

Empresa

Pablo Isla (Inditex): “Seguimos teniendo potencial de crecimiento”

El presidente del grupo, que ha cerrado 2018 con el menor crecimiento de su historia, defiende que la empresa está en el camino correcto mediante la integración online y offline.

Iria P. Gestal
13 mar 2019 - 00:00

Pablo Isla: “Seguimos teniendo potencial de crecimiento”

“Seguimos teniendo potencial de crecimiento”. Así de contundente se mostró esta mañana Pablo Isla, presidente de Inditex, durante la presentación de los resultados anuales de la compañía. La empresa, inmersa en un proceso de transformación para integrar su distribución on y offline, cerró el último ejercicio con un alza de sólo el 3%, el menor de su historia, aunque logró contener le margen.

“Nuestra empresa ha hecho un esfuerzo de transformación muy relevante y creemos que estamos en el camino correcto”, ha asegurado el ejecutivo. La empresa se encuentra implementando un plan de reorganización con el que aspira a ser en 2020 una compañía “totalmente integrada, totalmente digital y totalmente sostenible”.

La transformación ha supuesto una reorganización de su red comercial, priorizando menos establecimientos de mayor superficie. “Yo dejaría de prestar atención al número de tiendas”, ha asegurado Isla.

“En el futuro, esta reordenación de tiendas no se va a producir en el futuro con la misma intensidad”

“Hemos rozado los cinco millones de metros cuadrados en 2018 y hemos añadido

Modaes

200.000 metros cuadrados durante el ejercicio, esto es mucho más importante que el número de tiendas”, ha apuntado.

“El proceso de mejora no acaba nunca, porque forma parte de nuestro espíritu como compañía”, ha explicado Isla, aunque ha matizado que, “en el futuro, esta reordenación de tiendas no se va a producir en el futuro con la misma intensidad con la que se ha producido en los años 2017, 2018 y 2019”.

Respecto a la evolución del negocio en el mercado español, Isla ha señalado que **“bajo ningún concepto estamos pensando en una reestructuración en España”**. “Hay que diferenciar la operativa y el impacto divisa. Las ventas crecen de forma sostenida, los ratios sin el impacto divisa crecen de forma armónica con el crecimiento normal de la empresa”, ha agregado.