

El beneficio sube un 1%; las ventas, un 5%, y el dividendo, un 10%

Inditex se refuerza como líder del sector

■ **Nuria Díaz**

Inditex registró un beneficio neto de 2.377 millones de euros en su año fiscal 2013-2014 (del 1 de febrero de 2013 al 31 de enero de 2014), lo que supone un incremento del 1% respecto al ejercicio anterior, informó este miércoles la compañía gallega, que elevará el dividendo un 10%, hasta un total de 2,42 euros por acción.

Las ventas del grupo se situaron en 16.724 millones de euros, lo que representa un aumento del 5% y del 8% a tipos de cambio constante. El grupo de Amancio Ortega destacó que las ventas en superficie comparable se incrementaron un 3%, sobre el 6% del ejercicio anterior. El presidente y consejero delegado de la compañía, Pablo Isla, definió este ejercicio como "satisfactorio".

Por áreas geográficas, Europa, sin España, aportó el 45,9% de las ventas del grupo, frente al 45,4% de hace un año, mientras que Asia contribuyó con el 20,4% de las ventas, sobre el 19,7% de un año antes.

Por su parte, España aportó a las ventas del grupo un 19,7% del total, frente al 20,7% del cierre del ejercicio precedente, y América, el 14%, dos décimas menos que en 2012.

El resultado bruto de explotación (Ebitda) se mantuvo estable, hasta situarse en 3.926 millones de euros, como consecuencia del efecto divi-



Pablo Isla, presidente y consejero delegado de Inditex.

sa, siendo ésta la primera vez que el Ebitda de la gallega se sitúa plano desde que salió a Bolsa, en el año 2001. Por su parte, el margen bruto de Inditex se situó en 9.923 millones de euros, un 4% más.

Previsiones económicas

Isla, ha afirmado que las ventas de la compañía se han mantenido estables en 2013 en España, con un alza del 3% en el segundo semestre, y ha subrayado que esta evolución continúa en el arranque del ejercicio 2014, lo que, a su juicio, se traduce en que el cambio

de tendencia en la economía española se confirma.

El máximo ejecutivo del gigante textil ha destacado la aportación de Inditex a las arcas públicas, con el pago de tributos en España, y ha precisado que la firma desembolsó en 2013 un total de 821 millones de euros, un 8% más, en concepto de Impuesto de Sociedades, cotizaciones a la Seguridad Social y aranceles a la importación.

En concreto, ha señalado que la Inditex ha tributado unos 440 millones de euros por el Impuesto de Sociedades en 2013, un 14% más

que un año antes y una cantidad que "muy significativa" sobre el total de lo recaudado por este tributo, al tiempo que ha precisado que la tasa fiscal de Inditex en España es del 27% y que su aportación al PIB es del 0,5%.

Efecto sede

Isla ha vuelto a insistir en la importancia del 'efecto sede' en la internacionalización de las empresas, ya que, en su opinión, mantener el domicilio social en España, como el caso de la gallega, contribuye al crecimiento de la economía y del empleo. El presidente de Inditex ha afirmado que este año generará unos 2.000 puestos de trabajo en España, entre directos e indirectos, una cifra similar a la de 2013, y ha subrayado que los sueldos de la compañía están por encima de la media contemplada en los convenios.

La compañía tiene previsto inaugurar en los próximos meses la plataforma logística de Cabanillas (Guadalajara), que ha supuesto una inversión de 150 millones de euros para dar distribuir prendas de Pull&Bear, con una plantilla inicial de entre 200 y 250 trabajadores, para llegar posteriormente hasta el medio millar.

Isla percibió un sueldo de 6,35 millones de euros en el ejercicio 2013, cifra un 2% inferior a la de 2012.

SUBRAYADO

Isla impone un estilo diferente

■ Los analistas lo tienen claro. Pablo Isla ha dado un nuevo estilo a la manera de hacer comunicación empresarial de la compañía que es el líder textil en el mundo. Amancio Ortega, fundador, y 'alma mater' es un indudable visionario y empresario de éxito, pero tenía una asignatura pendiente. Ortega suspendía en comunicación. Había llevado su aversión a los focos y su protección a ultranza de su vida privada, al terreno empresarial. Se había vuelto demasiado escurridizo en lo que a la empresa se refería. Durante años fue tarea imposible tener, ni tan siquiera, una foto oficial del empresario gallego. La designación de un 'sucesor' empresarial, más acostumbrado a lidiar con analistas, periodistas, eventos... ha dado una nueva proyección la Inditex.

Isla recorre las principales plazas bursátiles, mantiene conferencias con los analistas de todo el mundo, visita las aperturas y da varias ruedas de prensa al año en las que -como en la última, la de presentación de resultados de 2013- tiene todos los datos en la cabeza y no necesita papeles.

Un cambio de estilo más acorde con la dimensión e importancia de la empresa que representa.

