



cierra ejercicio en nuevos “máximos históricos” de ventas y beneficios

Descripción

Como una de las noticias más destacadas de la jornada, la multinacional española de moda Inditex, líder internacional y líder en el sector, ha anunciado este miércoles 15 de marzo los resultados consolidados de su último ejercicio 2022, el primero bajo la nueva presidencia de Marta Ortega Pérez. Un periodo que finalizó el 31 de enero de 2023, durante el cual la compañía logró alcanzar nuevos récords en “máximos históricos” tanto en ventas como en beneficio, gracias a un modelo de negocio cada vez más diferenciado que le permite seguir creciendo inexorablemente, a través de todas las ventas. canales y los 213 mercados en los que actualmente está presente la multinacional española.

Como responsables de este tipo de declaraciones desde la misma dirección que el Grupo Textil, la multinacional cerró el año 2022 durante una rueda de prensa celebrada este miércoles por la mañana en la sede de Inditex en Arteixo, con una facturación total de 32.569 millones de euros. Una cantidad que supone un incremento del +17,51 por ciento respecto a los 27.716 millones de euros facturados por la compañía en 2021; y un +15,14 por ciento más sobre las ventas de 28.286 millones de euros que generó la compañía en el ejercicio 2019, que, como es bien sabido, se concluyó por última vez independientemente de los efectos de la pandemia del coronavirus.

En respuesta a esta destacada evolución del nivel de ventas y como un logro frente al cual no han podido frenar el dinamismo y dulce momento que ha vivido la compañía, ni las tensiones inflacionarias que se siguen viviendo dentro de las cadenas de valor o el consecuencias de este conflicto entre Rusia y Ucrania, que ya ha llevado a la multinacional a firmar su salida total de la Federación Rusa, acordada el pasado mes de octubre; Inditex ha comunicado un ejercicio 2022 en el que la compañía ha conseguido un beneficio neto “histórico” de 4.147 millones de euros. A su vez, este valor es un +27,6 por ciento superior al beneficio de 3.250 millones de euros logrado en 2021; y un +7,57 por ciento más que en relación al beneficio neto de 3.855 millones de euros obtenido en 2019.

Copyright: Óscar García Maceiras, consejero delegado de Inditex, durante la rueda de prensa en la sede del grupo en la ciudad gallega de Arteixo. Fotografía de cortesía.

“Los excelentes resultados de 2022 demuestran la solidez de nuestro modelo de negocio y su capacidad para alcanzar el siguiente nivel de evolución donde nuestra propuesta de moda, la experiencia de nuestros clientes, la apuesta por la sostenibilidad y el talento de nuestros equipos

siguen siendo claves”, enfatizó Óscar García Maceiras, consejero delegado de Inditex, durante la rueda de prensa celebrada en la sede del grupo en Arteixo, Galicia, con motivo de la presentación de estos resultados anuales de la multinacional textil.

Crecimiento en todas las marcas, canales y regiones

Tomando como base el comportamiento experimentado por Inditex en el pasado ejercicio 2022, como base para el desarrollo de sus operaciones, la compañía cerró el año activa en 213 mercados de diferentes partes del mundo a través de una red integrada a través de sus distintas plataformas de Trading online y un total de 5.815 tiendas. Unas entidades que, como reconoce el propio Inditex, han jugado un papel fundamental para contribuir al éxito de estos resultados anuales en todos sus mercados, y todo ello a pesar de que su presencia ha disminuido en -662 operaciones, frente a las 6.477 puntos de venta, con los que el grupo cerró el pasado ejercicio 2021. Una disminución en el número de puntos de venta, traducida finalmente en una disminución del -6 por ciento del área total de ventas del grupo, como resultado de una estrategia para optimizar su red de distribución, que ha llevado a la apertura de 201 nuevas sucursales en 33 mercados, 186 obras de reforma y/o ampliación y 349 adquisiciones.

