

Empresa

Menos Black Friday y más rentabilidad: Inditex 'sana' sus cuentas con el mayor margen desde 2014

El margen bruto del grupo gallego superó el 60% por primera vez desde 2015. “Hemos respondido a un entorno volátil y complejo sin descuentos”, explicó Pablo Isla.

Pilar Riaño
13 dic 2018 - 05:00



Escaparate de Zara durante el Black Friday. Fotografía: Mireia Salgado

No panic. Mantener la calma y evitar la tiranía del descuento y las promociones para, así, poder mejorar los perjudicados márgenes. Esta ha sido la estrategia que ha trazado (y mantenido) Inditex en los últimos meses, en los que ha logrado mejorar su margen bruto sobre ventas con el ratio más elevado desde 2014. “Hemos respondido a un entorno volátil y complejo sin descuentos”, sintetizaba ayer Pablo Isla, presidente del gigante gallego.

Modaes

En un entorno en el que los gigantes del negocio de la moda han visto reducir sus márgenes de forma generalizada, como efecto del auge del ecommerce o la intensidad promocional, **los analistas alertan de una posible pérdida de rentabilidad en el sector, incluido Inditex**. El descenso en el margen en los últimos años es, precisamente, **una de las advertencias lanzadas por Morgan Stanley el pasado agosto**, en un informe que generó un severo correctivo de Inditex en bolsa.

Ahora, la matriz de Zara ha empezado a darle la vuelta a esta tendencia. De agosto a octubre, **cuando Inditex elevó sus ventas un 1,9% y mejoró su resultado neto un 5,5%, el margen bruto de la compañía ascendió al 60,5% de la facturación del grupo**. Se trata del porcentaje más alto en un trimestre desde el tercer trimestre de 2014, cuando se situó en el 61,2%, y la primera vez que supera el 60% desde el mismo periodo de 2015.

En 2016, el margen bruto de Inditex en el tercer trimestre del ejercicio (el que siempre registra una mayor rentabilidad en comparación con el resto) fue del 59,7%, y en el mismo periodo de 2017, del 59,4%.

En una conferencia con analistas, Isla reiteró ayer lo que ya venía detectando buena parte del sector, al menos en España: mientras la mayoría de los competidores del gigante gallego se abrazan como un clavo ardiendo al salvador y al a vez pernicioso Black Friday (llámese Single's Day en China o *mid season sales* en cualquier parte del mundo), **Inditex ha evitado “la actividad promocional generalizada en el sector”**, centrándose “en la ejecución”, es decir, control de gastos y de inventario.

“En un contexto volátil y desafiante hemos conseguido dar un like-for-like positivo”, apuntó ayer Isla, que se mostró “por supuesto” satisfecho con la evolución del margen en el tercer trimestre del presente ejercicio. “Nos ratifica que hemos tomado la decisión correcta, pensado en el corto y en el largo plazo”, apuntó.

Modaes



“En un contexto volátil y desafiante hemos conseguido dar un *like-for-like* positivo”, apuntó ayer Isla, que se mostró “satisfecho” con los resultados del periodo.

Impacto de las divisas

Mientras el margen se recupera, **Inditex volvió a reducir en el tercer trimestre el ritmo de crecimiento de sus ventas**, que ascendieron un 1,9% interanual, frente al alza más sólida, del 4,4%, de los tres meses anteriores.

Por primera vez después de tres trimestres de ajuste, **Inditex elevó el número de puntos de venta en el mundo entre julio y octubre**, con veinte establecimientos más. El crecimiento es no obstante mesurado en comparación con el registrado en el mismo periodo de los años anteriores, cuando en el tercer trimestre Inditex abrió tiendas a ritmos de 99 establecimientos (como ocurrió en el tercer trimestre de 2017) o de 144 establecimientos (como hizo en el mismo periodo de 2016).

En este sentido, la lentitud en el crecimiento se explica principalmente por el impacto de los tipos de cambio de divisas. **En moneda local, el crecimiento de Inditex en el periodo acumulado de febrero a octubre se sitúa en el 7%**, que no obstante baja al 3% atendiendo al impacto de los tipos de cambios.

Lo mismo ocurre con el beneficio bruto de explotación: a tipos de cambios constante, el Ebitda de Inditex habría ascendido un 9% en los nueve primeros meses del ejercicio, pero el efecto de la divisa redujo este crecimiento al 3%.

Aunque hace referencia a un periodo no cerrado (Inditex presentó ayer sus cuentas

Modaes

hasta el 31 de octubre), la compañía apuntó ayer que **en noviembre las ventas comparables aumentaron un 3%**. “Tras un inicio positivo de la campaña, un septiembre extraordinariamente cálido y un crecimiento de las ventas en las mismas tiendas del 5% en octubre y noviembre”, apuntó el grupo.

Esto permite a la compañía mantener sus expectativas de ventas comprobables y de margen bruto en el segundo semestre de 2018, ejercicio en el que realizará una inversión ordinaria de 1.500 millones de euros.