

Zara explota la tecnología para ganar eficiencia; El minorista español de moda usa chips de identificación por radiofrecuencia para rastrear y reabastecer su inventario

[Enlace de documentos de ProQuest](#)

Enlaces: [Biblioteca Digital TEC](#)

Texto completo: MADRID--Durante más de una década, los chips de identificación por radiofrecuencia (RFID, por sus siglas en inglés) eran proclamados como una revolución para los minoristas. Sin embargo, cuando intentaron implementar la tecnología de seguimiento de inventario, empresas como Wal-Mart Stores Inc. descubrieron que lo que lucía bien en teoría no siempre funcionaba en los depósitos y las tiendas.

Ahora, el gigante español de indumentaria Inditex SA, matriz de la cadena Zara, afirma que ha aprendido de la experiencia de sus competidores y está lanzando tecnología de RFID a lo ancho y largo de las operaciones de su marca insignia.

Los chips, con un tamaño alrededor del doble de una tarjeta SIM estándar de celular, ayudan al mayor minorista de moda del mundo por ventas a monitorear mejor su inventario y reabastecer sus existencias con mayor rapidez, apunta Pablo Isla, presidente de Inditex.

"Es una herramienta que me da una visibilidad enorme, saber dónde tengo la prenda, si la tengo en el almacén de la tienda, si está expuesta", expresa Isla. "Cambia toda la operativa de la tienda".

Los chips de RFID pueden almacenar información sobre cualquier artículo al que se encuentren adheridos y, al ser activados, emiten datos a través de señales de radio a un escáner. Inditex está incorporando los chips dentro de los dispositivos de seguridad de plástico sujetos a las prendas, una innovación que le permite a la cadena de "moda rápida" reusarlos una vez que se retiran a la hora de la compra.

Para fin de año, más de 1.000 de las 2.000 tiendas Zara contarán con la tecnología, y el lanzamiento se completará antes de 2016, indica Isla.

La escala y la velocidad del proyecto están atrayendo atención en la industria. El minorista español indica que compró 500 millones de chips de RFID para el lanzamiento, o uno de cada seis que se prevé que los fabricantes de ropa utilicen a nivel global este año, según la firma de investigación IDtechEX, con sede en el Reino Unido.

Zara, que opera en 88 países, genera dos tercios de los 16.700 millones de euros (US\$21.600 millones) en ventas anuales de Inditex. El miércoles, la empresa divulgó una ganancia neta de 928 millones de euros (US\$1.200 millones) entre febrero y julio, una caída de 2,4% frente a un año antes y ligeramente por encima de las previsiones. Sus ingresos aumentaron 5,6% a 8.090 millones de euros (US\$10.480 millones).

Inditex comenzó a experimentar con RFID en 2007. Isla pidió a sus ingenieros y expertos de logística que exploraran cómo reusar los chips: una solución que redujera los costos y asegurara que los dispositivos de rastreo no siguieran a los clientes más allá de las puertas de la tienda, una preocupación de los defensores de la privacidad.

Durante una sesión de lluvia de ideas en la sede de la empresa en el norte de España, cuenta Isla, un empleado sugirió colocar el chip dentro de los dispositivos de seguridad ligeramente más grandes que Zara coloca en cada artículo, una combinación que según los expertos ninguna empresa de envergadura ha empleado. El caparazón de plástico protegería el chip, lo que permite su reutilización, y se quitaría al momento de compra.

En una mañana reciente, la gerente de tienda Graciela Martín supervisaba el registro de inventario en uno de los mayores locales de Zara en Madrid. La tarea antes requería un equipo de 40 empleados durante cinco horas, dijo. Esa mañana, ella y otros nueve empleados acabaron el trabajo en la mitad del tiempo, yendo de piso en piso apuntando escáneres de mano que emitían sonidos casi continuamente mientras detectaban señales de radio de cada estante de ropa.

Antes de que se incorporaran los chips, los empleados tenían que leer cada código de barras a la vez, indicó Martín, y estos inventarios de toda la tienda se realizaban cada seis meses. Debido a que los chips permiten ahorrar tiempo, Zara ahora los hace cada seis semanas, lo que les permite tener un registro más preciso de los artículos que se están vendiendo mejor y los estilos que están rezagándose.

Cada vez que se vende una prenda, los datos del chip generan una orden instantánea al depósito para que envíe un artículo idéntico. Anteriormente, los empleados de la tienda reabastecían los estantes varias veces al día, guiados por informes de ventas en papel.

Si un cliente no puede encontrar una prenda, un vendedor puede apuntar la cámara de su iPod al código de barras de un artículo similar y, utilizando los datos reunidos por los chips, puede ver si está disponible en el local, en una tienda de Zara cercana, o en Internet.

Algunas empresas que adoptaron la tecnología han tenido resultados limitados de su inversión en RFID. A principios de la década pasada, Wal-Mart impulsó a sus proveedores a colocar chips en cajas de productos o pilas de cajas, en lugar de en productos individuales. El minorista estadounidense redujo el proyecto después de que los proveedores se quejaron del alto costo de la tecnología, un problema que Inditex no enfrenta ya que fabrica sus propios productos.

De todas formas, la tecnología está ganando adeptos lentamente. En Estados Unidos, la cadena de tiendas por departamentos Macy's Inc. anunció esta semana que expandirá el uso de dispositivos de RFID después de pruebas que mostraron que mejoraban las ventas, los márgenes y los descuentos.

Bill Hardgrave, decano de la Escuela de Negocios Harbert de la Universidad de Auburn y consultor sobre RFID, dice que sus clientes minoristas han incrementado las ventas entre 2% y 30% después de instalar los dispositivos. Los minoristas tradicionales normalmente saben dónde se encuentra 60% de su inventario en un momento determinado. Con la tecnología de RFID, la precisión supera 95%, afirma.

"Zara tal vez no sea la primera, pero cuando implementa una nueva tecnología, lo hace tan bien que se adaptan rápidamente", observa David Frink, director de tecnología del minorista de ropa alemán Gerry Weber International AG, una de las primeras cadenas en colocar chips de RFID en todos sus productos.

Credit: Por Christopher Bjork

Título: Zara explota la tecnología para ganar eficiencia; El minorista español de moda usa chips de identificación por radiofrecuencia para rastrear y reabastecer su inventario

Autor: Por Christopher Bjork

Título de publicación: The Wall Street Journal Americas

Páginas: n/a

Año de publicación: 2014

Fecha de publicación: Sep 18, 2014

Año: 2014

Sección: Spanish

Editorial: Dow Jones & Company Inc

Lugar de publicación: New York

País de publicación: United States

Materia de publicación: Business And Economics

Tipo de fuente: Newspapers

Idioma de la publicación: Spanish

Tipo de documento: News

ID del documento de ProQuest: 1562577004

URL del documento: <http://search.proquest.com/docview/1562577004?accountid=11643>

Copyright: (c) 2014 Dow Jones & Company, Inc. Reproduced with permission of copyright owner. Further reproduction or distribution is prohibited without permission.

Última actualización: 2014-09-18

Base de datos: Latin American Newsstand

Contactar con ProQuest

Copyright © 2014 ProQuest LLC. Reservados todos los derechos. - **Términos y condiciones**