Del mismo modo, y por canal, las ventas en tiendas aumentaron un +23 por ciento en el último ejercicio, mientras que las del canal online siguieron ganando impulso y crecieron un +4 por ciento, frente a los ya “récord” de 2021. Un aumento, que finalmente se tradujo en una facturación total de 7.806 millones de euros a través del canal online, cifra que representa el 23,96 por ciento de la facturación total registrada por la multinacional durante todos los ejercicios.

Por su parte, Zara siguió destacando en su papel secundario, buque insignia de la multinacional española y, junto con las de la división Zara Home, registró unas ventas totales de 23.761 millones de euros (+21 por ciento respecto a 2021). En este sentido, de mayor a menor volumen de negocio, le siguen Bershka con unas ventas de 2.384 millones de euros (+10 por ciento); Pull&Bear con una facturación de 2.152 millones de euros (+15 por ciento); Stradivarius con una facturación de 2.056 millones de euros (+13 por ciento); Massimo Dutti con una facturación de 1.593 millones de euros (+4 por ciento); y Oysho, que finalmente contribuyó a las cuentas de la multinacional aportando 623 millones de euros en ingresos (+4 por ciento).

Copyright: Óscar García Maceiras, consejero delegado de Inditex, durante la rueda de prensa en la sede del grupo en la ciudad gallega de Arteixo. Fotografía de cortesía.

Finalmente, en base a su evolución por regiones, los mercados europeos continuaron destacando como la principal ventana de ingresos de la multinacional, generando el 47,5 por ciento de las ventas totales de Inditex, excluyendo España. El país de origen de la multinacional, que sigue ocupando un lugar destacado dentro de sus operaciones, pero que ahora representa sólo el 14,4 por ciento de las ventas de la multinacional. Las ventas concluyeron con una región de América, ya posicionada como segundo mercado de Inditex, con el 20 por ciento de su facturación, y con una región de Asia que aportó como fuente de ingresos a las cuentas del grupo, el 18,1 por ciento de sus niveles de liquidación. de este último año 2022.

Aumento del dividendo en un +29 por ciento

De cara al nuevo ejercicio 2023, la dirección de Inditex destaca la buena acogida que han tenido las nuevas colecciones de la temporada Primavera/Verano 2023 en el periodo comprendido entre el 1 de febrero y marzo, lo que ha supuesto su registro 13, un aumento de las ventas de +13.5 por ciento en comparación con el mismo período del año pasado. Un comportamiento excepcional, más aún si tenemos en cuenta el contexto socioeconómico en el que nos encontramos, que ha llevado a la dirección del Grupo a esperar un “margen bruto estable” de casi el 50 por ciento de las ventas para 2023. Todo ello mientras pretende reactivar el valor de sus acciones y anuncia la propuesta de aumentar el pago de dividendo para 2022 al final hasta en un +29 por ciento, hasta 1,20 euros por acción. Una decisión que no evitó que los mercados bursátiles se vieran afectados como consecuencia de la actual crisis que ha sufrido el sector financiero tras la quiebra de los bancos estadounidenses Silicon Valley Bank y Signature Bank Inditex. valor de -5,11 por ciento de 29,17 a 27,68 euros por título en el que finalizó la sesión.

“La política de dividendos de Inditex consiste en un reparto ordinario del 60 por ciento del beneficio y el reparto adicional de dividendos extraordinarios”, explican desde la dirección de la multinacional textil. En consecuencia, y de acuerdo con esta política de retribución a sus accionistas, “el Consejo de Administración propone a la Junta General de Accionistas para el ejercicio 2022 un incremento del dividendo del 29 por ciento hasta 1,20 euros por acción, consistente en un dividendo, dividendo ordinario de 0,796 euros y un dividendo extraordinario de 0,404 euros por acción”. Unos pagos que acabarán realizándose en forma de “dos pagos iguales” de 0,60 euros por acción, fijándose el primero para el 2 de mayo de 2023 y el siguiente para el 2 de noviembre de 2023.

También te puede interesar...

Fecha de creación

marzo 2023