
Modaes

Empresa

Inditex gana un 1% más en los nueve primeros meses y eleva sus ventas un 7%

Modaes
11 dic 2014 - 07:21

Inditex eleva su beneficio y sus ventas en los nueve primeros meses del ejercicio. La compañía española cerró el periodo comprendido de febrero a octubre de 2014 con un resultado neto de 1.687 millones de euros, lo que representa una subida del 1% en relación al mismo periodo del ejercicio anterior. La facturación se situó en 12.709 millones de euros, un 7% más.

La matriz de **Zara** ha señalado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv) que las ventas a tipo de cambio constante tanto en sus tiendas físicas como en el canal online registraron un aumento global del 10,5%, con un “crecimiento sólido” de las ventas por superficie comparable.

El margen bruto de **Inditex** de febrero a octubre se situó en 7.591 millones de euros, un 5% más que en el mismo periodo de 2013, y representó el 58,9% de las ventas de la compañía. Asimismo, el beneficio bruto de explotación (ebitda) fue de 2.825 millones de euros, un 2% más.

A 31 de octubre, la posición financiera neta de la compañía fue positiva en 3.837 millones de euros, gracias principalmente a una caja de 3.626 millones de euros y a una deuda financiera residual. En la misma fecha de 2013, la posición financiera neta de Inditex era de 3.917 millones.

En cuanto a la expansión, **Inditex** abrió tiendas en los nueve primeros meses del ejercicio 2014 en 50 nuevos mercados, con 230 aperturas netas. A 31 de octubre, la compañía sumaba 6.570 tiendas en 88 países.

Modaes

En el canal online, **Inditex** ha puesto en marcha en el último trimestre las operaciones en Internet en México y Corea del Sur, con lo que la venta online de **Inditex** está disponible en 27 mercados. Asimismo, **Zara** lanzó su tienda en **Tmall** en octubre.

Inditex destacó que las ventas a tipo de cambio constante registraron un aumento del 14% en las primeras semanas del cuarto trimestre de su ejercicio fiscal, del 1 de noviembre al 8 de diciembre. “La campaña otoño-invierno está influenciada por la evolución de las ventas durante la época navideña y las rebajas de fin de temporada, debido al volumen de ventas de dicho período”, apuntó la compañía.