

# Modaes

Empresa

## Inditex se apalanca en el online en 2020: 6.600 millones de euros y el 32% de las ventas

La empresa anunció el año pasado un plan de inversión de mil millones en digitalización hasta 2022 para que el peso del online se eleve hasta el 25%.

Modaes  
10 mar 2021 - 09:57



*Edificio que albergará los nuevos estudios para Zara.com*

Inditex aprovecha el tirón del online en el año de la pandemia. El gigante de la distribución de moda, número uno del sector, ha cerrado el último ejercicio con un crecimiento del ecommerce del 70% y un peso sobre las ventas del 32%, frente al 14% del año anterior.

El cierre de tiendas para contener el avance de la pandemia ha condicionado la evolución de este canal en el último año. La empresa facturó 6.612 millones de euros a través de la Red, un 69,5% más que en 2019, cuando ingresó 3.900 millones de euros por sus ventas online.

---

# Modaes

---

**El canal representó un 32,4% de la facturación total del grupo en el ejercicio 2020** (concluido el pasado 31 de enero), casi veinte puntos más que en 2019. A tipos de cambio constante, la venta online se disparó un 77% y el 95% del crecimiento fue orgánico. “Estas cifras sitúan a Inditex actualmente ya entre los principales operadores de venta de moda online del mundo”, destaca el grupo en un comunicado.

Las plataformas del grupo registraron 5.300 millones de visitas, un 50% más que el año anterior. El grupo suma 200 millones de seguidores en redes sociales y sus aplicaciones activas alcanzaron 132 millones.

El año pasado, Inditex anunció un plan de inversión de mil millones de euros en digitalización hasta 2022, con el objetivo de que las ventas online lleguen a una cuota del 25% sobre la cifra de negocio. Esta inversión incluía la apertura de los nuevos estudios online de Zara, que se inaugurarán la próxima semana. **En total, el grupo prevé invertir 900 millones de euros al año en el próximo trienio**. En 2020, las inversiones se situaron en 713 millones de euros.

El lanzamiento de la venta online está “en línea con lo previsto”, explica Inditex. En 2020, Zara lanzó la venta online en 25 nuevos mercados. En la actualidad, las ocho cadenas del grupo ya están disponibles online en 216 mercados de todo el mundo, de los cuales 91 tienen plataforma integrada de tienda y online.

## **Un 17,5% de toda la venta online en el periodo se completó desde tienda**

**Zara.com lanzó su plataforma local en Argentina, Paraguay, Uruguay, Chile, Panamá, Costa Rica o Puerto Rico**, así como en Islandia, Georgia, Túnez, Kazajistán, Chipre o Argelia, entre otros. Además, el grupo lanzó el servicio de venta online en Lefties, el único concepto que no tenía hasta ahora.

---

# Modaes

---

En línea con el objetivo, la empresa ha implantado ya los programas de identificación por radiofrecuencia (Rfid) y stock integrado (Sint) en todos los formatos. Este último contribuyó con 1.156 millones de euros a las ventas online, es decir, que un 17,5% de toda la venta online en el periodo se completó desde tienda.

La empresa no ha dado previsiones, pero apunta que “se espera que la venta online siga creciendo a tasas muy elevadas”. **En el arranque del ejercicio 2021, el ecommerce ha continuado creciendo a tasas muy similares a las de 2020**, en parte porque también han regresado las restricciones para frenar la tercera ola del coronavirus.

Inditex ha cerrado el ejercicio 2020 con una caída de ventas del 28%, hasta 20.402 millones de euros, y un resultado neto de 1.106 millones de euros, un 70% menos que en 2019.