



# INDITEX

Resultados primer semestre 2020



PULL&BEAR

Massimo Dutti

Bershka

Stradivarius

OYSHO

ZARA HOME

UTERQÛE



Resultados del primer semestre 2020

# Inditex regresa a beneficios y genera 734 millones de caja neta en el segundo trimestre

## *Fuerte crecimiento del 74% de online en el semestre*

- > La compañía ganó **214 millones de euros** en el segundo trimestre (de mayo a julio) frente a los 409 millones de pérdida del primero debido a la pandemia de la covid-19.
- > El semestre completo arroja de esta forma un **resultado neto de -195 millones de euros**, que **sería ya positivo en 39 millones** si se excluyera la provisión de 308 millones realizada en el primer trimestre para la integración digital avanzada de tiendas.
- > **La compañía ha generado ya 734 millones de euros de caja neta** en el segundo trimestre. La posición financiera neta del semestre alcanza los 6.486 millones.
- > El beneficio operativo, **EBITDA, del segundo trimestre ha superado los mil millones de euros**, lo que sitúa el EBITDA consolidado del semestre en los 1.486 millones de euros.
- > **Las ventas han seguido creciendo** desde el 44% negativo del primer trimestre al -31% del segundo, donde hubo hasta un 87% de las tiendas cerradas en mayo. En la actualidad, **el 98% de las tiendas están ya abiertas**, aunque algunas se mantengan con restricciones en determinados mercados.
- > **La venta online** mantiene un ritmo muy alto de crecimiento, con **un 74% de media en el semestre. El Grupo superó por primera vez un millón de pedidos online en un solo día.**
- > La tendencia de crecimiento se refleja en las **ventas a tipo de cambio constante** entre el 1 de agosto y el 6 de septiembre, que son un **11% inferiores respecto al muy exigente crecimiento del mismo período del ejercicio 2019 (+8%)**. La venta online sigue creciendo a un ritmo destacado y las ventas en tienda física se van recuperando progresivamente.
- > Desde el punto de vista social, se han impulsado **dos importantes proyectos**: por un lado **donación de prendas a refugiados en Ruanda** por necesidades humanitarias **a través de ACNUR**, y, por otro, **donación a la Confederación Galega de Persoas con Discapacidade** de máquinas para la fabricación masiva de mascarillas, que generará 25 puestos de trabajo social.
- > El presidente de Inditex, **Pablo Isla**, ha **recordado que** "la recuperación y el **fuerte desempeño operativo** son fruto del **trabajo, la implicación y la creatividad de todas las personas** que integran Inditex" y ha expresado su "especial satisfacción con la evolución de **la venta online**, pues demuestra la importancia de nuestra **estrategia de integración de tienda y online** como parte esencial de nuestro **modelo de negocio**".



# I. Claves del semestre

**Las ventas del Grupo Inditex** en el primer semestre del ejercicio 2020 (entre el 1 de febrero y el 31 de julio) han continuado recuperándose hasta alcanzar los 8.033 millones de euros, **limitando su caída al 37%**, gracias a que en el segundo trimestre (del 1 de mayo al 31 de julio) mejoraron hasta el -31% desde el -44% registrado en el primer trimestre.

**Las tiendas cerradas** en el segundo trimestre llegaron a alcanzar el **87% del total** en el mes de mayo y desde entonces han ido normalizando su actividad paulatinamente. **En la actualidad se ha conseguido abrir ya el 98%** del parque global de tiendas, aunque se mantienen algunas limitaciones de horario y aforo en determinados mercados.

**Fuerte crecimiento de internet.** Las ventas se han visto impulsadas por el muy fuerte crecimiento de la venta online, que fue del **74% en los seis primeros meses del ejercicio.**

El **margen bruto** se ha mantenido de forma muy significativa en un **robusto 56,2%** sobre las ventas, frente al 56,8 del ejercicio 2019, fruto de la gestión de un modelo de negocio ajustado a la demanda. Esta gestión se refleja también en el **inventario, un 19% inferior** respecto a la misma fecha del ejercicio anterior. Por su parte, la gestión activa del **gasto operativo** permitió reducirlo en un 21%.

