

Empresa

El líder, a examen: Inditex mide el golpe del Covid a la moda en el primer trimestre

La compañía adelantó ya una caída de ventas del 4,9% entre el 1 de febrero y el 16 de marzo. Los analistas prevén un recorte de ventas del 40% en el conjunto del periodo, lo que llevaría al grupo a entrar en números rojos.

Pilar Riaño
8 jun 2020 - 05:00



El miércoles, Inditex se convertirá en la vara de medir de la industria internacional de la moda. El gigante gallego, el mayor grupo del mundo de gran distribución de moda, presentará los resultados correspondientes a su primer trimestre, que abarca febrero, marzo y abril. La compañía presidida por Pablo Isla mostrará el impacto de la crisis del coronavirus en su negocio, primero en Asia, después en Europa y, posteriormente, en Estados Unidos. Los analistas advierten ya de las primeras pérdidas trimestrales de la historia del dueño de Zara.

La diversificación geográfica de Inditex hace que el impacto de la pandemia se extienda en todo el periodo

, por lo que el impacto del coronavirus podría ser mayor que en el caso de Gap o H&M. En febrero, el virus azotó con fuerza a Asia, donde Inditex concentraba el 22,5% de sus ventas a cierre de 2019. En marzo, pandemia llegó a Italia, España y al resto de Europa: el grupo gallego obtiene el 15,7% de sus ventas del mercado español y el 46% del resto del continente. El turno de Estados Unidos y Latinoamérica, que copan el 15,8% del negocio del grupo, llegó en abril.

Inditex consigue el 6% de sus ventas anuales en febrero y el 7% en marzo

El pasado 18 de marzo, con la presentación de sus resultados anuales, Inditex dio ya algunas pistas sobre la evolución en el nuevo ejercicio. **Entre el 1 de febrero y el 16 de marzo el negocio del grupo acumulaba un descenso del 4,9%, un retroceso acelerado a medida que avanzaban las semanas**, pues entre el 1 y el 16 de marzo la caída fue del 24,1%.

Inditex explicó entonces que los ingresos en febrero suelen representar alrededor del 6% de las ventas anuales del grupo, mientras que la facturación de marzo corresponde al 7% de las ventas totales. **Si hasta marzo, cuando la empresa gallega tenía el 50% de sus ventas cerradas, la caída de Inditex fue del 5%, es previsible que en abril el impacto haya sido mayor**, pues, salvo algunas excepciones, el comercio ha continuado cerrado en Europa, el principal mercado de Inditex.

La compañía presidida por Pablo Isla decidió entonces posponer a cierre del primer trimestre la presentación de previsiones anuales, al considerar que en aquel momento era “pronto para dar previsiones de cualquier tipo”.

Para compensar la pérdida de ingresos, el grupo debería haber recortado sus gastos operativos en 1.500 millones

Los analistas han comenzado a ofrecer sus previsiones sobre el primer trimestre de Inditex y, según el consenso de *Bloomberg* adelantado por *Expansión*, **el grupo propietario de Zara se enfrenta a una caída potencial de ingresos de entorno al 40% entre febrero y abril** por el cierre del comercio físico, que no está siendo compensado

Modaes

por la operación online.

De cumplirse estas previsiones, **Inditex cerrará el primer trimestre de 2020 con unas ventas de 3.556 millones de euros**, frente a los 5.927 millones de euros de los tres primeros meses de 2019. Esta caída de ingresos llevaría al grupo a entrar en pérdidas, pues, con un beneficio operativo (ebit) de 980 millones de euros en el primer trimestre de 2019, debería recortar sus gastos operativos en 1.500 millones de euros para esquivar los números rojos.

Los analistas consideran complicada esta reducción, pese a que la compañía ha adaptado, como todos los gigantes de la industria, sus compras y ha renegociado los precios y pagos de los alquileres de los locales que ocupan sus tiendas. La empresa ha optado, sin embargo, por no aplicar un expediente de regulación temporal de empleo (Erte) en España, aunque sí ha aplicado medidas similares en otros países del mundo. Sólo en alquileres, Inditex gasta de media 200 millones de euros al mes, lo que equivaldría a unos 600 millones de euros en tres meses.

En 2019, Inditex provisionó 287 millones de euros para prepararse para el impacto de la pandemia

Aunque cerró el ejercicio 2019 el 31 de enero, cuando los efectos del coronavirus sólo habían impactado en el *sourcing*, Inditex ya sufrió en 2019. La provisión de 287 millones de euros llevada a cabo por el gigante para prepararse para el impacto de la pandemia impidió que cerrase su mejor cuarto trimestre desde 2016.

En 2019, las ventas de Inditex se situaron en 28.286 millones de euros, con un alza de más del 8%, mientras su resultado neto fue de 3.647 millones de euros, lo que representó un aumento del 5,89%, y el margen bruto fue del 55,9%. Descontado el efecto de la provisión, el resultado neto hubiera crecido un 12%, mientras el margen bruto se hubiera situado en el 56,9%.

En el cuarto trimestre (entre noviembre y enero), las ventas del grupo se elevaron hasta 8.466 millones de euros, lo que supuso un incremento del 9,83%, el mayor aumento en un cuarto trimestre desde 2016. El resultado neto se situó en 927 millones de euros, con una caída del 7,85% respecto al mismo periodo de 2018 por impacto de la provisión del grupo.

Modaes



Entre el 1 de marzo y el 6 de mayo, las ventas de H&M se desplomaron un 80% en Italia y un 76% en España.

Evolución de los rivales

Por el momento, el grupo estadounidense Gap es el único que ha presentado resultados trimestrales en época de pandemia entre los gigantes internacionales de la industria de la moda. **El mayor grupo estadounidense del sector y cuarto del mundo cerró el primer trimestre (finalizado el 2 de mayo) con una caída de las ventas del 43% y en pérdidas.**

El grupo facturó 2.107 millones de dólares, frente a los 3.706 millones de dólares del mismo periodo del año anterior, pese a que el canal online ha crecido un 13% en los tres primeros meses del ejercicio. El resultado neto del grupo se situó en negativo, con unas pérdidas de 932 millones de dólares, frente al beneficio de 227 millones de dólares del mismo trimestre del año anterior.

H&M, cuyo primer trimestre va de diciembre a febrero, mandó un aviso al mercado a principios de mayo. **La empresa sueca señaló que entre el 1 de marzo y el 6 de mayo su negocio global se había encogido un 57%** en comparación con el mismo periodo de 2019, pese al incremento del 32% en las ventas online.

Modaes

Las caídas de H&M, que presentará los resultados del segundo trimestre el próximo 15 de junio, fueron especialmente duras en Italia y España, lo que hace prever una evolución similar de Inditex. En el primer país, las ventas del grupo liderado por Helena Helmersson experimentaron un descenso del 80%, mientras en el segundo el retroceso se situó en el 76%.

El próximo 9 de julio, el grupo japonés Fast Retailing, propietario de Uniqlo, dará a conocer su evolución en el tercer trimestre de su ejercicio, periodo cerrado el pasado 31 de mayo. La empresa ya ha ajustado las previsiones para 2020 (que finalizará en agosto) y ha recortado un 41% el beneficio operativo esperado.

En el primer semestre, entre septiembre de 2019 y febrero de 2020, las ventas del grupo presidido por Tadashi Yanai descendieron un 4,7%, hasta 1.208.512 millones de yenes (10.221 millones de euros), y su resultado neto retrocedió un 17,2%, hasta 103.444 millones de yenes (875 millones de euros).