

PLANTILLA DE ENTREGA DE INFORME

**MÓDULO: TAD402-3898-224081-ONL**

**SEMANA: SEMANA 3**

Docente: ALBERTO SANHUEZA LAZCANO

Estudiante: JOSE MARAMBIO MARTINEZ

Índice

[Introducción 3](#_Toc176289903)

[Desarrollo 4](#_Toc176289904)

[Conclusión 7](#_Toc176289905)

[Bibliografía 8](#_Toc176289906)

# **Introducción**

En el actual documento se construye el análisis en base al caso de H&M y ZARA, como marcas que llevaron el lujo a las grandes masas, dentro del análisis se revisan las estrategias utilizadas, el control de gestión, los indicadores y las herramientas que hacen posible cumplir los objetivos de ambas marcas.

# **Desarrollo**

Dentro del análisis se resolverán las siguientes incógnitas, las que serán respondidas en base al cuadro comparativo de ambas marcas.

Antes de responder estas preguntas, convengamos que ambas empresas son similares en su propuesta de hacer el lujo accesible a las grandes masas, para esto ambas además de sus estrategias diferenciadoras buscan impactar y fidelizar a sus clientes haciendo sus marcas recordables y generando la necesidad ante la escasez y novedad.

¿Cuáles son las principales diferencias en la estrategia de Zara y H&M?

Zara: Su estrategia se basa en renovar sus existencias, generando escasez al generar colecciones de moda limitadas, distribuyéndolas cada en periodos de 15 días y centralizando sus operaciones, además de otorgar un valor de adquisición bajo para el consumidor.  
  
H&M: Su estrategia consiste en generar alianzas y cooperación, controlando sus costos al adquirir materia prima de alto volumen y a bajo costo obteniendo una mayor cantidad de beneficios. Sus alianzas con diseñadores de renombre entregan una sensación de lujo y autenticidad, junto a esto tienen una producción descentralizada en la cual cada productor controla sus métricas.

¿Cuál es el enfoque de control de gestión que tiene Zara y H&M?

Zara: Centralizar su producción, controlando el inventario y midiendo tiempos de producción y adaptables a las necesidades del mercado.

H&M: Control a través de externos, permitiendo enfocar su control en los beneficios que genera la producción de estos.

¿Cuáles son los principales indicadores que monitorea Zara y H&M? Fundamenten.

Zara:

* Indicadores operativos: Miden la eficiencia, la eficacia de la empresa y optimizar el uso de recursos, con estos logran mejorar sus procesos permitiendo establecer una política de precios asequibles y manteniendo en control de costos para la elaboración de existencias.
* Indicadores logísticos: Miden el proceso de inventario, permitiendo establecer indicadores con los cuales puedan cumplir su objetivo de renovar existencias cada 15 días.

H&M:

* Indicadores financieros: Al ser una empresa descentralizada donde participa mas de un ente y su enfoque está en la optimización financiera, utilizan este indicador para mejorar la cantidad de beneficios.
* Indicadores operativos: Con este indicador logran medir el cumplimiento de todos los entes que participan.

¿Cuáles serían las herramientas de control de gestión que se podría utilizar en Zara y H&M? Fundamenten su elección.

Zara:

* Mapa de calor: Con esta herramienta es posible medir e identificar dentro de los procesos el impacto de cada uno, pudiendo enfocarse en la optimización en base a riesgos, lo cual es aplicable a todo el proceso de producción y distribución, para mejorar la seguridad en las operaciones.

H&M:

* Balanced Scorecard: Con esta herramienta es posible verificar con indicadores el desempeño en la planificación generada, con esto se puede medir a través de indicadores como se encuentra el estado financiero, los procesos acordes al feedback entregado por los entes externos y se puede utilizar como modelo de aprendizaje evaluando el mercado y los consumidores.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pregunta | Zara | H&M |
| Principales diferencias de estrategia | Reducción de los ciclos de producción y abastecimiento de tiendas - Producción centralizada – Control de su imagen | Producción descentralizada y externalizada a bajo costo - Cooperación y alianzas con marcas de lujos |
| Enfoque de Control de Gestión | Calidad – Gestión de inventario y producción – Logística | Control de costos |
| Principales indicadores que monitorean | Indicadores operativos - Indicadores logísticos | Indicadores financieros - Indicadores operativos |
| Herramientas de Control de Gestión a utilizar | Mapa de calor | Balanced Scorecard |

# **Conclusión**

Zara y H&M han adoptado estrategias distintas para lograr el éxito en el mercado global de la moda. Zara se enfoca en la renovación rápida y centralización de su producción, mientras que H&M se basa en la optimización de costos y en alianzas estratégicas. Ambos enfoques están respaldados por sus respectivos sistemas de control de gestión y herramientas específicas que les permiten monitorear y ajustar sus operaciones de manera efectiva para cumplir con sus objetivos comerciales y mantenerse competitivos en el mercado.

# **Bibliografía**

AIEP (2024). TALLER DE ANÁLISIS PARA LA GESTIÓN. CONTROL DE GESTIÓN EN LA ORGANIZACIÓN