

Modaes

Empresa

Inditex: margen bajo presión en un trimestre sin abrigos

El gigante gallego de la distribución de moda se enfrenta a sus resultados trimestrales tras un octubre excepcionalmente caluroso en Europa, lo que ha afectado a la venta de prendas de abrigo en un periodo que, cada año, marca el punto más alto en el margen.

Pilar Riaño/ Iria P. Gestal
11 dic 2017 - 04:50

Inditex: margen bajo presión en un trimestre sin abrigos

Acaba el verano y llega la vuelta al cole. Las pantallas de televisión se llenan de anuncios fomentando la compra de las primeras chaquetas y en los escaparates de todas las tiendas aparecen ya los abrigos. Pero en 2017 pocos abrigos se han vendido en septiembre y, todavía menos, en octubre. **Inditex se enfrenta esta semana a los resultados del tercer trimestre, un periodo que engloba agosto, septiembre y octubre y que, tradicionalmente, es en el que logra un mayor margen en el conjunto del año, precisamente gracias a las ventas sin descuento de las prendas más caras.**

Con los termómetros con el mercurio al alza en toda Europa, las prendas de abrigo (aquellas que aportan más margen a la moda) se han quedado colgadas este curso en las tiendas. Las cadenas de Inditex no han sido una excepción en el conjunto del sector y también se han visto afectadas por el impacto de las altas temperaturas en las ventas de prendas de abrigo. Así, **el margen del tercer trimestre podría volver a sufrir, algo que ya viene sucediendo en los trimestres y años anteriores.**

En el tercer trimestre del 2016, el margen bruto de Inditex se situó en el 59,7% de las ventas, por delante del 58,1% de los tres primeros meses del mismo ejercicio. La misma tendencia se repitió en 2015, 2014 y 2013, con márgenes del 60,1%, el 61,2% y el 62,2% en el tercer trimestre de cada ejercicio.

El margen de Inditex se ha resentido en los últimos trimestres y en 2016 alcanzó su cota más bajadesde 2012

En 2016, el grupo vio descender el margen bruto casi un punto porcentual, una circunstancia que atribuyó a los efectos de la divisa. El margen bruto del grupo en 2016 se situó en 13.279 millones de euros, equivalente al 57% de las ventas, frente al 57,8% del año anterior. En 2014, el margen bruto era del 58,3%; en 2013, del 59,3%, y en 2012, del 59,8%.

Trimestre a trimestre del año pasado, la evolución a la baja fue todavía más acusada. En el último trimestre de 2016, el margen bruto del grupo presidido se situó en el 54,8%, cayendo por debajo del 55% y registrando la cota trimestral más baja de los cuatro ejercicios anteriores. En el cuarto trimestre de 2015, el margen bruto se situó en el 55,6% y en los tres primeros trimestres de 2016 en el 58,1%, el 55,7% y el 59,7%, respectivamente.

En los dos primeros trimestres de 2017, el margen fue la única mácula en los resultados de la compañía propietaria de Zara. El grupo presidido por Pablo Isla logró en el primer trimestre del ejercicio un margen bruto del 58,2%, en línea con el del mismo periodo de 2016 pero por debajo del 59,4% del primer trimestre de 2015. En el segundo trimestre, el indicador se situó en el 54,8%, marcando el suelo de los últimos cuatro ejercicios.

La caída del margen será, por tanto, una consecuencia directa de la reducción de las ventas en septiembre y octubre, tal y como están advirtiendo ya los analistas. **Al impacto de las altas temperaturas, habría que sumar, por otro lado, la inestabilidad política en España precisamente en octubre,** que está afectando a las ventas minoristas en el conjunto del país.

El Índice de Comercio al por Menor (ICM) marcó en octubre una caída del 1,6% poniendo fin a cinco meses consecutivos al alza. La categoría de equipo personal, donde se incluyen los productos de moda, experimentó una bajada aún mayor en octubre, del 7,3%, con la caída más acusada desde mayo de 2013.

Según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos

Modaes

(Acotex), las ventas de moda finalizaron octubre con un descenso del 12,3%, la mayor caída desde abril de 2012, en plena crisis.

En las últimas semanas, Inditex y, especialmente H&M, se han visto afectados en bolsa por las recomendaciones de los analistas. Algunos, como Handelsbanken, añaden a las temperaturas y a la fortaleza del euro la excesiva dependencia del retail físico, en un momento en que Amazon gana cada vez más cuota de mercado. Handelsbanken ha llegado a calificar de “viaje doloroso” el desafío de H&M en la digitalización y pone de relieve la diferencia “abismal” entre la oferta online de la compañía y la de sus competidores.

Evolución en el primer semestre

Lo cierto es que **Inditex no lleva un ejercicio 2017 brillante, aunque evoluciona mejor que sus principales competidores.** El gigante gallego concluyó el periodo entre febrero y julio con sus menores tasas de crecimiento trimestrales desde 2014.

La compañía española finalizó el primer semestre con un aumento del 11,5% en sus ventas y del 9% en su resultado neto, porcentajes similares a los seis primeros meses de 2016. La empresa presidida por Pablo Isla registró una cifra de negocio de 11.671 millones de euros, rebasando así, por primera vez, los 11.000 millones en un primer semestre.

El resultado neto de la compañía propietaria de Zara ascendió a 1.366 millones de euros, frente a los 1.256 millones de euros del primer semestre del año anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda) también creció a ritmos del 9%, pasando de 2.112 millones de euros a 2.292 millones de euros.

Por trimestres, en el segundo la matriz de Zara facturó 6.102 millones de euros, un 9,24% más que el año anterior. El beneficio del grupo, por su parte, se incrementó sólo un 1,42%, hasta 712 millones de euros.