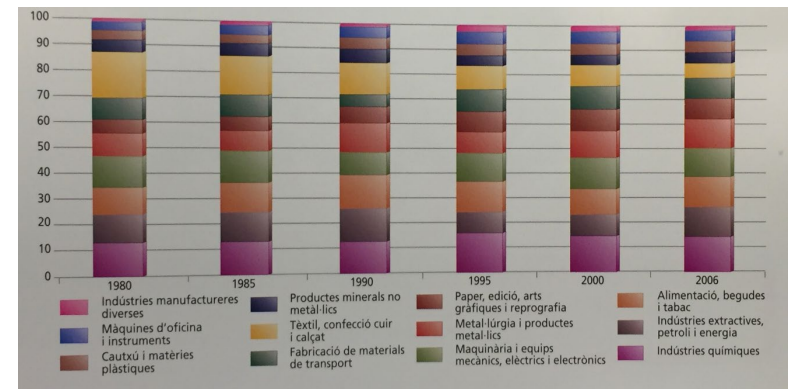


# Estudi de les causes de l'èxit d'Inditex, en un context de crisi

Com és possible que la companyia tèxtil Inditex hagi tingut tant d'èxit, fins arribar a ser l'empresa número u, en un context de crisi? Aquesta pregunta, és la que més podria definir l'objectiu del meu treball de recerca.

Quan va arribar el moment de començar a pensar en el treball, no vaig tenir cap dubte que el volia relacionar amb l'economia o l'administració d'alguna empresa. Partint d'això, vaig escollir aquesta empresa perquè em semblava un cas molt sorprenent, ja que des del seu naixement, l'any 1985 a Arteixo, fundada per Amancio Ortega, ha anat creixent en tots els aspectes d'una manera molt accelerada. Actualment la companyia compta amb vuit marques: Zara, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti, Pull & Bear, Uterqüe i Oysho, amb més de cent mil empleats i amb un total de 7.500 botigues distribuïdes per tot el món. Analitzar l'estructura organitzativa de l'empresa era una necessitat per esbrinar les raons de l'èxit empresarial. A banda, faig un breu estudi de la història de la indústria tèxtil espanyola, principalment catalana, en el que es veu que la modernització de les estructures industrials ha implicat una reducció de la producció tèxtil al país bé per tancament, o bé pel trasllat dels centres de producció on els costos laborals són més reduïts.



*Distribució sectorial del VAB (1980-2006)*

Forma part de les conclusions l'haver esbrinat les raons de l'èxit d'Inditex, que fins i tot ha pogut expandir-se durant la crisi. Per finalitzar el treball, he fet una entrevista molt il·luminadora al director general a Espanya d'una de les vuit marques de l'empresa, Uterqüe. Queda una pregunta final: Les característiques avantatjoses respecte les empreses competidores d'Inditex són exclusives de l'empresa o les acabaran adoptant les empreses rivals?

Jan Andelo Colom

Tutor: Vicenç del Hoyo