
Modaes

Entorno

2016, el año en que Cuba se puso en el radar internacional

Grupo españoles como Mango y Cortefiel comenzaron su expansión en la isla el año pasado, cuando el presidente de Estados Unidos recaló en el país en una visita histórica, meses antes de la muerte de Fidel Castro.

P. Riaño
22 dic 2016 - 04:45

2016, el año en que Cuba se puso en el radar internacional

“¿Qué bolá Cuba?”. Con estas palabras saludaba Barack Obama a Cuba el pasado 20 de marzo al aterrizar el avión oficial del presidente de Estados Unidos en la isla. Acompañado por su esposa, sus hijas y su suegra, el mandatario llegaba a Cuba en una histórica visita para recomponer las relaciones congeladas entre ambos países tras cerca de seis décadas. El aterrizaje del Air Force One en la isla fue el factor desengrasante de la apuesta de la moda internacional por el país comunista, que comienza su apertura pese a las dudas que presenta ahora la presidencia de Donald Trump y el fallecimiento de Fidel Castro.

En diciembre de 2014, Obama y el presidente cubano, Raúl Castro, se comprometieron a poner fin a un distanciamiento que comenzó en 1959, cuando rebeldes liderados por Fidel Castro tomaron el poder. Desde entonces, el país ha permanecido virgen a la inversión extranjera, con excepciones como el turismo gracias a grupos hoteleros internacionales.

Tras meses de tanteos, en 2016 la moda miró por fin a Cuba en firme. Dos compañías españolas son las que, por el momento, han tomado la delantera. Se trata de Mango y Grupo Cortefiel, que han situado ya en el mapa sus primeras tiendas en la isla comunista.

Las previsiones de The Boston Consulting Group pasan por que el PIB de Cuba crezca entre el 2% y

1 / 3

<https://www.modaes.com/entorno/2016-el-ano-en-que-cuba-se-puso-en-el-radar-internacional>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

el 4%

El grupo controlado por CVC, Pai y Permira ha sido el primero en plantar su bandera en Cuba. El primer paso fue la apertura de un establecimiento de la cadena **Women'secret** en el hotel Kempinski de La Habana. Posteriormente, la compañía llevó el resto de sus cadenas (**Cortefiel** y **Springfield**) al centro comercial Galerías Paseo. Estas aperturas, que se han llevado a cabo de la mano de un socio local, son el fruto de más de dos años de negociaciones.

Mango, por su parte, ya estaba presente en la isla de manera testimonial, pero fue el año pasado cuando comenzó un plan de desarrollo en el país, cuyo primer paso será la apertura de una *macrotienda* el próximo marzo. El establecimiento está ubicado también en el hotel Kempinski de La Habana.

También el lujo ha empezado a extender sus tentáculos en la isla, si bien todavía de forma tímida. En mayo, **Chanel** convirtió el Paseo del Prado de La Habana en una pasarela, a la que subió su colección crucero. Cuba es la primera ubicación de Latinoamérica donde la *maison* presenta sus colecciones.

Christian Louboutin, por su parte, se unió a la isla utilizando uno de los acontecimientos del año: los Juegos Olímpicos, que tuvieron lugar en Río de Janeiro (Brasil) el pasado agosto. La firma de la suela roja fue la encargada de vestir a los atletas del equipo olímpico cubano.

Incógnitas de futuro

Según un informe realizado por **The Boston Consulting Group** el año pasado, la tasa de crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) en Cuba durante los próximos cinco años será del 2% al 4%. En 2014, el PIB en Cuba, con once millones de habitantes, alcanzó 82.000 millones de dólares, lo que le situó como una de las principales economías del Caribe.

El estudio señala que la libertad de mercado, las infraestructuras y, sobre todo, el desarrollo económico, continúan siendo algunos de los hándicaps que persisten para las empresas de moda que quieren comenzar a operar en Cuba.

De hecho, sólo unos meses después de su visita a la isla, el pasado septiembre Obama renovó por un año más la llamada Ley de Comercio con el Enemigo, un estatuto de 1917 que sustenta el embargo económico impuesto a Cuba. Obama tenía que decidir antes del 14 de septiembre si prolongaba las sanciones a Cuba con dicha ley, a la que

Modaes

recurrió en 1962 el entonces presidente John Kennedy para imponer el embargo económico a La Habana y que desde entonces han renovado, año tras año, los nueve presidentes siguientes.

Pese a los retos que tiene por delante la isla, Estados Unidos ya ha empezado a ver un filón en su desarrollo. Según datos publicados en abril por US International Trade Commission, el fin del embargo podría hacer que las exportaciones estadounidenses de ropa a la isla subieran de poco más de 50.000 dólares a 700.000 dólares en sólo un año. En el caso de las exportaciones textiles, el aumento sería de 100.000 dólares a 6,9 millones de dólares.