

Empresa

De Versace a Chanel: el lujo en Brasil contiene el aliento ante la era Bolsonaro

La última empresa del sector en bajar la persiana en el país sudamericano fue Versace, que cerró su tienda de São Paulo.

María Bertero
12 abr 2019 - 00:00

De Versace a Chanel: el lujo en Brasil contiene el aliento ante la era Bolsonaro

Image not found or type unknown

“Es un mercado muy complicado”. Esta excusa se ha repetido una y otra vez en los últimos tres años, siendo la frase final con la que los gigantes del lujo se despedían del mercado brasileño. Pero no sólo las marcas de alta gama sucumbieron a las vicisitudes del país sudamericano, sino también empresas de cosmética como Lush o Nyx o de moda *premium* como Ralph Lauren.

Jair Bolsonaro acaba de cumplir cien días en el Palacio de la Aurora, sin embargo, sus promesas de campaña con tono proteccionistas aún no han se han llevado a cabo. El ex capitán de ejército ha estado luchando en los primeros meses de su mandato contra las disputas internas de la política brasileña, dejando en *stand by* sus amenazas de ultraderecha y la posible salida del Mercosur.

Pero la llegada de Bolsonaro al poder no ha sido más que otro motivo para alejar a las marcas de moda del país brasileño. En 2014, Brasil sucumbió a una de las peores crisis de su historia y con ella comenzaron la retirada de numerosas empresas de moda y cosmética. **En los últimos tres años, el 25% de las marcas de lujo dieron marcha atrás en el mercado brasileño.**

Versace, que desembarcó en Brasil en 2014, cerró la última tienda que tenía en el país

Modaes

La última compañía en poner punto final a sus operaciones en Brasil fue la italiana Versace, que cerró a finales del año pasado la única que tenía en el país y no ha vuelto a reabrir. La empresa de lujo, propiedad de Capri, desembarcó en el mercado brasileño en 2014, año en que, pese al inicio de la crisis, muchas empresas iniciaron sus operaciones en el país en el marco de la celebración del Mundial de Fútbol. El grupo italiano llegó a contar con tiendas en São Paulo, Río de Janeiro y Fortaleza.

Otra de las empresas de lujo que dio marcha atrás en Brasil fue Chanel. La compañía francesa cerró en 2018 el establecimiento que tenía en el centro comercial Shopping Cidade Jardim, en São Paulo. Ralph Lauren, Kate Spade o la relojería Vacheron Constantin fueron otros de los grupos que se despidieron en los últimos años del mercado brasileño.

Brasil, cuna de gigantes como Renner, Hering o Riachuelo, ha sido durante muchos años el mercado latinoamericano más atractivo para las marcas de lujo. A pesar de la retirada de algunas compañías, **Brasil es el país de la región donde Hermès concentra la mayor cantidad de tiendas.** Otros grupos que mantienen sus operaciones en el mercado brasileño son Louis Vuitton, Cartier o Fendi.

El FMI prevé mejoró las previsiones de crecimiento de la economía brasileña para 2020

A pesar de este contexto, la italiana Bottega Veneta, propiedad del gigante Kering, ha puesto en marcha recientemente su primera tienda en Río de Janeiro. Con esta apertura, la compañía suma tres establecimientos en el país.

En Brasil, el lujo se concentra entre São Paulo y Río de Janeiro. A falta de tiendas departamentales de lujo, los centros comerciales son la mejor pista de aterrizaje para empresas de alta gama, especialmente los complejos del grupo Iguatemi.

Más allá de las marcas de lujo, **la cosmética también ha sucumbido a la crisis brasileña**, en un territorio dominado por gigantes locales como Natura o Granado. Una de las últimas víctimas fue L'Oréal, que anunció que cerrará todos los puntos de venta de Nyx en el país. A la marca del gigante francés se suma la británica Lush, que se retiró otra vez del mercado brasileño, tras intentarlo desde 1999 a 2007.

Modaes

Todomoda e Isadora abrirá este año un centenar de tiendas en Brasil

El gigante holandés de la gran distribución C&A, que tiene la mayor cuota del mercado de moda en Brasil, inició en 2016 su reestructuración en el país, con el cierre de doce de sus establecimientos.

Así como Bottega Veneta ha vuelto a apostar por el mercado brasileño, otras empresas de moda también pusieron sus fichas en el país. En la última actualización de previsiones, el Fondo Monetario Internacional (FMI) predijo que Brasil crecerá un 2,1% en 2019, lo que supuso un recorte de 0,4 puntos respecto a los pronósticos del pasado enero. En cambio, la entidad confía en el futuro de la economía brasileña, que se expandirá un 2,5% en 2020.

Este año, la argentina Blue Star Group desembarcará en el país con un centenar de tiendas de sus dos cadenas Todomoda e Isadora. Por el lado de las empresas locales, los operadores brasileños también han avanzado su paso en el país. Centauro ha vuelto a tantear su salto al parque, mientras que la moda femenina de Carmen Steffens abrió un *flagship store* en la avenida paulista Oscar Freire Jardins, la segunda calle más cara de Brasil.