

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

Domingo 20 de enero de 2008

## Felipe Caro: el chileno que asesora a Zara desde EE.UU.

No es fácil llegar a hacer un doctorado al Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, en inglés). Y menos enseñarle a la gigante española Zara cómo hacer las cosas. Pero el ingeniero industrial de la Universidad de Chile, Felipe Caro Valdés, ha hecho ambas cosas. Y con buenos resultados.

Lo cosa parte así: Caro Valdés llegó a Cambridge a hacer un doctorado hace seis años y medio. Y su tesis fue en base a Zara, una de los principales distribuidores de moda del mundo, perteneciente al grupo Inditex, fundado por Amancio Ortega.

"El tema que trabajé en mi tesis de doctorado era bastante teórico, inspirado y motivado por las operaciones de empresas como Zara", cuenta desde California el experto, donde actualmente se desempeña como profesor de la UCLA.

Ya graduado, y en base a su tesis, el experto desarrolló un modelo de gestión -aprovechando la flexibilidad de Zara, dijo- que sugiere los productos a introducir en cada momento. "Las decisiones que se hacen son varias, pero en el modelo nos concentramos en la introducción de productos", detalla Caro. "Se ponen productos que no aseguran su venta. Con eso se puede ir refinando el conocimiento sobre la demanda para tomar mejores decisiones la semana siguiente. Es aprender de la demanda", añade.

Llamó para ofrecerlo. Viajó a la Coruña en julio de 2005 y expuso su modelo junto a su profesor guía del MIT, el francés Jérémie Gallien. "Vieron el potencial y empezaron las conversaciones", señala.

El resultado que se obtuvo, luego de una prueba piloto, es que usando el modelo las ventas se incrementaron entre 3 y 4%, sin tener que incurrir en costos adicionales, lo que permite traspasar directamente a las ganancias netas estos beneficios.

"La gente de Zara encontraba que tenía desafíos, como decidir cuántos productos enviaba a cada tienda", indica Caro. "Ahí fue cuando empezamos este proyecto, donde se optimiza sobre las cantidades y tallas que se mandan a las tiendas, tomando en cuenta lo que hay disponible en bodega y en cada local. Además de la información que se ha ido recopilando sobre la demanda", destaca.

Hoy, el modelo se usa para tomar las decisiones para todas las tiendas en el mundo.

Pese al éxito, no existe un pago, explica Caro. "La motivación es académica, no es un producto que esté ofreciendo a empresas como Zara. El resultado para mí es la publicación de un paper y quedarnos con el derecho de publicarlo usando datos reales y el nombre de Zara", dice. Pero el vínculo se mantiene y ya hay nuevos modelos en desarrollo.

Herramientas			
	Imprimir		Enviar
	A+		A-

Caro (35 años) hace clases en la UCLA Anderson School.  
 Foto:universidad de chile

[+] [Vea más fotos](#)

[Servicios El Mercurio](#)

**Suscripciones:**  
 Suscríbese a El Mercurio vía Internet y acceda a exclusivos descuentos.

**InfoMercurio:**  
 Todos los artículos publicados en El Mercurio desde 1900.

**Club de Lectores:**  
 Conozca los beneficios que tenemos para mostrar.

**Otros Servicios**

[El Tiempo](#)

[Defunciones](#)

**Ediciones anteriores**

[Puzzle](#)

[Imagen portada](#)

[Suscripciones](#)

[Empleos](#)

[Productos especiales](#)

[Contratar publicidad](#)

[Club de Lectores](#)

[Clase Ejecutiva](#)

[El Mercurio - Aguilar](#)

Versión Digital

20 de enero de 2008



Versión animada

**Revistas de El Mercurio**

[Revista del Campo](#)

[Revista YA](#)

[Revista YA Joven](#)

[Wikén](#)

[Domingo en Viaje](#)

[Vivienda y Decoración](#)

[El Sábado](#)



El Sábado

Habla Alfredo León, viudo de María Soledad Lapostol.

**Blog de El Mercurio**

[Nuevos Blogs de El Mercurio](#)

**Ediciones Especiales**  
[Alternativas Académicas](#)  
[Ediciones Especiales](#)