

Las ventas de Inditex en 2011 crecieron un 10%, hasta 13.793 millones

El beneficio neto del Grupo se ha situado en 1.932 millones de euros, un 12% más sobre el alcanzado en 2010.

• El beneficio neto del Grupo se ha situado en 1.932 millones de euros, un 12% más sobre el alcanzado en 2010. • El Grupo creó 9.374 nuevos puestos de trabajo durante el ejercicio, alcanzando un total de 109.512 empleados. • Inditex cerró el ejercicio 2011 con 5.527 tiendas, 483 más que un año antes. Se realizaron aperturas en 49 mercados, cinco de ellos nuevos: Australia, Taiwán, Azerbaiyán, Sudáfrica y Perú. Tras la llegada al mercado australiano, Inditex cuenta con presencia comercial en los cinco continentes. • Zara lanzará su tienda online en China durante la campaña Invierno 2012. • Desde septiembre de 2011, todos los formatos comerciales de Inditex realizan ventas a través de internet. El comercio electrónico se extiende a 18 países europeos, Estados Unidos y Japón. • El Consejo de Administración propondrá a la Junta General de Accionistas incrementar el dividendo en un 12,5%, hasta un total de 1,80 euros por acción. • Las ventas en tienda a tipo de cambio constante, corregidas del efecto calendario de un día más en febrero por el año bisiesto, han aumentado un 11% en el periodo entre el 1 de febrero y el 14 de marzo de 2012.

Las ventas del Grupo Inditex en el ejercicio 2011 (del 1 de febrero de 2011 al 31 de enero de 2012) se incrementaron un 10% respecto a 2010, alcanzando los 13.793 millones de euros. Las ventas crecieron en todas las áreas geográficas (España; resto de Europa; América; y Asia y resto del mundo). El beneficio neto se situó en 1.932 millones de euros, un 12% más que en el ejercicio anterior. El incremento de las ventas a tipo de cambio constante fue del 11% y las ventas en superficie comparable durante este mismo periodo crecieron un 4%.

El Grupo ha generado en el ejercicio 9.374 nuevos puestos de trabajo, situando la plantilla total al cierre de 2011 en 109.512 personas.

Principales indicadores

Indicadores económicos

(en millones de euros)

2011

2010

11/10

Ventas

13.793

12.527

10%

Margen bruto

sobre ventas

8.180

59,3%

7.422

59,3%

10%

EBITDA

sobre ventas

3.258

23,6%

2.966

23,7%

10%

EBIT

sobre ventas

2.522

18,3%

2.290

18,3%

10%

Beneficio neto

sobre ventas

1.932

14,0%

1.732

13,8%

12%

Otros indicadores del ejercicio

Nº de tiendas

aperturas netas

5.527

483

Nº de mercados

nuevos mercados

82

5

Empleados

483 nuevas tiendas.

Durante el ejercicio 2011 se han realizado 483 aperturas en 49 mercados, situando el total de tiendas del Grupo en 5.527 y haciendo crecer la presencia comercial en todas las áreas geográficas. Entre estas aperturas destacan las primeras tiendas -en todos los casos de Zara- en cinco nuevos mercados: Azerbaiyán, Taiwán, Australia, Sudáfrica y Perú. Los tres últimos suponen un reforzamiento de la estrategia comercial diferenciada que Inditex aplica a los mercados ubicados en el hemisferio sur, uno de los factores que han impulsado la calurosa acogida por parte de los clientes a la propuesta de moda presentada en Sydney, Melbourne, Johannesburgo o Lima. Con la llegada a Australia, además, Inditex se consolida como retailer de moda global, con presencia en los cinco continentes.

Expansión en mercados asiáticos.

En el capítulo de la expansión destacan también las 132 nuevas tiendas abiertas en China, 30 de ellas de Zara, que ya ha superado los 100 establecimientos en este mercado. Durante 2011 se estrenaron dos nuevos formatos en China, Oysho y Zara Home, con 17 y cinco tiendas respectivamente, que han contribuido a elevar el número total de tiendas en este país hasta 275.

Ha sido también significativo el número de nuevas tiendas en los otros dos grandes mercados asiáticos, Japón y Corea, con 15 y 13 respectivamente, entre ellas las primeras de Bershka de ambos y las primeras en Corea del Sur de Pull&Bear y Stradivarius. Tres nuevas aperturas de Zara en India (en Bombay, Pune y Bangalore) y la mencionada llegada a Taiwán (con dos nuevas tiendas en Taipei), completan lo más destacado del ejercicio en Asia.

En Europa, destaca el crecimiento en el número de tiendas en mercados como Polonia (50 nuevas tiendas), Rusia (49), Rumania (21), Turquía (21), Italia (17) Ucrania (14) u Holanda (8). En el conjunto de los mercados europeos se abrieron 233 nuevas tiendas, entre ellas las primeras de Bershka y Zara Home en Alemania, de Pull&Bear en Holanda, de Oysho en Ucrania y de Massimo Dutti en Lituania.