Se incrementa un 23,5% el número de viajeros tras las bajadas de precio

El AVE despegua

■ Los trenes AVE de Renfe elevaron en un 23,47% el número de viajeros transportados desde que en febrero de 2013 la operadora bajó un 11% el precio de los billetes y lanzó una nueva política comercial con descuentos adicionales, según anunció la ministra de Fomento, Ana Pastor.

Durante este año, los trenes de Alta Velocidad ganaron 2,83 nuevos usuarios y transportaron así un total de 14,9 millones de pasajeros. La ocupación media de los trenes avanzó en ocho puntos porcentuales, para situarse en el 73%.

"Se trata de datos muy positivos, que indican que hemos cumplido nuestro objetivo de que los trenes AVE vayan más ocupados, que muchas más personas se han subido al AVE, algunos por primera vez, y que además se han incorporado a este modo de transporte muchos jóvenes", destacó Pastor en rueda de prensa.

Ingresos

Estos datos tuvieron también reflejo en los ingresos del AVE, que crecieron casi un 7%, hasta sumar 784 millones de euros entre febrero de 2013, cuando Renfe lanzó su nueva política de precios, hasta el mismo mes de este año.

En cuanto al resto del servicio comercial de la compañía, para los que no recibe subvención pública, los trenes de Larga Distancia, elevaron en un 7,64% el número de viajeros tras ganar 760.533 nuevos



EL 8 de febrero de 2013, Renfe lanzó una nueva política comercial. EP

4,8 millones de clientes viajan ya con el Billete en el Móvil, gracias a la nueva app Renfe Ticket

pasajeros en estos doce últimos meses.

El 8 de febrero de 2013 Renfe lanzó una nueva política comercial para el AVE y la Larga Distancia que supuso bajar en un 11% el precio de todos los billetes y además articular una serie de descuentos y pro-

mociones que permiten lograr plazas con descuentos de precios adicionales del 70%.

Desde entonces, y según detalló Pastor, la operadora también ha ido potenciando la utilización y uso comercial de las nuevas tecnologías, dado que 4,8 millones de clientes viajan ya con el Billete en el Móvil, gracias a la nueva app Renfe Ticket, que suma 200.000 descargas en los dos meses desde su lanzamiento. Casi la mitad (el 44,8%) de sus billetes de AVE se venden por internet.

FCC vende Cemusa a JC Decaux

■ FCC ha llegado a un acuerdo para la venta de Cemusa, su filial de publicidad exterior, a JCDecaux por 80 millones de euros. Esta operación se enmarca en el plan de desinversiones destinado a reducir el endeudamiento del Grupo de Servicios Ciudadanos. Juan Béjar, vicepresidente y consejero delegado de FCC subrayó que "esta operación supone un paso más en el compromiso de reducir la deuda en 2.700 millones de euros, de los que 2.200 corresponden a la venta de activos". Según Béjar, "la integración de Cemusa en JCDecaux abre nuevos horizontes a los profesionales de la filial de publicidad exterior, ya que se integran en una de las compañías líderes del sector". Cemusa una de las empresas españolas líderes en el sector del diseño, fabricación,

instalación y mantenimiento de publicidad exterior. Está presente en 160 municipios de cinco países: España, Estados Unidos, Brasil, Portugal e Italia. En 2013, esta filial de FCC tuvo unos ingresos de 142 millones de euros.

Desde la puesta en marcha del Plan Estratégico presentado por el vicepresidente y consejero delegado del Grupo, Juan Béjar, a finales de marzo pasado, FCC ha llegado a un acuerdo para la venta del 50% de su participación en Proactiva a sus socios de Veolia por 150 millones de euros, se ha desprendido del 49% de su filial de agua en la República Checa (SmVak) por 97 millones de euros y del 39% en el accionariado del Hospital de Einniskillen (Irlanda del Norte) por 23 millones de euros.

BREVES

■ **ALSTOM** España dedicó en el último ejercicio más del 4% de su facturación en nuestro país a actividades de I+D, lo que supone el doble de la media nacional del sector manufacturero e industrial. En total, las inversiones en I+D realizadas por Alstom España en los últimos tres ejercicios superaron los 100 millones de euros, distribuidos en medio centenar de proyectos de innovación en energías renovables, transporte ferroviario y distribución de energía eléctrica. El Grupo Alstom cuenta con 9 centros de inge-

niería e I+D en nuestro país, dedicados a energía eólica, hidráulica, transmisión de electricidad, señalización ferroviaria, interiorismo y mantenimiento ferroviario.

■ **NATURHOUSE** La red de franquicias Naturhouse incorpora Túnez a su presencia internacional y con este nuevo mercado la enseña se encuentra activa en más de 40 países. La previsión para Túnez es abrir 12 tiendas en los próximos siete años -la primera de ellas en septiembre, en la capital-.