

Entorno

La moda latinoamericana se abre paso en Europa: eleva un 24% sus exportaciones a la UE desde 2005

C. De Angelis
12 abr 2016 - 00:00

La moda latinoamericana se abre paso, lentamente, en la Unión Europea. A medida que aumenta el número de empresas que se atreven a cruzar el Atlántico para abrir mercado en el Viejo Continente, las exportaciones de moda desde Latinoamérica a los países de la Unión Europea suben progresivamente. En 2015, las importaciones europeas de estos productos ascendieron a 2.465,9 millones de euros (2.813 millones de dólares), un 23,7% más que en 2005.

Con Italia como principal mercado, empresas de Sudamérica, Centroamérica y Caribe han elevado sus ventas de moda al mercado europeo a pesar de la crisis económica que ha atravesado el continente durante los últimos años.

Empresas como **Leonisa**, **Totto**, **Havaianas**, **Onda de Mar** o **La Martina** han abierto mercado en los últimos años en el continente europeo, a menudo a través de la Península Ibérica. Sin embargo, su implantación es todavía baja, especialmente si se compara con la penetración de las empresas europeas en Latinoamérica.

Según datos de 2015 del servicio estadístico Eurestacom, los países de la Unión Europea exportaron productos de moda a Centroamérica, Sudamérica y Caribe por valor de 4.301 millones de euros (4.906 millones de dólares), lo que supone un aumento del 95,2% respecto a 2005. De hecho, gigantes europeos como la española **Inditex** o la sueca **H&M** han puesto en Latinoamérica uno de los focos estratégicos de crecimiento para los próximos años.

Los países de Sudamérica, Centroamérica y Caribe vendieron moda a Europa por más de 2.800 millones

Modaes

de dólares en 2015

Por otra parte, ¿cuáles son los pioneros de la moda latinoamericana en Europa?

Leonisa, especializada en corsetería y ropa de baño, ha establecido en Barcelona su sede para el mercado europeo. Desde allí el grupo colombiano, que cuenta también con una presencia relevante en el mercado estadounidense, controla además su negocio en África y Oriente Medio. En 2014, según los últimos datos disponibles, las ventas de la filial española de Leonisa crecieron un 7%, hasta los seis millones de euros (6,6 millones de dólares).

Totto es otra compañía colombiana con presencia en el mercado europeo. Especializado en moda y complementos, el grupo, controlado por el empresario **Yonatan Bursztyn**, también gestiona desde España su negocio en Europa, a excepción de Portugal, que está controlado desde Colombia.

Actualmente, **Totto** opera en el mercado español con una tienda en Madrid y tres corners en los grandes almacenes de **El Corte Inglés**. El grupo, que ha puesto en marcha un fuerte plan de expansión en España, cuenta también con establecimientos en el centro comercial Xanadú y Parque Corredor de la capital española y uno ubicado en la calle del Carmen, también en Madrid.

Havaianas es uno de los grupos latinoamericanos de moda con mayor trayectoria en Europa. La empresa brasileña, propiedad del grupo **J&F Invetimentos** a través de **Alpargatas**, redobló el pasado año su apuesta por el continente con la apertura en Barcelona de su mayor tienda en la región, un establecimiento de 250 metros cuadrados de superficie situado en el centro comercial El Triangle. Desde la sede de la compañía en Barcelona, el grupo dirige su negocio en la región Emea (Europa, Oriente Medio y África).

Onda de Mar es otro de los grupos colombianos que, previsiblemente, llegará próximamente al mercado europeo. Tal y como señaló la compañía el pasado año, la empresa mira a países como España, Italia o Francia para iniciar su expansión con tiendas propias, inicialmente este mismo año, tras una fuerte etapa de crecimiento en la región latinoamericana y en Estados Unidos, país en el que **Onda del Mar** genera ya el 30% de sus ventas.

La Martina es uno de los representantes más significativos de la moda de Argentina en Europa. El grupo tiene intención de seguir incrementando su presencia en el Viejo Continente y prepara la apertura de una treintena de establecimientos en el mercado internacional

Modaes

hasta 2018. El grupo, que tiene su sede europea en Suiza, pone el foco en mercados como el alemán, donde prevé la apertura de una docena de establecimientos.

Italia, Alemania y Reino Unido

Italia es, con diferencia, el principal destino de las exportaciones latinoamericanas de moda a la Unión Europea. En 2015, las ventas de estos productos procedentes de los países de América Latina a clientes italianos ascendieron a 739,6 millones de euros (843,7 millones de dólares), un 18,3% más que en 2005.

En segundo lugar se sitúa Alemania, que en 2015 importó productos de moda de América Latina por 438 millones de euros (499,6 millones de dólares), un 56% más que diez años antes. En el caso de Reino Unido, las importaciones llegaron el año pasado a 224 millones de euros (255,5 millones de dólares), un 17,2% menos que en 2005.