Localizaciones emblemáticas.

La localización de las tiendas del Grupo en las principales áreas comerciales y, frecuentemente, en edificios relevantes, ha tenido durante 2011 ejemplos destacados, tales como las aperturas de Zara en las calles comerciales más destacadas de Sydney (Pitt Street) o Melbourne (Burke Street) o en el edificio Taipei 101 de la capital de Taiwán. Bershka inició su actividad en Japón con una tienda de cuatro plantas en el distrito de Shibuya, se situó en privilegiadas ubicaciones de Lausana (Rue Saint François) o Estambul (Bagdad Cadesi) y abrió en el centro de Berlín el ejemplo más avanzado de tienda ecoeficiente de la cadena, que opta a la certificación medioambiental LEED en la categoría platino.

En esta misma línea, Pull&Bear abrió en la calle Lijnbaan de Rotterdam una tienda que reúne los últimos avances en materia medioambiental, y ubicó nuevas tiendas en lugares como el Boulevard Al Massira de Casablanca, la Rue Neuve de Bruselas o la Rue Saint Ferréol de Marsella.

Por su parte, Zara Home inició su presencia en Alemania con una gran tienda en el área comercial más destacada de Frankfurt, Rathenauplatz, y abrió sendos establecimientos en Georges Street (Londres) y Van Baerlestraat, adyacente al Museumplein de Amsterdam. En esta misma zona de la capital holandesa se estableció Massimo Dutti, que también en 2011 abrió en la avenida Tverskaya de Moscú. Stradivarius impulsó su presencia en Italia con tiendas en lugares como el Corso Buenos Aires de Milán o la Via Roma en Turín, y Uterqüe desembarcó en el Paseo del Born de Palma de Mallorca o en Lippenslaan, en la ciudad turística belga de Knokke.

Lanzamiento de la venta por internet en el mercado chino .

Zara iniciará la venta online en China en los próximos meses, extendiendo este canal a uno de los mercados en los que las cadenas de Inditex están desarrollando un crecimiento más rápido. En el pasado ejercicio el Grupo ha proseguido el desarrollo de sus plataformas de ventas por internet, completando en septiembre de 2011 la presencia de todos sus formatos en este canal. Al cierre del ejercicio, las distintas cadenas tenían tiendas online operativas en 18 países europeos. Además, Zara comenzó a operar en Estados Unidos y Japón.

Plataformas de venta por internet

Alemania

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe

Austria

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Oysho, Zara Home

Bélgica

Zara, Pull&Bear, Bershka, Oysho, Zara Home

Dinamarca

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Zara Home

España

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe

Estados Unidos

Zara

Francia

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe

Grecia

Zara Home

Irlanda

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Zara Home

Italia

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home

Japón

Zara

Luxemburgo

Zara, Oysho, Zara Home

Mónaco

Zara, Masimo Dutti, Zara Home

Noruega

Zara, Zara Home

Países Bajos

Zara, Pull&Bear, Bershka, Oysho, Zara Home

Polonia

Zara (*), Pull&Bear, Bershka, Stradivarius, Zara Home (*)

Portugal

Zara, Pull&Bear, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterqüe

Reino Unido

Zara, Pull&Bear, Masimo Dutti, Bershka, Oysho, Zara Home, Uterqüe

Suecia

Zara, Pull&Bear, Zara Home

Suiza

Zara, Masimo Dutti, Bershka, Zara Home, Uterqüe

(*) Plataformas en funcionamiento con posterioridad a 31-01-2012.

Dividendo.

El Consejo de Administración de Inditex propondrá a la Junta General de Accionistas que se celebrará el próximo mes de julio el pago de un dividendo de 1,80 euros por acción, un 12,5% superior al del año anterior. De esta cantidad,

se pagarán 0,90 euros por acción el 2 de mayo de 2012 en concepto de dividendo a cuenta, mientras que el 2 de noviembre de 2012 se repartirán 0,90 euros por acción en concepto tanto de dividendo complementario como de dividendo extraordinario.

Inicio del ejercicio 2012.

Las ventas en tienda a tipo de cambio constante, corregidas del efecto calendario de un día más en febrero por el año bisiesto, han incrementado un 11% en el periodo desde el 1 de febrero hasta el 14 de marzo de 2012.

Respecto al conjunto del ejercicio, Inditex prevé incrementar el número de tiendas en un rango de entre 480 y 520 nuevos establecimientos. Entre ellos se encuentra la tienda Zara abierta recientemente en el 666 de la Quinta avenida de Nueva York, que tanto por su localización como por sus características (más de 3.500 metros de superficie construida en tres plantas en la esquina de la Quinta avenida con la calle 52) se configura como una auténtica referencia global de la marca.

Artículo publicado en [Inditex](#)