**734 millones de generación de caja neta.** El fuerte desempeño del segundo trimestre se refleja también tanto en la evolución del beneficio operativo (EBITDA) como en la posición financiera neta. En este periodo, la compañía **ha superado los mil millones de EBITDA** y ha sido capaz de **generar 734 millones de euros de caja neta.**

En el semestre, el EBITDA asciende a 1.486 millones de euros mientras que la **posición financiera neta alcanza ya los 6.486 millones de euros**, a pesar de todas las

circunstancias adversas provocadas por la pandemia de la covid-19.

**Regreso a beneficios en el trimestre.** Todos estos factores han permitido a la compañía regresar a unos **beneficios en el segundo trimestre del año de 214 millones** de euros, dejando atrás las pérdidas de los tres primeros meses.

Por su parte, **en el semestre el beneficio neto fue de -195 millones.** Si excluimos la **provisión de 308 millones** de euros realizada en el primer trimestre para acelerar la estrategia de integración de tiendas con online, **el beneficio neto es ya positivo** y alcanza los 39 millones de euros.

**Declaración de Pablo Isla.** Con todos estos datos, el presidente de Inditex, Pablo Isla, ha subrayado la importancia de los logros obtenidos en las circunstancias actuales y ha recordado: *“La recuperación y el fuerte desempeño operativo son fruto del **trabajo, la implicación y la creatividad de todas las personas que integran Inditex.** Estoy especialmente satisfecho de la evolución de la venta online, pues demuestra la importancia de **nuestra estrategia de integración de tienda y online,** como parte esencial de nuestro modelo de negocio, con tres pilares clave: **flexibilidad, integración y sostenibilidad.** Día a día esta combinación demuestra su solidez”.*

**Inicio del segundo semestre.** Se mantiene la **tendencia de normalización** identificada durante el tercer trimestre, con la **venta online** creciendo a un ritmo destacado y las **ventas en tienda física recuperándose** progresivamente. La **venta en tienda y online** a tipo de cambio constante entre el 1 de agosto y el 6 de septiembre de 2020 **ha sido un 11% inferior** al exigente comparable del mismo periodo en 2019, cuando la venta creció un 8%.

BUSCAR

# NEW IN

Explore this week's latest womenswear pieces of the season curated for you  
Autumn Winter Woman Collection

VIEW



# II. Estrategia de anticipación y transformación digital

Durante el semestre, y en especial en el segundo trimestre, la compañía ha profundizado en su estrategia iniciada en 2012 de transformación digital e integración de la plataforma de tienda y online, en base al plan de inversión anunciado por el presidente y presentado en la Junta General celebrada el 14 de julio. Pablo Isla adelantó que la estrategia de transformación digital de la compañía llevará a que en 2022 la venta online represente más del 25% del total, frente al 14% conseguido en 2019.

**Un millón de pedidos en un día.** En este contexto de fortalecimiento de la experiencia integrada y de la capacidad de venta online, durante el segundo trimestre se ha superado por primera vez la cifra de un millón de pedidos en un solo día. En los primeros siete meses del año (febrero a agosto) las tiendas online del Grupo rozan ya los 3.000 millones de visitas y sus perfiles en redes sociales cuentan con 190 millones de seguidores.

Para satisfacer este fuerte incremento de la demanda y garantizar la máxima calidad de servicio, uno de los aspectos más importantes es el desarrollo de la plataforma tecnológica propia, *Inditex Open Platform* (IOP), que prosigue su desarrollo, y la implantación del sistema de gestión integrada del stock (SINT), que a su vez permite mantener la totalidad del inventario a disposición del cliente de manera constante.

