

Empresa

Inditex, primer trimestre: entre un EEUU pletórico y una débil Europa

Mientras los gigantes estadounidenses olvidan el Covid-19 y logran ya batir las marcas de 2019, el gigante gallego se quedará por debajo como consecuencia de su *mix* de ventas.

Pilar Riaño
7 jun 2021 - 04:57



Un trimestre de recuperación, pero a diferentes velocidades. Inditex volverá a alzar el vuelo en los tres primeros meses del ejercicio 2021, aunque se quedará todavía por debajo de las cifras de 2019, según los analistas. **Mientras los gigantes del sector que tienen en Estados Unidos su principal mercado se muestran ya pletóricos** y empiezan a batir las marcas del ejercicio previo al Covid-19, los europeos siguen sufriendo por las restricciones que se han vuelto a imponer en el continente durante el primer trimestre.

Teniendo en cuenta la evolución durante los últimos trimestres, **es más que probable que Inditex deje atrás en el primer trimestre de 2021 (periodo que va de febrero a abril) las pérdidas registradas en los tres primeros meses de 2020**, totalmente afectados por la

Modaes

expansión en Europa del Covid-19.

El grupo presidido por Pablo Isla finalizó el primer trimestre de 2020 con unas pérdidas netas de 409 millones de euros, convirtiéndose en los primeros números rojos de la historia de Inditex como compañía cotizada. Las ventas de la compañía se situaron en 3.303 millones de euros, frente a los 5.927 millones de euros del primer cuarto de 2019, lo que representó una caída del 44,3%.

Inditex cerró el primer trimestre de 2020 con las primeras pérdidas de su historia como cotizada

Aunque los analistas prevén en el primer trimestre de 2021 un crecimiento de cerca del 50% respecto a 2020, advierten asimismo que las ventas del grupo estarán todavía por debajo de las del mismo periodo de 2019. El mix geográfico de Inditex pesa en la recuperación del gigante gallego, con Europa como principal mercado, mientras es en Estados Unidos donde los grupos del sector están cosechando ya mejores resultados.

A cierre del ejercicio 2020 (finalizado el pasado 31 de enero), España representaba el 14,6% del negocio de la compañía, un porcentaje al que hay que sumar el 23,6% del resto de Europa. **América (teniendo en cuenta tanto Estados Unidos como Latinoamérica, donde la emergencia sanitaria se encuentra ahora en un momento álgido) copaba sólo el 13,5%**, y Asia y el resto del mundo, el 23,2% del total.

Estados Unidos y China son dos de los mercados donde más rápido se está recuperando el comercio minorista. De hecho, los gigantes estadounidenses de la industria de la moda que han presentado ya resultados trimestrales han comenzado a batir los datos de ventas de 2019.

Urban Outfitters, por ejemplo, ha cerrado el primer trimestre de 2021 (periodo finalizado el pasado 30 de abril) con un crecimiento del 57,59% respecto al primer trimestre de 2020 y del 7,29% respecto al mismo periodo de 2019. Dick's, dedicado a la distribución de equipamiento deportivo, se beneficia de la bonanza en Estados Unidos y de la recuperación de su segmento y ha finalizado el primer trimestre con un crecimiento del 52% respecto al mismo periodo de 2019 y multiplicando por seis su resultado neto, mientras **Abercrombie&Fitch ha logrado cerrar su mejor trimestre desde 2008**.

Modaes

El primer trimestre es el periodo menos relevante para el grupo en términos de facturación y beneficio

Pese a la importancia simbólica que tendrán los resultados de este periodo para Inditex y para el conjunto del sector por ser los primeros un año después de la crisis del Covid-19, lo cierto es que cada año es el periodo menos relevante para la compañía.

Sin tener en cuenta 2020 (aunque también se mantuvo esta tendencia), **el primer trimestre es en el que Inditex registra un menor volumen de ventas y de beneficio**. En los tres primeros meses de 2019, por ejemplo, el grupo anotó unas ventas de 5.927 millones de euros, lejos de los 6.893 millones del segundo, los 7.000 millones del tercero y los 8.466 millones del cuarto. El beneficio, por su parte, se situó en 734 millones de euros, mientras en el segundo ascendió a 815 millones, en el tercero, a 1.171 millones y en el cuarto, a 927 millones.

Aunque todavía por debajo de las marcas de 2019, Inditex lleva meses dando muestras de recuperación. A lo largo de 2020, por ejemplo, el grupo registró una tendencia al alza en sus ventas (hasta cerrar el cuarto trimestre con 6.317 millones de euros) y logró corregir las pérdidas que anotó en el primer trimestre del ejercicio.