

**INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. Y SOCIEDADES FILIALES**

**INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CONSOLIDADO**

**CORRESPONDIENTE AL**

**PRIMER SEMESTRE DEL EJERCICIO 2014**

## **Informe de gestión intermedio consolidado 31 de julio 2014**

Cifras expresadas en millones de euros

### **Situación de la entidad**

Inditex es un grupo global de moda presente en cinco continentes, 88 mercados, hemisferio Norte y Sur, cuya actividad principal es la distribución de artículos de moda, esencialmente ropa, calzado, complementos y productos textiles para el hogar. Esta actividad se desarrolla a través de distintos formatos comerciales, como son Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe.

La actividad comercial de cada uno de los formatos se desarrolla a través de cadenas de tiendas gestionadas directamente por sociedades en las que INDITEX ostenta la totalidad o mayoría del capital social, salvo en ciertos países donde, por diversas razones, la actividad de venta al por menor se realiza a través de franquicias.

El modelo de negocio de Inditex es un modelo flexible e integrado, orientado al cliente y con una clara estrategia multicanal y multicadena.

El modelo de negocio abarca todas las fases de la cadena de valor: diseño, fabricación y aprovisionamiento, distribución, logística y tienda. La oferta de una atractiva combinación de moda al mejor precio, la constante renovación de los diseños y los envíos a tienda entre dos y seis veces por semana, colocan al cliente en el centro de la estrategia del Grupo, mientras el envío diario de información desde las tiendas permite la modificación constante de la colecciones.

El sistema logístico permite envíos continuados a las tiendas desde los centros de distribución de cada formato comercial a lo largo de cada temporada. Dicho sistema opera, principalmente, con instalaciones logísticas centralizadas para cada cadena, en las que se localiza el inventario, y desde las que se distribuye a todas las tiendas del mundo.

### ***Estructura organizativa***

El gobierno corporativo de Inditex se articula a través de los órganos y mecanismos institucionales y operacionales siguientes:

- Junta General de Accionistas
- Consejo de Administración
- Comité de Auditoría y Control
- Comisión de Nombramientos y Retribuciones
- Comité y Dirección de Cumplimiento Normativo
- Comité de Ética

## Evolución y resultado del negocio

### *Indicadores fundamentales de carácter financiero y no financiero*

Los resultados del Primer Semestre de 2014 muestran que Inditex continúa con su expansión global multiconcepto y multicanal.

Las **Ventas en tienda y online** a tipos de cambio constantes aumentaron un 11%.

Las **ventas en superficie comparable** del Grupo han aumentado un 4,5% en 1S2014. El cálculo de la venta en superficie comparable incluye el 81% de las ventas en tienda y online.

Las **Ventas** se situaron en 8.085 millones de €, un 6% superior a las del 1S2013. El efecto de la traslación de divisas no Euro redujo las ventas en 4 puntos porcentuales. La consolidación de Tempe S.A. por puesta en equivalencia redujo las ventas reportadas en un 1%.

El crecimiento del espacio comercial en el semestre está en línea con el programa previsto para 2014. En 1S2014 se han realizado aperturas en 40 mercados.

Al cierre del semestre Inditex operaba 6.460 tiendas en 88 mercados, lo que demuestra su alcance global. El **anexo I** incluye información sobre las aperturas y tiendas totales por cadena al cierre del semestre.

A continuación se muestra un detalle de las **Ventas por cadena**:

Cadena	1S2014	1S2013	Var % 14/13
Zara	5.206	5.004	4%
Pull&Bear	569	530	7%
Massimo Dutti	614	575	7%
Bershka	729	702	4%
Stradivarius	509	463	10%
Oysho	187	152	23%
Zara Home	240	196	23%
Uterqüe	31	33	-6%
<b>Total</b>	<b>8.085</b>	<b>7.655</b>	<b>6%</b>

Inditex opera una plataforma de ventas global. A continuación se muestra un desglose de las **Ventas en tienda y online por zona geográfica**:

	1S2014	1S2013
Europa (sin España)	45,6%	44,6%
Asia y RdM	21,7%	21,7%
España	19,3%	19,3%
América	13,4%	14,4%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

El **Margen bruto** ascendió a 4.658 millones de €, un 4% superior al del ejercicio anterior, situándose en el 57,6% de las ventas.