En este sentido, varias tiendas han comenzado a incorporar ya el denominado 'Modo tienda' (ver página 8), uno de los usos que mejor reflejan la aplicación práctica de la integración entre tiendas y online en el servicio al cliente.

**Actualización digital de tiendas.** En este sentido, durante el semestre se han abierto tiendas de gran formato en 14 mercados y se han realizado 72 reformas, de las que 35 fueron ampliaciones, en línea con el objetivo de la compañía de apostar por unidades más grandes, al tiempo que se siguen absorbiendo unidades

más antiguas y con menos capacidad estructural para adaptarse al modelo de tienda plenamente integrada.

Algunas de las aperturas y ampliaciones más relevantes de la primera parte del ejercicio se registran en emplazamientos comerciales de primer nivel como Moscú, París, Madrid, Berlín, Nueva Delhi, Lisboa, Ámsterdam (Ver Anexo I). A cierre del semestre, el grupo disponía de 7.337 tiendas en 96 mercados, a las que se suman aperturas relevantes ya en el segundo semestre en Mónaco, Pekín, París, Londres o Doha, entre otros.

**Nuevas plataformas integradas.** Durante el trimestre, Zara también extendió su plataforma online en Argentina, Uruguay, Paraguay, Perú y Argelia. La oferta comercial de las ocho marcas del Grupo está disponible en más de 200 mercados. Ya en el tercer trimestre, Zara inició su venta online en plataforma integrada local en Chile, Macedonia del Norte, Montenegro, Túnez y Andorra, y hoy miércoles 16 de septiembre lo está haciendo en Guatemala, Costa Rica, Honduras y Nicaragua. Stradivarius también acaba de abrir su plataforma online en Arabia Saudí e Israel.

**Iniciativas comerciales (Anexo II).** En paralelo a este despliegue y transformación de la plataforma integrada de tienda y online, todas las marcas del Grupo han continuado con sus iniciativas comerciales, adaptadas a la evolución de las preferencias de los clientes.

Sirva citar el ejemplo de Zara, que lanzó una nueva cápsula de la colección SRPLS, con la inspiración náutica como protagonista. Asimismo, Zara ha proseguido con sus colaboraciones con las más prestigiosas escuelas de diseño del mundo, dentro de su programa *View.s*, en esta ocasión una cápsula de Zara Woman con el Pratt Institute de Nueva York. Ya al inicio de la temporada otoño-invierno, Zara Man ha lanzado una colección de prendas en colaboración con The Josef and Anni Albers Foundation, integrantes de la escuela Bauhaus.





# Lanzamiento del proyecto 'Modo tienda'

La incorporación de la última tecnología aplicada al modelo de tienda integrada ha permitido esta misma semana activar el 'Modo Tienda' en 25 tiendas Zara de España, en ciudades como Madrid, Barcelona, Bilbao, A Coruña, Sevilla, Pamplona, Málaga o Badajoz, entre otras

El 'Modo Tienda' es una nueva funcionalidad que permite a los clientes llevar la tienda de su elección a la palma de su mano.

**Click & go.** A través de la APP de Zara, el cliente puede activar esta función y elegir navegar por la tienda que desee. A partir de ese momento, observa las colecciones disponibles en el propio espacio, puede comprar online la unidad específica y, si así lo desea, puede recogerla en tienda en apenas 30 minutos, tiempo requerido para que el personal prepare el pedido con los estándares de calidad de Zara.

**Click & find.** Esta función es posible gracias a la incorporación de tecnología de identificación por radiofrecuencia RFID a todas las tiendas y, sobre esa base, a la implantación del Sistema de Gestión Integrada del Stock (SINT). Este sistema permite completar los pedidos online desde la tienda, lo que ofrece una mejora en la respuesta al cliente y, en paralelo, permite mantener activa comercialmente la totalidad del inventario 24/7/365, independientemente de dónde se ubiquen las unidades, en superficie comercial, almacén de tienda o stockroom online. Una vez en la tienda, los clientes pueden utilizar APP de Zara, desde el móvil, consultar la ubicación física de las prendas de su elección, a través de un plano de tienda.

