



Pablo Isla, presidente de Inditex

Inditex cambia de estrategia y apuesta por transformar la crisis del Covid-19 en una oportunidad. Contra todo pronóstico, y pese a registrar unas pérdidas de 409 millones de euros en el primer trimestre del año fiscal, la compañía repartirá un dividendo de 0,35 euros por acción e invertirá 2.700 millones de euros en los próximos dos

años para acelerar su transformación digital. Una apuesta por la tienda del futuro que supondrá el cierre de entre 1.000 y 1.200 tiendas este año y el que viene y hasta 300 en España. La compañía asegura que la plantilla se mantendrá intacta y reiteran la fortaleza de su posición financiera neta actual de 5.752 millones de euros.

Pagará dividendos, aunque pierde más de 400 millones en el primer trimestre, los primeros números rojos de su historia

Inditex se reinventa y aumenta sus inversiones para crecer

■ Maite Nieva

El Covid-19 ha impactado con fuerza en los resultados de la compañía en su primer trimestre fiscal de 2020, tal como esperaba el mercado. El cierre forzoso de las tiendas de la multinacional, tras las medidas impuestas por los gobiernos para frenar la pandemia del Covid, ha llevado a la compañía fundada por Amancio Ortega a presentar números rojos por primera vez en su historia como cotizada. En los meses de febrero, marzo y abril, la multinacional perdió 409 millones de euros frente a unas ganancias de 734 millones de euros en el primer trimestre de 2019. No obstante, el resultado neto incluye una provisión de 308 millones de euros destinada a la conclusión del programa de optimización de tiendas. Sin esa provisión, el resultado hubiera sido de 175 millones de euros, señalan desde la compañía.

Lejos de frenar a los inversores, Inditex recibía estos datos con subidas y conseguía ser una de las pocas compañías del Ibex 35 que lideraban los avances en el selectivo español con una subida del 2,10%. Y en un día en el que las malas previsiones macro teñían el selectivo de rojo.

Buena acogida del mercado

“La apuesta por lo digital gusta al mercado”, comenta Aitor Méndez, analista de IG. El mercado ya se había mentalizado para ver unos números rojos por encima, incluso, de los 100 millones de euros pero el desplome de las ventas ha sido mayor al barajado por el consenso de los analistas, explica. Finalmente el dato definitivo se ha situado en los 3.303 millones de euros, un 44% menos en comparación con los 5.927 millones de euros registrados en igual período de 2019 frente los 3.500 millones de euros previstos.

Sin embargo la volatilidad del mercado no ha perdonado a la compañía que lidera Pablo Isla. El pasado 11 de junio, un jueves negro para las Bolsas de todo el mundo después de que la Reserva Federal de EE.UU anunciara pronósticos de recesión han vuelto las caídas del valor hasta situarse por debajo de los 25 euros por acción desde los 26,5 anteriores antes de conocerse los resultados. Las casas de inversión han ajustado sus valoraciones y aunque la mayoría recomiendan comprar algunos analistas no han olvidado que las pérdidas han sido “notablemente superiores a las previstas” y las estimaciones para los próximos dos años “muy poco claras”.

En esta línea Credit Suisse reitera su consejo de “neutral” con un precio objetivo de 24 euros, por debajo del precio actual de cotización alre-

dor de 25 euros. Los analistas del banco suizo recortan su previsión de beneficio por acción para 2020 en otro 14% respecto a las estimaciones del 62% interanual y prevén que el crecimiento de las ventas sea un 2,5% más lento. Más optimistas, los analistas de Barclays valoran la “resistencia” que reflejan los números de la compañía, pese a la debilidad de las cifras trimestrales. Y, aunque no descartan que el segundo trimestre sea difícil, y que el volumen de nego-

Credit Suisse recorta su previsión de beneficio por acción para 2020 y estima que su crecimiento será lento. Reitera su precio objetivo de 24 euros

cios ha caído un 51% en mayo, ven algunas tendencias alentadoras el grupo textil. “A medida que las tiendas se van reabriendo gradualmente, las ventas en los mercados totalmente abiertos disminuyeron sólo un 16% durante la semana del 2 al 8 de junio”, subrayan. Claramente bajista, Berenberg reducen el precio objetivo de Inditex hasta 21 euros por acción desde 22 euros anterior.

Las previsiones más optimistas son las que barajan HSBC al mejorar el precio objetivo del valor hasta 30 euros por acción desde los 29 euros anteriores y Kepler Cheuvreux con un precio objetivo de 27,1 euros por acción desde 25,7 euros. También UBS aumenta la valoración de la compañía hasta 28,5 euros por acción desde 27,33 euros.