Los **Gastos operativos** se han mantenido bajo estricto control durante el período, para finalizar creciendo un 6%, principalmente como resultado de la nueva superficie comercial abierta y los gastos variables vinculados al crecimiento de venta. Los gastos operativos incluyen todos los gastos de lanzamiento de las nuevas aperturas.

El **Resultado operativo (EBITDA)** del 1S2014 se situó en 1.617 millones de €, frente a 1.624 millones de € del 1S2013. El **Resultado de explotación (EBIT)** alcanzó 1.194 millones de €, frente a 1.219 millones de € del 1S2013.

La tabla siguiente muestra el desglose de los Resultados financieros:

Millones de euros	1S2014	1S2013
Ingresos (gastos) financieros netos	7	6
Diferencias de cambio netas	(2)	(9)
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>(2)</b>

La tasa fiscal aplicada al resultado del primer semestre es la mejor estimación para el ejercicio 2014 según la información disponible.

El **Resultado neto** ascendió a 928 millones de € frente a 951 millones de € del 1S2013.

### **Cuestiones relativas al medioambiente y al personal**

El modelo de negocio de Inditex parte de la premisa de que todos sus procesos deben ser sostenibles y responsables. En este sentido, se entiende como una responsabilidad compartida en la que están implicados todos los equipos humanos que integran el Grupo y que se aplica a las diferentes categorías: cadena de producción sostenible, responsabilidad con el producto y el cliente, y compromiso con las personas.

Todos los proveedores y todas las fábricas que desarrollan la producción deben estar obligados de forma explícita y vinculante por los valores de responsabilidad social y medioambiental que definen al Grupo, tanto a través de los departamentos de Responsabilidad Social Corporativa y Medioambiente, como de los equipos comerciales y de compras.

Inditex responde a este desafío con la creación e implementación de políticas alineadas con los estándares laborales fundamentales y la protección del medioambiente, el establecimiento de herramientas de cooperación directa con sus proveedores y el diálogo multilateral con organismos e instituciones que trabajan en estas áreas.

Las premisas que Inditex ha puesto en marcha para afrontar el reto de una cadena de producción sostenible son:

- Gestión y fortalecimiento de la cadena de producción
- Plan Maestro del Agua en la cadena de producción
- Mayor compromiso con nuestros proveedores
- Acuerdo marco IndustriALL

Inditex entiende su actividad como un ejercicio de responsabilidad en todo su modelo de negocio. En este sentido, no pueden ser ajenos a ese compromiso ni los productos que comercializa ni sus tiendas, principal instrumento de comunicación del Grupo con los destinatarios últimos de sus productos, sus clientes. Los primeros deben cumplir con los estándares Clear to Wear (salud) y Safe to Wear (seguridad), que reúnen los requerimientos más exigentes a nivel mundial en estas materias. Las tiendas, por su parte, son el eje de una política de desarrollo sostenible, basado en la ecoeficiencia.

Del mismo modo, todos los centros logísticos de Inditex cuentan con un Sistema de Gestión Ambiental certificado conforme a la norma ISO 14001.

Inditex entiende que la relación con sus empleados y con la comunidad en la que se integra debe estar basada en los principios recogidos en el Código de Conducta y Prácticas Responsables de Inditex. Las políticas de igualdad y conciliación y los proyectos de integración son instrumentos imprescindibles para generar un ambiente de trabajo que favorezca el crecimiento personal y profesional de la plantilla.

Las personas constituyen un elemento clave para consolidar el crecimiento de Inditex. En un entorno complejo, exigente y competitivo, y como parte de un sector moderno, distinto y cambiante, la plantilla es uno de los factores diferenciadores del Grupo.

