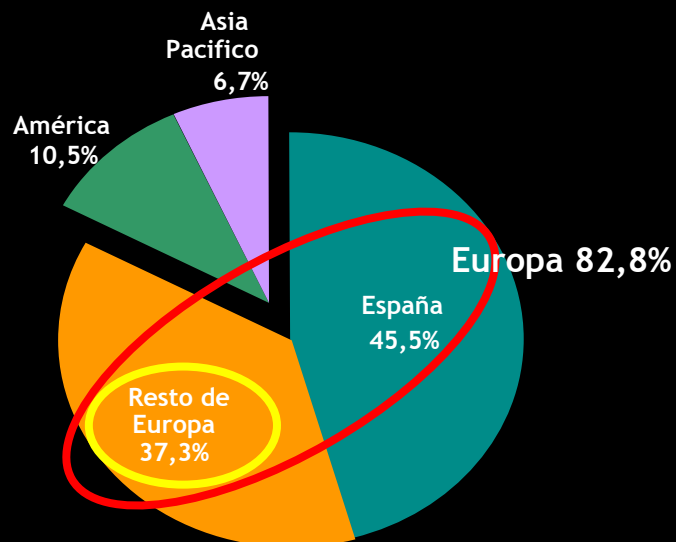
Ocho formatos independientes
> 2,700 tiendas
62 países
Ventas (FY04) 5.670 MM €
Beneficio Neto (FY04) 628 MM €
Capitalización ~19.000 MM €

Tokio

3

Distribución internacional de las ventas (FY04)

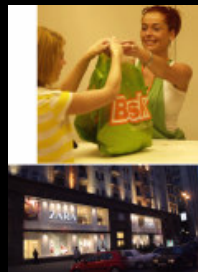
INDITEX



4

Modelo de negocio

El cliente, centro del negocio



Moscu

- **Oferta de moda:**
 - Una combinación única de diseño en línea con las últimas tendencias, precios atractivos y productos de calidad.
- **Estrategia innovadora:**
 - 25.000 nuevos diseños cada año
 - Elevada frecuencia en el envío de producto a las tiendas (entre 2 y 6 veces por semana).
- **Interacción con el cliente:**
 - Continuo feedback de las tiendas que permite la adaptación de la colección a la demanda del mercado.

Localizaciones privilegiadas + Cuidado interiorismo



7

Estrategia multiformato

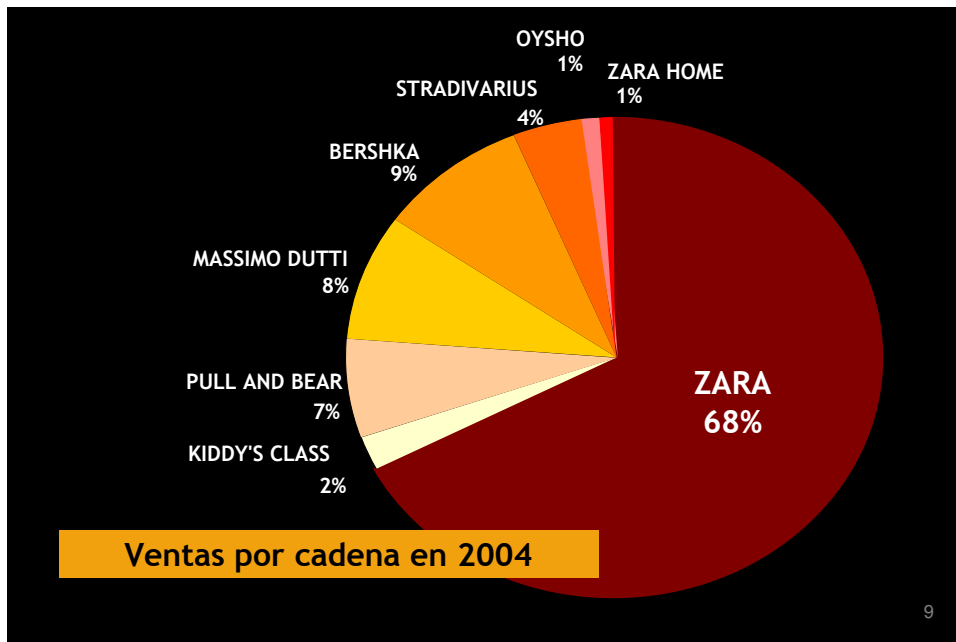
ZARA	860 tiendas en 60 países
KIDDY'S CLASS	150 tiendas en dos países
PULL AND BEAR	430 tiendas en 23 países
MASSIMO DUTTI	370 tiendas en 27 países
BERSHKA	370 tiendas en 20 países
STRADIVARIUS	265 tiendas en 14 países
OYSHO	150 tiendas en 10 países
ZARA HOME	110 tiendas en 14 países