Pese a las pérdidas registradas el Consejo de Administración de la com-

pañía propondrá a la Junta General de Accionistas repartir un dividendo ordinario de 0,35 euros por acción el próximo 14 de julio, a abonar el 2 de noviembre de 2020. La política de dividendos de la compañía se mantiene intacta, según la compañía, con un *payout* del 60% y el complemento de

Barclays ve en el grupo textil algunas tendencias alentadoras, aunque no descarta un segundo trimestre difícil para el grupo

un dividendo extraordinario total de 0,78 euros por acción. Su distribución estaba prevista para los años 2020 y 2021, y pasarán a repartirse en 2021 y 2022. Una propuesta que supone una reducción del 20% respecto al dividendo ordinario de 0,44 euros por acción de 2018, subraya el equipo de analistas de Bankinter, si bien consideran que es “una medida de prudencia para preservar la fortaleza del balance”. Igualmente valoran que grupo mantenga los objetivos de crecimiento de las ventas del 4% y 6% a largo plazo. “La solidez del modelo se demuestra con una sólida posición de caja, el recorte de 21% de los costes operativos, la reducción de inventarios y el crecimiento de las ventas *online* del 50% en el trimestre y del 95% en abril”, dicen.

Mejoría en las ventas

Las perspectivas de crecimiento de ventas a largo plazo anunciadas por Inditex han superado las previsiones de Renta 4. Las ventas en mayo en tiendas y *online* cayeron un 51% a tipo de cambio constante y desde el 1 al 8 la tendencia ha mejorado con una caída del 34% y del 16% en aquellos mercados en los que tienen todas las tiendas abiertas. “Esta evolución mejora las expectativas de las ventas comparables del segundo trimestre de 2020” de Renta 4. Recomiendan “mantener” y un precio objetivo de 27 euros por acción.

El inicio del segundo trimestre del ejercicio ha estado marcado por la paulatina reapertura de tiendas en diferentes mercados y por el crecimiento de la venta *online*. En mayo se han ido abriendo paulatinamente tiendas de diferentes mercados y a fecha 8 de junio, Inditex tiene 5.743 tiendas abiertas en 79 mercados, de un total de 7.412 en 96 mercados. Las ventas se han ido recuperando paulatinamente a medida que se han ido abriendo estas tiendas, con ejemplos muy destacables como los casos de China y Corea o, ya en Europa, Alemania, según la compañía. Durante el trimestre las marcas del grupo han protagonizado 19 aperturas, así como ampliaciones y reformas de tiendas *flagship*, en mercados como España, China, Portugal, Marruecos, Lituania, Croacia, Corea o Arabia Saudí, entre otros. En mayo Zara abrió las puertas en el Bahrein City Center de la ciudad de Manama (Bahrein) y, durante los próximos meses están programadas aperturas significativas, en línea con el plan trazado. Cuando en los próximos meses abra sus puertas, Zara en WangFujing (Pekín, China) se convertirá en la tienda *flagship* más grande de Asia y la más avanzada del mundo en la incorporación de las últimas tecnologías y servicios para ofrecer una experiencia integrada completa. A esta apertura se unirán durante el ejercicio las de Zara Place Vendome en Doha (Qatar) así como las ampliaciones y reformas de Zara en Paseo de Gracia (Barcelona, España), o la tienda de la Calle 82 de Bogotá, (Colombia).

Inditex mantiene la fortaleza de su posición financiera neta, que se sitúa en 5.752 millones de euros, frente a los 6.660 de hace un año, “como consecuencia del fuerte desempeño operativo a lo largo de los años y del mantenimiento de la cultura y política financiera del Grupo”.

La transformación digital, apuesta de futuro

■ La multinacional de Arteixo se crece frente al Covid -19 y apuesta por la tienda del futuro a través de su transformación digital. En los próximos dos años Inditex llevará a cabo un plan con una inversión de 1.000 millones para reforzar la apuesta *online* y 1.700 millones para las tiendas tecnológicamente integradas. Además culminará la creación de una plataforma digital propia, plenamente adaptada a las

necesidades de flexibilidad del modelo de negocio. Según el presidente de la compañía, este plan permitirá culminar el proyecto cuyas bases se han ido sentando progresivamente con importantes inversiones desde 2012.

El objetivo es acelerar y ampliar su estrategia de transformación *online* que, en palabras de Pablo Isla cambiará significativamente el perfil de la compañía. El objetivo de aquí a 2022 es adelantar la

implantación total del concepto de tienda integrada, cuyo futuro estará vinculado al servicio permanente al cliente allá donde se encuentre, en cualquier dispositivo, y en todo momento”, subraya.

La medida implicará el cierre de entre 1.000 y 1.200 tiendas este año y el que viene, entre ellas entre 250 y 300 en España, aunque descarta despidos. “Las plantillas permanecerán estables y, al igual que a lo largo del período 2012-2020, se ofrecerán

nuevos puestos a todos los trabajadores de los establecimientos absorbidos, para cubrir las nuevas necesidades generadas por la integración *online* y los envíos individualizados a clientes”, asegura

Según las previsiones, al final del período las ventas *online* sumarán más del 25% del total, desde el 14% en 2019, con una red de tiendas integrada más ágil y sostenible, que incorporará nuevas herramientas tecnológicas.