#### **Liquidez y recursos de capital**

Inditex ha mantenido su sólida posición financiera al cierre del período:

Millones de euros	31 julio 2014	31 julio 2013
Caja y equivalentes	3.122	3.331
Inversiones financieras temporales	258	275
Deuda financiera corriente	(4)	(2)
Deuda financiera no corriente	(6)	(3)
<b>Posición financiera neta</b>	<b>3.370</b>	<b>3.601</b>

El **Fondo de Maniobra** permanece negativo, como consecuencia del modelo de negocio:

Millones de euros	31 julio 2014	31 julio 2013
Existencias	2.016	1.672
Deudores	908	800
Acreedores corrientes	(4.344)	(3.873)
<b>Fondo de maniobra operativo</b>	<b>(1.420)</b>	<b>(1.402)</b>

La estructura de capital del Grupo viene determinada por el bajo ratio de endeudamiento, debido a la práctica inexistencia de financiación, y la fortaleza de los recursos propios.

El crecimiento orgánico de la compañía y sus necesidades de CAPEX han sido financiados con los fondos generados por el negocio en su práctica totalidad, redundando en el mantenimiento de la sólida posición de caja.

El Grupo mantiene abiertas líneas de crédito que garantizarían la eventual necesidad de recursos adicionales.

#### **Análisis obligaciones contractuales y operaciones fuera de balance**

No existen obligaciones contractuales ni operaciones fuera de balance, que puedan suponer un impacto significativo en las cuentas consolidadas.

#### **Principales riesgos e incertidumbres**

El Grupo está sometido a diferentes riesgos inherentes al desarrollo de su actividad en los distintos mercados en los que opera.

A efectos de su gestión la compañía clasifica los riesgos en las siguientes categorías:

##### **1. Entorno de negocio**

Se trata de aquellos riesgos que provienen de factores externos relacionados con la actividad del Grupo.

Esta categoría abarca los riesgos relacionados con la dificultad de adaptación al entorno o mercado en el que el Grupo opera, ya sea en los procesos de aprovisionamiento como en las actividades de distribución y venta del producto. Este aspecto es consustancial al negocio de distribución de moda y consiste en la eventual incapacidad del Grupo para seguir y responder a las evoluciones de su mercado objetivo o para adaptarse a nuevas situaciones en sus países de aprovisionamiento.

En este sentido, los cambios demográficos y socioeconómicos en los países de aprovisionamiento o distribución, la aparición de nuevas formas de comunicación y modificaciones en los hábitos de consumo, o la retracción del consumo en determinados mercados son, entre otros, factores que podrían incidir en la consecución óptima de los objetivos de negocio del Grupo.

## **2. Normativo y Regulatorio**

Son los riesgos a los que está expuesto el Grupo, derivados de las distintas legislaciones vigentes en los países donde desarrolla su actividad.

Para facilitar su gestión, los riesgos incluidos dentro de esta categoría se han clasificado, en función de su naturaleza, en riesgos relativos a la normativa fiscal, aduanera, laboral, de comercio y consumo, de propiedad industrial e intelectual, y los riesgos relativos a las restantes legislaciones.

## **3. Reputación**

Son aquellos riesgos que influyen directamente en la percepción del Grupo que tienen sus grupos de interés (clientes, empleados, accionistas y proveedores) y la sociedad en general.

Se derivan de la posibilidad de una inadecuada gestión de los aspectos relativos a la responsabilidad social y sostenibilidad, la responsabilidad por la seguridad de los productos, así como de la imagen corporativa del Grupo.

## **4. Recursos humanos**

Los principales riesgos relacionados con el ámbito de los recursos humanos son aquéllos derivados de la potencial dependencia de personal clave y de la dificultad para identificar y gestionar adecuadamente el talento, debido a una falta de capacidad de la Organización para dar respuesta a las nuevas expectativas del mercado laboral, con motivo de los cambios en la escala de valores de las nuevas generaciones.

