



Levi Strauss saldrá bien librado de Covid-19: Moody's

La empresa que cumplirá 167 años de fundada, tendrá un impacto mínimo por los efectos de la pandemia

7 de mayo de 2020

Después de que la calificadora de riesgo crediticio Moody's concluyó una revisión de la cartera a la dueña de las icónicas marcas de ropa Levi's y Dockers, la estadounidense Levi Strauss & Co., dijo que la compañía saldrá bien librada de los efectos devastadores de la pandemia de coronavirus por su alta rentabilidad.

Con una calificación (Ba1) en los llamados bonos basura o de alta especulación por la mayor tasa de interés que cobran los prestamistas, Moody's indicó que la empresa que innovó el pantalón de mezclilla (al menos, el 20 de mayo de 1873 obtuvo la patente del llamado pantalón vaquero con remaches) «refleja sus sólidos indicadores crediticios y su buena rentabilidad» en el segmento de mercado de la población adolescente.

Moody's comentó espera que la compañía «mantenga sólida rentabilidad y métricas crediticias en el mediano plazo, suponiendo que cualquier presión que pueda surgir por el Covid-19 se limite al primer semestre de 2020».

En el primer trimestre del año, Levi Strauss reportó ventas por 1,506 millones de dólares, con ganancias de 153 millones, cifras que representaron incrementos de 4.9% y 4.1%, en el mismo orden, respecto el mismo periodo de 2019.

Esos incrementos se lograron a pesar de la productora de los tejanos o jean cerró sus tiendas por seis semanas (antes del reporte al 23 de febrero) por el brote de coronavirus en China. Eso generó un impacto estimado por la propia compañía de 20 millones de dólares.

El incremento de las ventas del «primer trimestre de 2020» (del 25 de noviembre de 2019 al 23 de febrero de 2020) se reforzó por las ventas del «Black Friday» (viernes 29 de noviembre), por las mayores ventas en las tiendas al menudeo y la comercialización de sus productos en el canal del comercio electrónico. Por región, las mayores ventas se dieron en Europa con un 10% a 513 millones de dólares, América avanzó 4% a 746 millones y Asia se contrajo 2% a 248 millones, informó la empresa.

La productora de pantalones de mezclilla también señaló que las ventas en el segmento para mujeres crecieron 12% y en hombres sólo aumentaron 2%.

Así, con una calificación en el primer peldaño del grado especulativo, Moody's indicó que «reflejan la naturaleza icónica de la marca Levi's, su alcance global, una escala de ingresos significativa y muy buena liquidez».

Levi Strauss que nació en 1853 (20 años antes de obtener la patente del pantalón vaquero) cotizó 14 años en Wall Street, hasta 1985 cuando sus herederos la deslistaron, 34 años después regresó la bolsa de valores de Nueva York. El 21 de marzo marcó su regreso y el 15 de abril alcanzó un valor máximo de 9,497 millones de dólares, un año después (al 6 de mayo) la empresa tiene un precio de mercado de 4,675 millones de dólares.

El mercado de pantalones de mezclilla se disputa con la también estadounidense VF Corporation, empresa también centenaria que nació en 1899 y que adoptó su nombre de su negocio lencería «Vanity Fair», negocio que vendió en los primeros años del Siglo XXI.

Sin embargo, por considerar que la venta de ropa de mezclilla es un mercado maduro con menores tasas de crecimiento, VF Corporation se desprendió (spin-off) de sus negocios de «mezclilla» y en mayo de 2019 empezó a cotizar en Wall Street Kontoor Brands Inc., que agrupa a las marcas de pantalones Lee (comprada en 1960), Wrangler adquirida en 1986 y Rock & Republic, empresa que tuvo como diseñadora a Victoria Adams, mejor conocida por Victoria Beckham, y que fue rescatada del proceso de quiebra por VF.

Hasta el 6 de mayo, Kontoor Brands registró un valor de mercado de 1,121 millones de dólares, mientras que VF Corporation reportó una capitalización de 22,112 millones de dólares. Ese mayor valor obedece que la empresa centró su atención en el negocio outdoor, como sus marcas como el gigante de calzado y artículos deportivos Vans, y de la misma línea Timberland y The North Face, entre otras tantas marcas de la empresa.