
Modaes

Entorno

Golpe a los BRIC: los emergentes desaceleran y frenan la expansión de los gigantes del retail

Silvia Riera
22 dic 2014 - 04:50

La crisis rompió a los BRIC. Brasil, Rusia, India y China fueron las economías emergentes que en el cambio de siglo tomaron el relevo a los tigres asiáticos en el liderazgo en el desarrollo económico local y global. Durante más de una década, estos países han estado en el punto de mira de las inversiones extranjeras y, en particular, en los grandes operadores mundiales de moda, que han visto en ellos mercados de consumo vírgenes y en plena expansión. Sin embargo, el déficit exterior, el fuerte endeudamiento, la caída del precio de las materias primas, la inflación y otros conflictos locales han acusado su desaceleración.

Fue en 2001 cuando un analista de Goldman Sachs, Jim O'Neil, acuñó el término de BRIC. La construcción semántica (que puede traducirse por ladrillo) era un acrónimo de Brasil, Rusia, India y China, cuatro de las grandes economías emergentes. Catorce años después, aquellos países que marcaban cotas de crecimiento récord atraviesan por crisis económicas que ponen en jaque el desarrollo de sus mercados de consumo. Sin embargo, la desaceleración económica no va a la misma velocidad en todos los BRIC. Brasil y Rusia, por ejemplo, son dos de los países que peor han evolucionado en 2014, según el Fondo Monetario Internacional (FMI).

En el caso de Brasil, el país se convirtió en 2013 en el sexto mercado mundial para la moda, por delante de Rusia y Reino Unido. El país sudamericano fue el que más incrementó el consumo de moda el año pasado. Desigual ha sido una de las marcas que este año ha apostado fuerte por el mercado brasileño, donde ya suma tres

Modaes

establecimientos y proyecta uno nuevo para 2015. Sin embargo, Mango decidió abandonar el país este año. Inditex, por su parte, cuenta con sesenta tiendas en el país, 52 de las cuales son de Zara y las ocho restantes de Zara Home.

Brasil es la mayor economía de Latinoamérica, pero también es una de las más frágiles. La economía del país creció en 2010 un 7,5%; tres años después, avanzó un 2,3% y las previsiones del Gobierno carioca para cerrar este ejercicio son de un alza del 0,2%. De hecho, las expectativas para finalizar el año son muy optimistas si se tiene en cuenta que, en el tercer trimestre, el país abandonó la zona de recesión técnica después de tres trimestres en negativo. El Gobierno local confía en un retorno de la inversión para combatir el descenso del gasto en los hogares y la amenaza de la inflación.

Pero la recuperación es difícil. Los economistas confían en que el índice positivo del último trimestre signifique el fin del efecto de la Copa del Mundo. A nivel de consumo interno, las expectativas de los ciudadanos son las más bajas de la década. Por otro lado, el escándalo de corrupción en Petrobras, una de las mayores compañías del país, también está afectando en las inversiones extranjeras, ya de por sí perjudicadas por los elevados aranceles y las trabas burocráticas. La subida de los tipos de interés, la fuerte deuda privada, una balanza comercial deficitaria y la inflación son otros de los retos del país.

Por otro lado, en las últimas semanas, la apuesta de los inversores por el dólar está forzando a la devaluación de otras monedas, como es el caso del real brasileño, que en los últimos días ha llegado a su nivel más bajo desde 2005. Para el año que viene, las expectativas indican que se mantenga la devaluación ante la presión al alza del dólar y la caída del precio de las materias primas.

En el caso de Rusia, Inditex es una de las compañías que más ha apostado por el país a pesar de la compleja situación por la que atraviesa su economía. En la actualidad, el mercado ruso es el tercero más importante para la compañía, con 442 tiendas. El resto de los principales grupos españoles de moda también mantienen en firme su estrategia en el mercado ruso, como Cortefiel, que contempla la apertura de nuevas tiendas en 2015; Desigual acaba de abrir su tienda online en el país, y Mango prevé finalizar el año con 37 tiendas nuevas en este mercado. En cambio, la compañía británica New Look ha decidido abandonar el mercado ruso por la incertidumbre

Modaes

política.

Pero los pronósticos para la economía rusa distan de ser optimistas. Las sanciones occidentales, consecuencia de la crisis con Ucrania, y la caída del precio del petróleo (la primera fuente de divisas del país), han puesto en evidencia la debilidad de la economía rusa. El hundimiento del rublo en la última semana ha sido para muchos analistas uno de los primeros síntomas de que la economía rusa se aproxima a una situación de colapso.

Para 2015, el Gobierno ruso ha rebajado sus previsiones de crecimiento del 1,2% del PIB a una caída del 0,8%. En el caso de que el precio del petróleo continúe bajando, la contracción de la economía rusa para el año que viene será todavía mayor. Por otro lado, el Ejecutivo de Moscú también ha vaticinado un descenso del 3,9% de los salarios para 2015.

India, por su parte, es de todos los BRIC el que mejor encara su desarrollo, a pesar de haber frenado el ritmo de una década atrás. La economía del país sigue dependiendo de las inversiones extranjeras y cuenta con un déficit energético que frena su crecimiento, entre otros retos. Igual que Brasil, India presenta también un déficit exterior elevado y un alto endeudamiento.

El Gobierno indio ha modificado en los últimos años su normativa de inversión extranjera para facilitar la entrada de grandes retailers internacionales. Estos cambios han dado pie a la entrada de Zara, Pepe Jeans, Uniqlo, Decathlon, eBay o Amazon, entre otros. Sin embargo, la enseña estrella del grupo Inditex aflojó su ritmo de crecimiento en el país en 2013 por la evolución negativa de algunas de sus tiendas, pero también por la depreciación de la divisa local.

Gap, por su parte, ha retrasado en varias ocasiones su entrada en el mercado indio. La compañía estadounidense contempla entrar en el país en 2015 de la mano del gigante textil local Arvind Brands. Otras marcas que están a la espera de entrar son Nike o H&M, entre otras.

Modaes

Pero más allá de lo que pueda ocurrir en Brasil, Rusia o India, lo que realmente preocupa a la economía mundial es un episodio de crisis en China. Los expertos coinciden en que la desaceleración económica del gigante asiático está siendo más rápida de lo esperado pero confían en que el Gobierno de Pekín sepa redirigirla.

Según datos de PwC, en 2016, China adelantará a Estados Unidos y se convertirá en el primer mercado del mundo para el retail, con unas ventas minoristas de 4,1 billones de dólares. La demanda de productos de moda se situará en 2016 en 98.038 millones de dólares, casi el doble que en 2012. Sin embargo, los grupos de moda han empezado a reordenar su negocio en el país.

Desigual, por ejemplo, decidió este año dejar de operar con tiendas propias para apoyarse en terceros; Mango también está rediseñando su estrategia en el país, mientras que Tous intenta volver a China de la mano del grupo asiático Parkson. En ámbito de la cosmética, L'Oréal retiró Garnier.

China no crece al ritmo de unos años atrás. Los indicadores macroeconómicos del país continúan arrojando datos positivos, pero las cifras cada vez son menores. En noviembre, la producción industrial del país creció un 7,2% interanual, el valor más bajo de los últimos tres meses. La inversión en activos fijos, que incluye datos como el gasto público, subió en los once primeros meses del año un 15,8% respecto al mismo periodo del año anterior, tocando un mínimo desde 2001.