

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

INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CONSOLIDADO

CORRESPONDIENTE AL

PRIMER SEMESTRE DEL EJERCICIO 2015

Informe de gestión intermedio consolidado 31 de julio 2015

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 un modelo integrado de tiendas y venta online, gestionado 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
- Comisión de Auditoría y Control
- Comisión de Nombramientos
- Comisión de 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 2015 muestran que Inditex continúa con su expansión global de su modelo integrado de tiendas y venta online.

Fuerte desempeño operativo: Las Ventas se situaron en 9.421 millones de €, un 17% superiores a las del 1S2014.

Las ventas en superficie comparable del Grupo han aumentado un 7% en 1S2015. El cálculo de la venta en superficie comparable incluye el 82% de las ventas en tienda y online.

El crecimiento del espacio comercial y los lanzamientos online en el semestre están en línea con el programa previsto para 2015. En 1S2015 se han realizado aperturas en 35 mercados.

Al cierre del semestre Inditex operaba 6.777 tiendas en 88 mercados, lo que demuestra su alcance global.

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

| Cadena | 1S2015 | 1S2014 | Var % 15/14 |
|---------------|--------|--------|----------------|
| Zara | 6.140 | 5.206 | 18% |
| Pull&Bear | 641 | 569 | 13% |
| Massimo Dutti | 669 | 614 | 9% |
| Bershka | 839 | 729 | 15% |
| Stradivarius | 595 | 509 | 17% |
| Oysho | 211 | 187 | 13% |
| Zara Home | 293 | 240 | 22% |
| Uterqüe | 33 | 31 | 5% |
| Total | 9.421 | 8.085 | 17% |

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

| Area | 1S2015 | 1S2014 |
|---------------------|--------|--------|
| Europa (sin España) | 42,7% | 45,6% |
| Asia y RdM | 25,2% | 21,7% |
| España | 17,4% | 19,3% |
| América | 14,7% | 13,4% |
| Total | 100,0% | 100,0% |

El Margen bruto ascendió a 5.471 millones de €, un 17% superior al del ejercicio anterior, situándose en el 58,1% de las ventas.

Los Gastos operativos se han mantenido bajo estricto control durante el período, para finalizar creciendo un 15%, 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 1S2015 se situó en 1.970 millones de €, un 22% superior al mismo periodo del año anterior. El Resultado de explotación (EBIT) alcanzó 1.489 millones de €, un 25% superior al mismo periodo del año anterior.

La tabla siguiente muestra el desglose de los Resultados financieros:

| Millones de euros | 1S2015 | 1S2014 |
|-------------------------------------|--------|--------|
| Ingresos (gastos) financieros netos | 6 | 7 |
| Diferencias de cambio netas | 3 | (2) |
| Total | 8 | 5 |

La tasa fiscal aplicada al resultado del primer semestre es la mejor estimación para el ejercicio 2015 según la información disponible.

El Resultado neto ascendió a 1.166 millones de €, un 26% superior al mismo periodo del año anterior.

El anexo I incluye información sobre las aperturas y tiendas totales por cadena al cierre del semestre.

Cuestiones relativas a la sostenibilidad y personal

El modelo de negocio del Grupo Inditex parte de la premisa de que todos sus procesos deben ser sostenibles y responsables. Inditex entiende la sostenibilidad como una responsabilidad compartida en la que están implicados todos los equipos humanos que integran el Grupo lo que se traduce en una serie de compromisos entre los que se puede destacar la fabricación de artículos responsables, la trazabilidad e integridad de la cadena de suministro, el uso eficiente de los recursos, la innovación y atención al cliente y el compromiso con sus empleados y la comunidad.

Todos los proveedores y todas las fábricas que desarrollan la producción están obligados de forma explícita y vinculante por los valores y prácticas de responsabilidad social y medioambiental que definen al Grupo y que son transmitidos, tanto a través de los

departamentos de Responsabilidad Social Corporativa y Medio Ambiente, como a través 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 así como con el establecimiento de herramientas de control y cooperación directa con sus proveedores y el diálogo multilateral con organismos e instituciones que trabajan en estas áreas.

Entre los proyectos que Inditex ha puesto en marcha para afrontar el reto de una cadena de producción sostenible se pueden destacar los siguientes:

- Sistema de trazabilidad de la cadena de suministro.
- Programa de cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.
- Plan Maestro del Agua en la cadena de producción.
- Programa de *clusters* de proveedores.
- Acuerdo marco con la federación sindical internacional *IndustriALL Global Union*.
- Programa de mejora en la gestión de energía, agua y residuos en la cadena de producción Green to Wear.
- Política de Productos Forestales para proteger los bosques primarios y en peligro de extinción.

Los productos que Inditex comercializa y sus tiendas, principal instrumento de comunicación del Grupo con sus clientes, no son ajenos a este compromiso de sostenibilidad. Los primeros deben cumplir con los estándares de salud y seguridad de producto *Clear to Wear* y *Safe to Wear*, que incorporan las regulaciones más exigentes a nivel mundial en estas materias, y las tiendas, por su parte, son el eje de una política de desarrollo sostenible basada en la ecoeficiencia.

Diferentes iniciativas son llevadas a cabo en materia medioambiental entre las que se pueden destacar la implantación de sistemas de gestión ambiental ISO 14001 certificados en sedes, oficinas centrales y todos los centros logísticos de Inditex, la apertura y reforma de tiendas según el Manual de Tienda Ecoeficiente, la certificación LEED/BREEAM de tiendas flagship, centros logísticos y oficinas, programas para la reducción de emisiones, programas para la optimización de embalajes y residuos, planes de minimización de residuos en centros logísticos y tiendas, iniciativas de sensibilización de equipos de diseño y compra y programas de fin de vida del producto.