**Click & try.** Además, el 'Modo Tienda' dispone de otras funciones que evolucionan aún más la experiencia de integración Asimismo, pueden reservar probador desde la aplicación, evitando esperas y mejorando la experiencia.

La aplicación, compatible con el pago con móvil, permite elegir la opción de e-ticket, eliminando el uso de papel y conservando en su aplicación el histórico de sus compras y los e-tickets correspondientes.



**Madrid:** Calle Serrano, 23, Paseo Castellana, 79, C.C. ParqueSur, C. C. Gran Plaza 2, Calle Fuencarral, 126-128 y Calle Preciados, 18; **Barcelona:** Calle Pelayo 58, Centro Comercial L'ILLA, Paseo de Gracia, 16, Avd. del Portal de L'Angel, 11-13 y Plaza de Cataluña, 5; **A Coruña:** C. C. Cuatro Caminos, C. C. Marineda City y Calle Compostela 3-5; **Málaga:** Centro Comercial Larios Centro y Centro comercial Plaza Mayor Shopping; **Alicante:** Avenida Maisonnave, 42-44; **Badajoz:** C.C. El Faro del Guadiana; **Bilbao:** Calle Gran Vía 23; **Mallorca:** Paseo del Born, 25; **Marbella:** C.C. La Cañada; **Pamplona:** Avenida San Ignacio, 7; **San Sebastián:** Centro Comercial Gabera; **Sevilla:** C.C. Lagoh; **Zaragoza:** Paseo de las Damas, 3.

## III. Sostenibilidad

Durante el trimestre, Inditex prosiguió atendiendo sus compromisos y objetivos de sostenibilidad, tanto en el avance en la supresión del plástico como en el incremento del peso de las materias primas y de los procesos más sostenibles dentro de sus colecciones, priorizando sus ambiciosos objetivos en esta materia y en la gestión eco-eficiente de todas sus sedes y tiendas. De entre todos los proyectos, destacan dos por su relevancia y trascendencia, el primero encuadrado dentro de la política global de la compañía de ayuda a los refugiados, y la segunda, centrado en ayudar en la emergencia sanitaria a entidades sociales que agrupan a colectivos en riesgo de exclusión:

### **Inditex dona 750.000 prendas a través de ACNUR para necesidades humanitarias de refugiados**

*El valor de venta al público de las prendas alcanza los 13,5 millones de euros*

Inditex va a donar 750.000 prendas de sus diferentes marcas al Comité Español del Alto Comisionado de la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR) para su distribución en siete campos de Ruanda en los que se refugian alrededor de 149.000 personas desplazadas, en su mayoría procedentes de la República Democrática del Congo y Burundi.

A través de esta iniciativa, que la compañía desarrolla en colaboración con varios proveedores, se han enviado 139.571 unidades en agosto; 111.048 partirán antes de finales de septiembre y las restantes, hasta completar la donación, lo harán antes del 31 de enero de 2021, asumiendo íntegramente el transporte hasta el país africano. El valor de venta al público de los productos donados alcanza los 13,5 millones de euros.

Ruanda es uno de los principales países receptores de desplazados por las olas de inestabilidad registradas en los últimos años en la República Democrática del Congo, así como desde Burundi. El primer país ha

generado un estimado de 5 millones de desplazados entre 2017 y 2019. La tensión en Burundi ha provocado la huida de centenares de miles de burundeses hacia los países vecinos. ACNUR está brindando asistencia en los campamentos para desplazados. Las necesidades más urgentes son cobijo, agua, saneamiento, atención médica, ropa y comida.