8

Estrategia multiformato

INDITEX



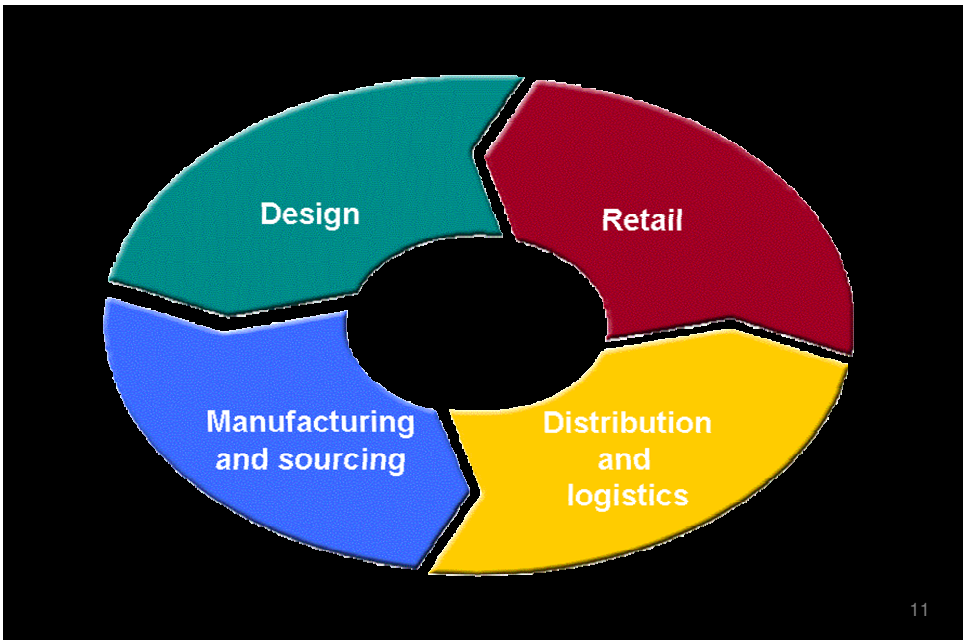
Autonomía operativa + sinergia de grupo

INDITEX



Modelo integrado y flexible

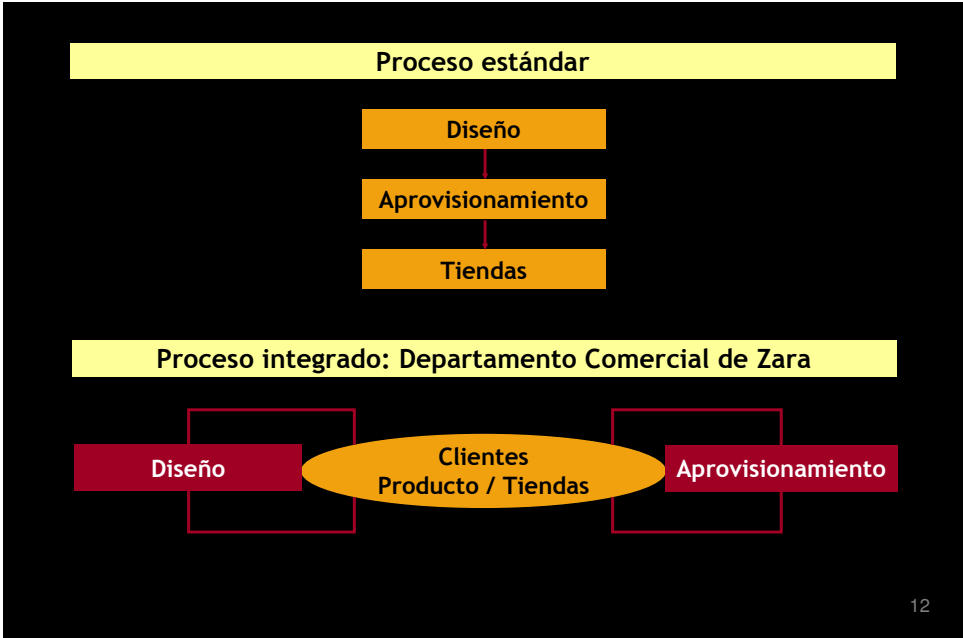
INDITEX



11

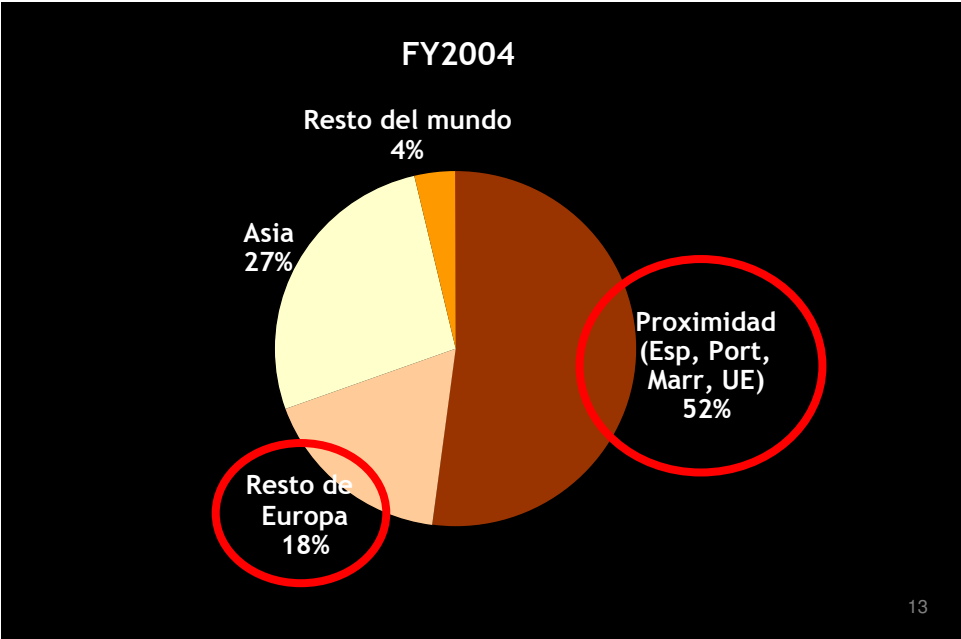
Diseño: un proceso completamente integrado

INDITEX

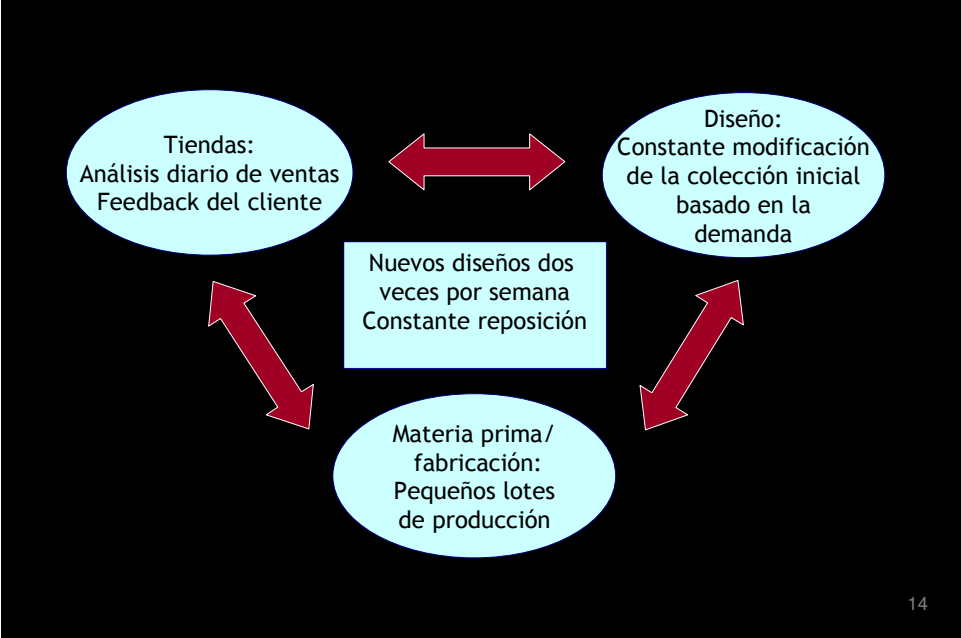


12

Aprovisionamiento en proximidad



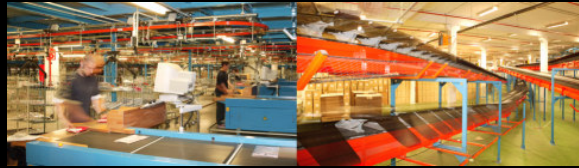
Flexibilidad durante la campaña



Distribución y logística

INDITEX

- Distribución centralizada desde plataformas logísticas localizadas en España:
 - Galicia (Arteixo y Narón)
 - Aragón (Zaragoza)
 - Cataluña (Tordera y Sallent de Llobregat)
- Nuevas plataformas en León y Madrid



