

Empresa

Inditex suma una decena de nuevas tiendas en Latinoamérica en el primer semestre de 2015

Modaes
16 sep 2015 - 00:00

Inditex confirma su apuesta por Latinoamérica. En el primer semestre de 2015, el gigante español de la moda ha sumado once establecimientos a su red de tiendas en Latinoamérica, hasta alcanzar los 537 puntos de venta. La compañía realizó catorce aperturas y tres cierres.

México es el principal mercado del grupo en la región, con 311 tiendas a julio de 2015. En los primeros seis meses del ejercicio en curso, la compañía ha sumado siete nuevos establecimientos.

En marzo de 2015, el presidente de **Inditex**, **Pablo Isla**, identificó México como uno de sus mercados más importantes. “México es un mercado en el que continuaremos creciendo y abriendo tiendas de los diferentes formatos”, aseguró el directivo.

En Brasil, **Inditex** subió la persiana de cuatro nuevos establecimientos, tres de **Zara Home** y uno de **Zara**, alcanzando los 66 puntos de venta.

Las tres tiendas restantes se abrieron en Chile, Puerto Rico y El Salvador. En el mercado chileno, **Inditex** puso en marcha un establecimiento de **Zara Home**, hasta llegar a la decena de tiendas, mientras que en El Salvador el grupo subió la persiana de una tienda de **Bershka**, alcanzando siete tiendas en total.

Modaes

Colombia y Venezuela también concentran buena parte de las tiendas de **Inditex** en Latinoamérica. En el país cafetero, el número de establecimientos ha disminuido en tres tiendas, alcanzando los 35 puntos de venta. Por su parte, en Venezuela la cifra de puntos de venta se ha mantenido estable respecto al cierre de ejercicio 2014, con 25 establecimientos.

Inditex también está presente en Guatemala y República Dominicana con doce tiendas; en Argentina, Costa Rica y Ecuador, con diez; en Panamá, con ocho; en Perú, con cuatro, y en Puerto Rico y Uruguay, con tres.

El gigante español cerró los seis primeros meses de su ejercicio, entre febrero y julio, con un crecimiento del 17% en su cifra de negocio, hasta 9.421 millones de euros, mientras que el beneficio neto llegó a 1.166 millones de euros, un 26% más. El alza de la facturación en todas las cadenas y áreas geográficas, así como el impulso en las ventas comparables, están detrás del crecimiento de **Inditex** en la primera mitad de 2015.

El beneficio neto de explotación (ebitda) del gigante gallego se situó en 1.979 millones de euros, un 22% más que en el mismo periodo de 2014, y el resultado de explotación (ebit), en 1.489 millones, con un aumento del 25%. El margen bruto fue de 5.471 millones de euros, un 17% más, y el ratio sobre ventas se situó en el 58,1%.