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 2015 | 31 julio 2014 |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| Caja y equivalentes | 4.117 | 3.122 |
| Inversiones financieras temporales | 248 | 258 |
| Deuda financiera corriente | (10) | (4) |
| Deuda financiera no corriente | (1) | (6) |
| Posición financiera neta | 4.354 | 3.370 |

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

| Millones de euros | 31 julio 2015 | 31 julio 2014 |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| Existencias | 2.171 | 2.016 |
| Deudores | 670 | 908 |
| Acreeedores corrientes | (5.080) | (4.344) |
| Fondo de maniobra operativo | (2.239) | (1.420) |

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 geopolíticos, 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.

Dentro de esta categoría, se incluyen 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, particularmente los riesgos normativos de carácter penal, determinen o no la responsabilidad penal de la persona jurídica.

3. Reputación

Son aquellos riesgos que influyen directamente en la percepción del Grupo que tienen sus grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, socios de negocio 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, la imagen corporativa del Grupo, también en las redes sociales, así como cualquier otro potencial incumplimiento normativo que pudiese tener efecto en la reputación de la Organización.

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 retener adecuadamente el talento, así como para mantener un adecuado clima laboral en todos los centros de trabajo.

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, retención de la mercancía en el proceso de transporte, 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 y el riesgo de crédito de contraparte. 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 tecnológica de los sistemas, particularmente el riesgo de ataques cibernéticos sobre los sistemas de información, que potencialmente podría afectar a la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información crítica.

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, 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 Inversiones
- 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 2014.

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 y online a tipos de cambio constantes han aumentado un 16% en el período desde el 1 de agosto hasta el 10 de septiembre de 2015.

La inversión ordinaria en el ejercicio 2015 se estima en torno a 1.350 millones de €.

Venta online global

El lanzamiento de la venta online global está en línea con el programa previsto para 2015. Zara lanzó la venta online en Taiwán el 2 de septiembre 2015 y en Hong Kong y Macao el 9 de septiembre 2015.

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

La Junta General de Accionistas, en su reunión del 16 de julio de 2013, aprobó un plan de incentivo a largo plazo en acciones (nota 26 cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2014) y autorizó al Consejo de Administración para la adquisición derivativa de acciones propias, dirigida a la cobertura de dicho plan.

En virtud de lo anterior, se han llevado a cabo las siguientes adquisiciones de acciones propias:

- Durante el ejercicio 2013, se adquirieron 450.000 acciones propias de 0,15 euros de valor nominal a un coste medio de adquisición de 103,32 euros por acción (que, tras el desdoblamiento del número de las acciones acordado por la Junta General de Accionistas de 15 de julio de 2014, a razón de cinco acciones nuevas por cada acción antigua, se corresponden actualmente con 2.250.000 acciones propias de 0,03 euros de valor nominal a un coste medio de adquisición de 20,66 euros por acción), representativas del 0,072% del capital social.
- Durante el ejercicio 2014, se adquirieron 1.250.000 acciones propias, con un coste medio de adquisición de 20,94 euros por acción, representativas del 0,040% del capital social.

En total, la Sociedad es titular de 3.500.000 acciones propias, representativas del 0,112% del capital social.

Otra información relevante

Información bursátil

La cotización de INDITEX se situó en 31,175 euros por acción el 31 de julio de 2015, acumulando una revalorización del 19% desde el inicio del ejercicio, mientras que el Ibex 35 se revalorizó un 7% en el mismo período. El volumen medio negociado ha sido de aproximadamente 7,5 millones de acciones diarias.

La capitalización bursátil de INDITEX se ha situado en 97.162 millones de euros al cierre del semestre, un 960% superior al de su inicio de cotización el 23 de mayo de 2001, frente a una revalorización del 16% del Ibex 35 en el mismo periodo.

Política de dividendos

Con fecha 14 de julio de 2015, la Junta General de Accionistas aprobó el reparto de un dividendo con cargo a los resultados del ejercicio 2014, por un importe máximo de 1.618.839 miles de euros (0,52 euros brutos por acción, correspondiente a un dividendo ordinario de 0,402 euros por acción y a un dividendo extraordinario de 0,118 euros por acción, por la totalidad de las acciones en circulación).

De esta cantidad, la cantidad bruta de 0,26 euros por acción han sido abonados el 4 de mayo de 2015 en concepto de dividendo a cuenta y 0,26 euros brutos por acción, serán abonados el 3 de noviembre de 2015 como dividendo complementario (ordinario y extraordinario).

En el ejercicio 2014 se han pagado en concepto de dividendo a los accionistas un total de 1.507 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 2015.

Anexo I

Aperturas y total tiendas por formato:

| Cadena | Aperturas Netas | | Tiendas existentes | |
|---------------|-----------------|--------|--------------------|---------------|
| | 1S2015 | 1S2014 | 31 Julio 2015 | 31 Julio 2014 |
| Zara | 24 | 36 | 1.947 | 1.863 |
| Zara Kids | 0 | (1) | 162 | 163 |
| Pull&Bear | 7 | 19 | 905 | 872 |
| Massimo Dutti | 10 | 16 | 716 | 681 |
| Bershka | 4 | 19 | 1.010 | 973 |
| Stradivarius | 9 | 19 | 919 | 877 |
| Oysho | 11 | 7 | 586 | 556 |
| Zara Home | 25 | 14 | 462 | 408 |
| Uterqüe | 4 | (9) | 70 | 67 |
| Total | 94 | 120 | 6.777 | 6.460 |