

El consumidor musulmán, nuevo objetivo de la moda: gastará medio billón de dólares hasta 2019



La moda mira hacia la Meca. Los consumidores musulmanes generan el 11% del consumo de moda en todo el mundo, y en 2018 rozará 500.000 millones de dólares (440.696 millones de euros), según el estudio *Global Islamic Economy Report* que elabora cada año Reuters en colaboración con el Gobierno de Dubái.

El último estudio, publicado ayer y que recoge los datos de 2013, señala que el gasto global en moda por parte de musulmanes ha aumentado un 11,9% hasta alcanzar 266.000 millones de dólares, lo que supone el 11,9% del gasto mundial en el sector. En seis años, el desembolso alcanzará 484.000 millones de dólares (426.593 millones de euros), lo que supondría un 14,4% del gasto total y se acercaría a lo que gastan hoy Estados Unidos y China juntos.

El crecimiento lo impulsarán Sudán, Irán y Ghana, donde el consumo despegará por encima del 200%. En la anterior edición, Indonesia encabezaba el crecimiento, seguida de Irak, Catar, Egipto e Irán.

Actualmente, Estados Unidos es el mayor consumidor de moda del mundo, con un gasto de 395.000 millones de dólares. Le sigue el mercado chino, con 285.000 millones (251.196 millones de euros), y Rusia, con 111.000 millones (97.834 millones de euros). El top five lo completan Japón (109.000 millones de dólares) e Italia (103.000 millones de dólares).

Entre los países árabes, el mercado turco corona la tabla, con 39.300 millones de dólares (34.638 millones de euros) de gasto. En segunda posición se encuentran los Países Árabes

Unidos, con 22.500 millones de dólares (19.831 millones de euros). Indonesia, Irán, Arabia Saudí y Nigeria son los otros cuatro mayores mercados musulmanes para la moda.

La moda española ha aprovechado el impulso de estos mercados, instalándose en países como Emiratos Árabes, Arabia Saudí o Kuwait. **Inditex** cuenta con una red de 151 establecimientos en Arabia Saudí, donde está presente con todas sus cadenas, excepto **Uterqüe**. En Emiratos Árabes, el grupo suma 64 puntos de venta.

También **Mango** está presente en los dos países, con 59 establecimientos en régimen de franquicia en Arabia Saudí y 22 tiendas en Emiratos Árabes Unidos.

Otras compañías, como **Gocco**, **Carrera y Carrera** o **Pretty Ballerinas** también han optado por seducir al consumidor musulmán con aperturas en Emiratos, Qatar, Kuwait o Arabia Saudí.

Aun así, España no está entre los principales proveedores de los países musulmanes. La tabla la encabeza China, con exportaciones que rozan los 30.000 millones de dólares (26.442 millones de euros). Por detrás se sitúan India, Turquía e Italia. Cada año, el conjunto de países musulmanes exportan 28.000 millones de dólares (24.679 millones de euros) en productos de moda, e importan 64.000 millones (56.409 millones de euros).

El ecommerce, uno de los motores de crecimiento de la industria de la moda en todo el mundo, también ha impulsado el consumo entre los musulmanes. En los últimos años, la oferta se ha multiplicado en estas regiones, pasando de contemplar sólo unas pocas plataformas de ecommerce de ropa étnica, a contemplar todo tipo de productos y convertirse en el canal de compra que más crece. En 2013, el ecommerce se impulsó un 25,4% hasta alcanzar 4.700 millones de dólares (4.142 millones de euros).

La ropa tradicional continúa siendo la principal categoría consumida a través de este canal, seguido de los hijabs. En tercer lugar se encuentran la moda deportiva y trajes de baño, relegando al cuarto puesto a la moda femenina y masculina.

Pero, además de comprar en casa y a través de Internet, los consumidores musulmanes son de los colectivos que más gastan en turismo de compras. En 2014, los turistas musulmanes desembolsaron 36.300 millones de dólares (31.994 millones de euros) en compras, destinando a esta actividad alrededor del 25% de su presupuesto para el viaje. Barcelona es el sexto destino para los turistas musulmanes, según un estudio elaborado por **Mastercard** y **CrescentRating**.