## **5. Operaciones**

Los principales riesgos operativos a los que se enfrenta el Grupo se derivan de la posible dificultad para reconocer y asimilar los constantes cambios en las tendencias de la moda, fabricar, aprovisionar y poner a la venta nuevos modelos que sintonicen con las expectativas de los clientes.

El riesgo derivado de la interrupción de operaciones está asociado a la posibilidad de que sucedan eventos extraordinarios, ajenos al control del Grupo (catástrofes naturales, incendios, huelgas de transporte o de proveedores clave, interrupción en los suministros de energía o combustible, etcétera), que puedan afectar significativamente al normal funcionamiento de las operaciones.

## **6. Financieros**

El normal desarrollo de sus actividades expone al Grupo a riesgos de naturaleza financiera. Se incluyen en esta categoría el riesgo de tipo de cambio, el riesgo de crédito de contraparte, el riesgo de liquidez y el riesgo de tipo de interés. Además, la naturaleza cada vez más internacional de los negocios del Grupo lo expone al riesgo país de diferentes mercados.

## **7. Información para la toma de decisiones**

Los riesgos incluidos en esta categoría son aquéllos que se relacionan con una adecuada información a todos los niveles: transaccional y operativa, financiero-contable, de gestión y presupuestación y de control.

## **8. Tecnología y sistemas de información**

Incluye los riesgos vinculados con la infraestructura tecnológica, la gestión eficaz de la información, de las redes informáticas y robóticas, así como de las comunicaciones. También comprende los relacionados con la seguridad física y lógica de los sistemas.

## **9. Gobierno Corporativo**

En esta categoría se incluye el riesgo relacionado con la posibilidad de que exista una inadecuada dirección y gestión del Grupo que pudiese suponer un incumplimiento de las normas de Gobierno Corporativo y transparencia.

La gestión de riesgos en el Grupo es un proceso impulsado por el Consejo de Administración y la Alta Dirección, responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de la Organización, que tiene por objeto proporcionar una seguridad razonable en la consecución de los objetivos establecidos por el Grupo, aportando a los accionistas, a otros grupos de interés y al mercado en general, un nivel de garantías adecuado que asegure la protección del valor generado.

En este contexto, la Política de Gestión de Riesgos del Grupo establece los principios básicos, factores de riesgo clave y el marco general de actuación para la gestión y control de los riesgos que afectan al Grupo. Dicha Política tiene un ámbito de aplicación que se extiende a todo el Grupo y es la base de un Sistema Integral de Gestión de Riesgos que se encuentra en fase de implantación, la cual se está realizando de forma gradual, comenzando con la constitución a nivel corporativo y en áreas clave de negocio.

La Política de Gestión de Riesgos se desarrolla y complementa a través de políticas específicas en relación con determinadas unidades o áreas del Grupo. Entre las políticas desarrolladas e implementadas por estas áreas para la gestión de las distintas tipologías de riesgos, destacan:

- Política de Inversión
- Política de Gestión de Pagos
- Política de Gestión del Riesgo de Tipo de Cambio
- Política de Apoderamientos
- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores
- Política de Prevención de Riesgos Laborales
- Política de Gestión de Riesgo Medioambiental
- Política de Seguridad de la Información
- Políticas de salud y seguridad de producto (*Safe to Wear* y *Clear to Wear*)

Para más detalle ver Apartado E-Sistemas de control de riesgos del Informe Anual de Gobierno Corporativo 2013.

#### **Circunstancias importantes ocurridas tras el cierre semestral**

No se ha producido ningún acontecimiento significativo posterior a la fecha de cierre.

### **Información sobre la evolución previsible de la sociedad**

Las ventas en tienda a tipos de cambio constantes han aumentado un 10% en el período desde el 1 de agosto hasta el 12 de septiembre de 2014.

La inversión ordinaria en el ejercicio 2014 se estima en torno a 1.350 millones de €.

### **Venta online**

El lanzamiento de la venta online global está en línea con el programa previsto para 2014. Zara lanzó la venta online en México el 3 de septiembre 2014.