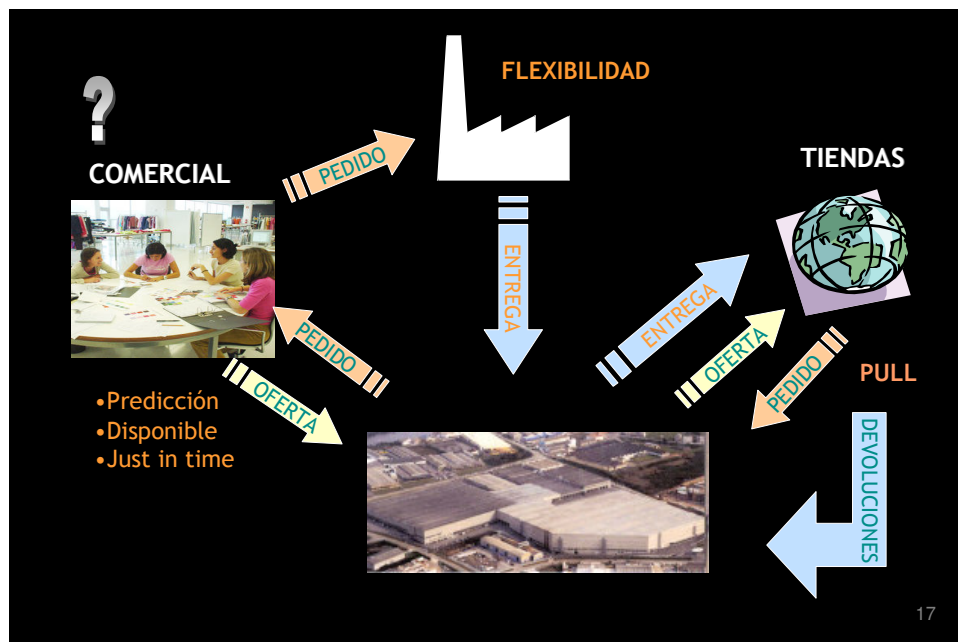
15

El Centro de Distribución

INDITEX

- Corazón del sistema logístico
- Mínimo tiempo de entrega
- Disponibilidad para Tiendas y Área Comercial
- Flexibilidad

16



17

Evolución de los sistemas de distribución

- Todo en nuestra organización se hace pensando en nuestras tiendas
- Fundamental la continua adaptación a las necesidades de este cliente interno:
 - *Fundamental*: elemento clave en el éxito de la organización
 - *Continua*: autoexigencia constante
 - *Adaptación*: la logística al servicio de la tienda
 - *A las necesidades*: hacer lo que la tienda necesita (*no lo que nos viene bien*)
- La evolución de nuestros sistemas, procesos y recursos siempre hacia lo que necesitan las tiendas

18

- Se nos mide por:
 - Capacidad suficiente
 - Velocidad y precisión en la respuesta
 - Flexibilidad de recursos. Necesidades cambiantes
 - Regularidad y puntualidad en el servicio
 - El resultado antes que el coste, pero al menor coste
 - Nunca un límite al negocio
- Adaptarnos a las nuevas exigencias (superar obstáculos) para seguir ofreciendo respuestas.

19

Características:

- Incremento del número de formatos comerciales
- Incremento del número de países
- Incremento del número de tiendas
- Incremento de la demanda por tienda



Crecimiento de un 20% anual

20

Características:

- Incremento del volumen global
- Incremento del número de referencias
- Incremento de la importación



Desequilibrado de flujos entre recepción, almacenaje, picking, reparto por tienda y expedición

21

Características:

- Grandes superficies de almacenamiento en almacén dinámico
- Aumento de recorridos
- Aumento de manipulación



Aumento de tiempos de preparación

22

Soluciones

- Necesidad de reducir los espacios de almacenamiento y mantener la rapidez de movimiento
- Búsqueda de nuevos sistemas de almacenamiento más compacto
- Compatibilizar sistemas automáticos y semiautomáticos para ganar rapidez sin perder flexibilidad

23

Soluciones

- Además aplicar mejoras organizativas del flujo logístico:
 - reduciendo los tamaños de lote de entrega desde proveedor (entregar lo que sale hoy)
 - y hacia tiendas realizando diferentes oleadas de reparto

24

INDITEX

Zaragoza, 8 de marzo de 2006