El presidente de Inditex, Pablo Isla, se ha referido a este compromiso que la empresa mantiene a largo plazo en la atención de refugiados, y que ocupa una parte fundamental de su modelo de inversión en la comunidad: "Durante los últimos 20 años, hemos colaborado de manera estable con organizaciones sociales de referencia en sus programas de cooperación internacional y ayuda humanitaria para la atención de refugiados y migrantes forzados en numerosas áreas de África, Asia, América Latina y Europa. Para todos los que formamos Inditex es una gran motivación mantener esta implicación en el futuro".





Líneas de producción de mascarillas fabricadas por Mondragon Assembly.

En la página siguiente trabajadores del Servicio de Intermediación Laboral de COGAMI.

# **Inditex dona a la Confederación Galega de Persoas con Discapacidade cuatro máquinas para la fabricación masiva de mascarillas**

*El proyecto, valorado en 2,3 millones de euros, tiene capacidad para producir once millones de unidades mensuales y generará 25 puestos de trabajo sociales*



Inditex donará a la Confederación Galega de Persoas con Discapacidade (COGAMI) cuatro máquinas para la fabricación masiva de mascarillas quirúrgicas de protección frente a la Covid-19, y que serán vendidas por la organización para contribuir a sus fines sociales. Se estima que las máquinas, que llegaron en junio a las instalaciones de Inditex en A Laracha (A Coruña), comenzarán su producción durante el invierno, una vez se completen las obras de instalación, en colaboración con Mondragón Assembly.

La maquinaria se instalará en un emplazamiento de COGAMI situado en el polígono industrial de Bergondo

(A Coruña), donde se generarán hasta 25 puestos de trabajo vinculados a esta producción. Estas instalaciones serán íntegramente acondicionadas por Inditex para adecuarse a los requisitos establecidos por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios en lo relativo al funcionamiento de instalaciones para la fabricación de productos sanitarios.

Con este objetivo, COGAMI va a constituir un Centro Especial de Empleo sin ánimo de lucro, cuyo objetivo principal será ofertar a personas con discapacidad, empleo para esta producción adecuado a sus características personales y que facilite su integración laboral en el mercado ordinario de trabajo.

Las instalaciones contarán con cuatro líneas de producción automatizada. Estos equipos, valorados en más de un millón de euros, dispondrán de una capacidad productiva de alrededor de once millones de unidades mensuales. El conjunto del proyecto está valorado en 2,3 millones de euros.

Las líneas de fabricación han sido diseñadas y ensambladas por la cooperativa Mondragón Assembly, perteneciente a la Corporación Mondragón, que con sus más de 40 años de experiencia en la fabricación y automatización de línea de ensamblaje, desarrolla soluciones de alta tecnología para diversos sectores, entre ellos el sector médico.

# IV. Junta General de Accionistas

El pasado 14 de julio, la compañía celebró su Junta General de Accionistas, en la que el presidente de Inditex, Pablo Isla, dio cuenta del fuerte desempeño operativo de la compañía durante el ejercicio 2019 y ofreció un repaso del inicio del ejercicio 2020, fuertemente marcado por la pandemia de la covid-19.

Asimismo, Isla actualizó a los accionistas sobre los aspectos clave de la estrategia Horizonte 2022, en la que se invertirán 2.700 millones de euros para acelerar una nueva etapa en la transformación digital, integrada y sostenible de la compañía, en la que se han invertido ya más de 10.000 millones de euros en 7 años.

De acuerdo con lo aprobado por la Junta de Accionistas a propuesta del Consejo de Administración, el 2 de noviembre de 2020 se realizará el abono del dividendo ordinario de 0,35 euros por acción, a cuenta de los resultados del ejercicio 2019.

**INDITEX**

Dirección General de Comunicación  
y Relaciones Institucionales

+34 981 185 400

[comunicacion@inditex.com](mailto:comunicacion@inditex.com)

[www.inditex.com](http://www.inditex.com)

