Modaes

Entorno

El lujo reorganiza sus precios en Reino Unido para combatir el 'efecto Brexit'

Modaes
6 jul 2016 - 11:03



Reino Unido no será durante mucho más tiempo la tierra de las *gangas* en el sector del lujo. Después de conocerse los resultados del referéndum sobre la permanencia del país en la Unión Europea, el desplome de la libra esterlina causó que, en términos comparativos, los precios de los artículos más caros fueran notablemente más baratos en las islas británicas que en el resto de Europa. Pero las compañías no están dispuestas a quedarse con los brazos cruzados.

Louis Vuitton ya tomó la delantera en mayo, antes del referéndum, y subió un 3% los precios de sus bolsos en Reino Unido, según un estudio de UBS. "**Louis Vuitton** es el

https://www.modaes.com/entorno/el-lujo-reorganiza-sus-precios-en-reino-unido-para-combatir-el-efecto-brexit

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.

líder en precio en el mercado; las marcas se fijarán en lo que hace el grupo antes de subir sus precios", explicó Helen Brand, analista de bienes de lujo.

Actualmente, los precios del lujo son un 3% más baratos en Reino Unido que en Francia, pero el diferencial podría reducirse pronto si el resto de marcas de lujo comienzan a seguir los pasos del buque insignia de **LVMH**.

Más difícil lo tendrán los grupos británicos como **Mulberry**, ya que el grueso de sus ventas proviene de clientes locales que ganan y gastas en libras, lo que dificulta una subida de precios.

Los grupos británicos no podrán subir los precios con tanta facilidad ya los consumidores locales copan el grueso de su negocio

El informe de la entidad bancaria también repasa la relación entre las firmas de lujo y *pure players* como **Amazon**. "Las compañías de lujo son muy proteccionistas con sus precios, pero **Amazon** no quiere que las marcas marquen el precio de sus artículos porque quiere evitar los consumidores encuentren los productos más baratos en otro sitio", explicó Adam Cochrane, analista de retail no alimentario.

"Tardaremos en ver a **Louis Vuitton** aliándose con **Amazon**", añadió. En cambio, el experto sí ve más probable que las firmas de lujo creen *micro sitios* dentro del gigante estadounidense, siguiendo la estela de la experiencia de **Burberry** en **Tmall**.

"La cuota de mercado de **Amazon** en el sector de la moda es mayor de lo que ninguno de nosotros pensamos", aseguró Cochrane. Según el informe, el 35% de los consumidores británicos ha comprado ropa en **Amazon** en los últimos tres meses. Entre el grupo de menos de 35 años, la cifra asciende al 45%.

https://www.modaes.com/entorno/el-lujo-reorganiza-sus-precios-en-reino-unido-para-combatir-el-efecto-brexit

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.