

Equipamiento

## Nextil reduce sus ingresos un 38% hasta septiembre y sigue en pérdidas

La compañía registró un ebit negativo de 460.000 euros, aunque el ebitda se mantuvo en positivo. La facturación se situó en 44,6 millones de euros entre enero y septiembre.

Modaes  
1 dic 2020 - 12:49



La pandemia continúa golpeando a Nextil. El grupo industrial, que cotiza en bolsa, ha cerrado los nueve primeros meses del ejercicio con una caída de la facturación del 38% y en pérdidas, según ha comunicado la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv).

# Modaes

**El grupo facturó 44,6 millones de euros entre enero y septiembre**, un 37,9% menos que en el mismo periodo del año anterior. Nextil atribuye la caída a “los efectos de la pandemia y el abandono del sector *fast fashion*”. De hecho, **el área dedicada al lujo se ha mantenido relativamente estable respecto a 2019**, con unos ingresos de 19,2 millones de euros.

Por unidades de negocio, la empresa facturó 25,4 millones de euros con la división de prenda, frente a los 40,2 millones de 2019. El drástico descenso se debió, explica la empresa, “a la anulación de pedidos de clientes españoles de Treiss”.

**En la unidad de tejido, la cifra de ventas se redujo un 39,1%, hasta 19,3 millones de euros**, sin contar las operaciones intragrupo. Mientras que la de prenda se mantuvo en beneficios, con un resultado bruto de explotación (ebitda) positivo de 3,1 millones de euros, la de tejido registró pérdidas operativas de 2,5 millones.

## Nextil atribuye la caída a la pandemia y “el abandono del sector ‘fast fashion’”

**El ebitda de todo el grupo también se mantuvo en positivo**, aunque anotó un descenso del 85% respecto al año anterior. **El ebit, por su parte, se mantuvo en rojo**, pasando de las pérdidas de 460.000 euros en los nueve primeros meses de 2019 a 8,2 millones este año.

De cara al cierre del ejercicio, Nextil subraya que “a pesar de estar situados en una segunda ola de la pandemia, se espera una leve recuperación hasta final de año al estar el mercado situado en una posición más sólida frente a la respuesta que la población y el sector están dando a la actual crisis sanitaria”.

**Para el sector *athleisure*, la compañía prevé un crecimiento del 25%**, mientras que para el lujo anticipa “una leve desaceleración, a pesar de que la entrada de pedidos continúa siendo constante”.

## La empresa se está centrando en el sector médico y ‘wellness’

---

# Modaes

---

En cuanto al sector del íntimo y baño, Nextil explica que “las grandes marcas de lencería y baño, clientes de la unidad de tejidos de España, han estado casi dos meses cerradas, y la rampa de recuperación está siendo positiva, fundamentalmente en Europa”.

**Por su parte, la unidad de tejidos ubicada en Estados Unidos presenta “una leve recuperación** para el sector del tejido deportivo, recuperación a pesar de estar toda actividad deportiva paralizada en el país, mientras que las cifras en el sector *shapewear* todavía reflejan el impacto de la pandemia sobre las cadenas como Walmart, JCPenny o Macy’s”.

Por otro lado, se espera que las cifras del sector médico sean sostenidas hasta final de año, mientras que la recuperación de íntimo y *shapewear* será más lenta. Dentro de la transformación del grupo en su unidad de tejidos, iniciada en 2019, se encuentran nuevas propuestas de valor hacia el cliente, más en ofrecer soluciones que productos, con un claro enfoque en el *wellness* y medical.

Además, grandes clientes del sector del deporte y la moda están iniciando los pasos para ser licenciarios del proceso de tinte Greendyes. Ya se han superado los pasos correspondientes a la verificación de parámetros, homogeneidad de la producción, y certificación de la marca de huella de carbono y actualmente Nextil está en proceso de producción de lanzamientos de cápsulas de temporada para estas marcas.