Zara estima lanzar la venta online en Corea del Sur el 24 de septiembre, con lo que la venta online de Inditex estará disponible en 27 mercados. Zara estima abrir en Tmall en China en octubre 2014.

### **Actividades I+D+I**

El Grupo Inditex no realiza con carácter habitual proyectos de investigación y desarrollo, entendiendo como tales aquellos en los que durante varios ejercicios se invierten cantidades destinadas al desarrollo de activos de los que se espera una rentabilidad que debe computarse en períodos plurianuales, distintos de los que son constitutivos de las actividades de diseño de prendas de vestir, complementos y artículos del hogar.

La gestión del Grupo se ha apoyado desde su creación en la aplicación de la tecnología disponible en todas las áreas de su actividad para mejorar los procesos de fabricación y distribución, así como en el desarrollo, con sus propios medios o con la ayuda de terceros, de instrumentos que faciliten la gestión del negocio. Algunos ejemplos de ello son los terminales en punto de venta, los sistemas de administración y gestión de inventarios, los sistemas de reparto en los centros de distribución, los de comunicación con las tiendas o con los sistemas de etiquetado de prendas en tienda.

### **Adquisición y enajenación de acciones propias**

No se han llevado a cabo adquisiciones ni enajenaciones de acciones propias durante el primer semestre del ejercicio 2014.

## **Otra información relevante**

### ***Información bursátil***

La cotización de INDITEX se situó en 21,855 euros por acción el 31 de julio de 2014 consolidando durante el primer semestre los niveles alcanzados al cierre del ejercicio 2013. El volumen medio negociado ha sido de aproximadamente 8,5 millones de acciones diarias.

La capitalización bursátil de INDITEX se ha situado en 68.114 millones de euros al cierre del semestre, un 643% superior al de su inicio de cotización el 23 de mayo de 2001, frente a una revalorización del 11% del Ibex 35 en el mismo periodo.

### ***Política de dividendos***

Con fecha 15 de julio de 2014, la Junta General de Accionistas aprobó el reparto de un dividendo con cargo a los resultados del ejercicio 2013, por un importe máximo de 1.507.371 miles de euros (2,42 euros por acción de 0,15 euros de valor nominal con derecho al mismo, equivalentes, con posterioridad al desdoblamiento del número de las acciones, a 0,484 euros por acción de 0,03 euros de valor nominal).

De esta cantidad, 1,21 euros por acción de 0,15 euros de valor nominal han sido abonados el 2 de mayo de 2014 en concepto de dividendo a cuenta y 0,242 euros por acción de 0,03 euros de valor nominal, serán abonados el 3 de noviembre de 2014 como dividendo complementario.

En el ejercicio 2013 se han pagado en concepto de dividendo a los accionistas un total de 1.378 millones de €.

### ***Otra información***

#### **Transacciones con partes vinculadas**

Las transacciones con partes vinculadas se desglosan en la nota 8 de las notas explicativas a los estados financieros condensados consolidados. No existen operaciones con partes vinculadas que hayan tenido lugar durante el ejercicio en curso y que hayan afectado sustancialmente a la situación financiera o a los resultados de la empresa durante el ejercicio.

#### **Riesgos e incertidumbres**

No existen riesgos e incertidumbres significativos para el segundo semestre del ejercicio 2014.

## Anexo I

### Aperturas y total tiendas por formato:

Cadena	Aperturas Netas		Tiendas existentes	
	1S14	1S13	31 julio 2014	31 julio 2013
Zara	36	19	1.863	1.770
Zara Kids	(1)	(8)	163	166
Pull&Bear	19	9	872	825
Massimo Dutti	16	4	681	634
Bershka	19	25	973	910
Stradivarius	19	36	877	816
Oysho	7	9	556	533
Zara Home	14	6	408	363
Uterqüe	(9)	(5)	67	87
	<b>120</b>	<b>95</b>	<b>6.460</b>	<b>6.104</b>