

# Modaes

Empresa

## Prada encoge ventas un 25% en 2020 aunque mantiene el tipo en Asia

La compañía obtuvo un resultado neto negativo de 54,1 millones, frente a los 255 millones de beneficio del año anterior.

Modaes  
10 mar 2021 - 18:20



Prada cierra un año para el olvido. La compañía italiana de lujo **ha facturado 2.422,7 millones de euros en el ejercicio 2020, finalizado el 31 de diciembre, lo que implica un descenso del 24,9% respecto al ejercicio anterior**, cuando ingresó 3.225,6 millones de euros, según ha indicado la empresa en un comunicado. En Asia, sin embargo, logró cerrar en positivo.

La empresa ha entrado en números rojos. **Prada perdió 54,1 millones de euros en 2020, frente a los 255,8 millones de beneficio obtenidos en el ejercicio anterior.**

La crisis del coronavirus tuvo un mayor impacto en el primer semestre del año, pero

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/prada-encoge-ventas-un-25-en-2020-aunque-mantiene-el-tipo-en-asia>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Modaes

fue remontando hasta el punto de alcanzar una “recuperación total del retail en octubre y noviembre”, apunta la compañía.

Por regiones, **las ventas en Europa se situaron en 561 millones, un 35% menos que en el ejercicio anterior**, lastradas por el cierre prologando del 30% de las tiendas del grupo y la ausencia de turismo. Por su parte, las ventas en América cayeron un 17% hasta los 291 millones de euros.

## **Prada facturó 914 millones de euros en Asia en 2020 , un 1% más que el ejercicio anterior**

El otro lado de la moneda fue para **Asia Pacífico, donde las ventas se situaron en 914 millones de euros, lo que supuso un 1% más que en 2019**. La segunda mitad del año fue especialmente buena para la compañía, cuyas ventas crecieron un 19%, impulsadas principalmente por los resultados en China, con un crecimiento del 52%; Taiwán, un 61% y Corea del Sur, un 22%.

**Prada un 11,6%, la marroquinería lo hizo un 18,6% y calzado se hundió un 22,7%**. En cuanto a las marcas del grupo, Prada y Miu Miu cayeron un 16,6% y un 22,5%, respectivamente

Por productos, todas las categorías mostraron una disminución en el retail en comparación con el ejercicio de 2019. **La ropa cayó un 11,6%, la marroquinería lo hizo un 18,6% y calzado se hundió un 22,7%**. En cuanto a las marcas del grupo, Prada y Miu Miu cayeron un 16,6% y un 22,5%, respectivamente, en comparación con 2019. La más afectada por la crisis fue, sin embargo, Church, con un desplome del 47,4%, debido a su mayor presencia en Europa, aunque es también la que menos aporta al grupo por facturación.

El comercio electrónico ha amortiguado en parte la caída. La compañía ha informado que las ventas a través del canal digital experimentaron una fuerte aceleración a lo largo del año, logrando un nivel de ventas que triplicó las de 2019.

---

# Modaes

---

“Hemos logrado un buen nivel de rentabilidad y hemos generado un flujo de caja significativo, mejorando nuestra posición financiera; estos resultados nos dan confianza para afrontar el próximo repunte, tan pronto como termine la fase más crítica de la pandemia”, ha indicado Patrizio Bertelli, consejero delegado del grupo Prada, en la presentación de los resultados.

Prada está liderada por Bertelli y Miuccia Prada, que desde el año pasado comparte la dirección creativa con Raf Simons. La empresa cotiza en la bolsa de Hong Kong.