

## Brasil, emergente emergido

**Lo que más importa España a Brasil es calzado: el país sudamericano es ocupa el puesto número quince entre los principales proveedores del sector. Pese a que ha crecido en los últimos tres años, las importaciones todavía no han alcanzado los datos de 2011, cuando las compras alcanzaron la cifra récord de 17,5 millones de euros en el primer semestre.**

El sueño de Brasil se ha desvanecido. La mayor economía de Latinoamérica y la que ha encabezado el milagro de los Brics ha entrado en una profunda crisis y ha obligado a las empresas españolas de moda que habían apostado por el país a reorientar sus estrategias en el país. Inditex ha sido la única compañía que ha elevado sus puntos de venta en el mercado brasileño, aunque ha frenado el ritmo de aperturas. Mango abandonó el territorio en 2013, mientras que Desigual frenó en seco sus planes de expansión.



Brasil prometía ser la panacea para las empresas españolas del sector hace cinco años, cuando el país aspiraba a fuertes índices de crecimiento prometedores, un consumo en alza y una apetencia por la moda internacional. De hecho, el ritmo de crecimiento de las exportaciones españolas de moda al país carioca de los últimos cuatro años ha sido superior al de las exportaciones totales del sector.

Ahora el país atraviesa un momento delicado. El Gobierno de Dilma Rousseff ha puesto en marcha un paquete de medidas de ajustes para contener el gasto público y, en consecuencia, el déficit. De hecho, en las últimas semanas, Brasil ha sufrido una fuga de capitales, además de acusar un freno en su financiación internacional.

A esto hay que sumar una depreciación de la divisa local, el real brasileño, que ha caído un 40% respecto al dólar en los últimos doce meses y las previsiones de una caída del Producto Interior Bruto del 1,5% para este año, según estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI). Uno de los grandes temores al frenazo de la economía brasileña es que arrastre consigo al resto de los países latinoamericanos. El país representa el 56% del PIB del subcontinente.

A pesar de la recesión económica, la moda española ha continuado apostando por el país. En el primer semestre del año, las empresas del sector han elevado sus ventas en el mercado brasileño. Según datos del Icx, la moda española exportó entre enero y junio un 10% más que en los seis primeros meses del año anterior, hasta 65,6 millones de euros.

El año pasado, las ventas del sector al mercado brasileño crecieron en el primer semestre sólo un 1,9%. Sin embargo, en este mismo periodo de 2012, el alza interanual fue del 21,8%. Por otro lado, la subida de las exportaciones españolas de moda a Brasil en la primera mitad de 2015 continúa estando por encima del total de las ventas internacionales del sector, que en el primer semestre marcaron una subida interanual del 9,8%.

Brasil se encuentra en el puesto 27 entre los principales clientes de la moda española, por detrás de Hungría y por delante de Chile. Por sectores, en el caso concreto del calzado, el país cae hasta el puesto número 59, por encima de otro de los BRICS, India. Las exportaciones de calzado a Brasil comenzaron la década con muy buen pie. El sector español hizo una fuerte apuesta por el país, y las ventas se dispararon un 37% en el primer semestre de 2012 y hasta un 70% en la primera mitad del año siguiente, muy por encima del aumento general de las exportaciones del sector.

Sin embargo, en 2014 la tendencia se invirtió súbitamente y las ventas de calzado español a Brasil se desplomaron un 40%. En los primeros seis meses de este año, las exportaciones de calzado al país han vuelto a descender un 13%. En cambio, las exportaciones a Brasil de prendas de vestir sí han mantenido el ritmo en el último quinquenio y han crecido a doble dígito, registrando pocas variaciones desde 2011.

Todos los grandes grupos de la distribución de la moda en España, salvo **Grupo Cortefiel**, se subieron a la ola brasileña para después cancelar o estancar sus planes de expansión en el país. Además del cambio de rumbo de la situación económica, las compañías españolas de moda se han tenido que enfrentar en Brasil a altas tasas arancelarias que incrementan de manera significativa el precio final de los productos y ponen en riesgo el negocio en el país de grupos que sustentan parte de su éxito en los precios bajos.

El gigante **Inditex** es el único que ha incrementado desde 2011 sus puntos de venta en terreno carioca. Mientras en 2012 la compañía sumaba 41 puntos de venta en el país, en 2014 la cifra ascendía a 62 y, actualmente, el grupo suma ya 66 establecimientos, 54 de **Zara** y 12 de **Zara Home**.

**Mango**, por su parte, optó por la estrategia contraria, y en 2013 salió del país cerrando su único establecimiento. Al mismo tiempo que el grupo de **Isak Andic** daba marcha atrás en el país latinoamericano, **Desigual** anunciaba sus ambiciosos planes para desembarcar allí.

Desde entonces, la compañía catalana ha enfriado aquella estrategia de expansión, y si el año pasado sumaba cuatro puntos de venta en el país, actualmente sólo cuenta con dos, en el centro comercial Iguatemi, en Portoalegre, y en Rio de Janeiro. Este año, la compañía anunció el objetivo de abrir 450 puntos de venta en Latinoamérica a la vez que anunciaba que frenará su desarrollo en Brasil. Otras empresas españolas como **Protocolo**, **Pretty Ballerinas**, **Pronovias** o **Rosa Clará** también aterrizaron en Brasil durante los años de mayor crecimiento económico en el país. En julio de este año, la compañía de gafas **Etnia Barcelona** preparaba su desembarco en Latinoamérica con la puesta en marcha de una filial en Brasil.

También España compra moda a Brasil, aunque el flujo es menor en esa dirección. Entre enero y junio de 2015, España compró al mercado brasileño moda por 19,34 millones de euros y fue el trigésimo octavo proveedor de moda a España.