

Modaes

Entorno

Puerto Rico, la puerta de entrada de la moda española al mercado estadounidense

Con un PIB de 103.200 millones de dólares y la aduana y la moneda compartida con Estados Unidos, el país caribeño se ha convertido en una pista de aterrizaje de empresas internacionales de moda como Zara, Mango o Uno de 50.

María Bertero
21 mar 2018 - 00:00

Puerto Rico, la puerta de entrada de la moda española al mercado estadounidense

Más seguridad jurídica y menos trabas aduaneras. Estas son algunas de las fortalezas que han hecho de Puerto Rico un territorio idóneo para que las marcas internacionales de moda comiencen a testear el mercado estadounidense.

Con un Producto Interno Bruto (PIB) de 103.200 millones de dólares y una población de 3,7 millones de habitantes, Puerto Rico ha desarrollado una fuerte red de retail, centralizada especialmente en centros comerciales.

La cultura y el idioma han sido también algunos de los atractivos por los que empresas españolas como Zara, Mango o Tous elijan al país caribeño como la puerta de entrada a Estados Unidos. **En Puerto Rico, las compañías internacionales de moda encuentran mayor seguridad jurídica que en otros países de Latinoamérica, debido a que el país comparte aduana con Estados Unidos.**

Puerto Rico cuenta con 3,7 millones de habitantes y un PIB de 103.200 millones de dólares

Modaes

Plaza las Américas fue el primer centro comercial en abrir sus puertas en Puerto Rico, en 1967. El complejo es uno de los más grandes del país y de Latinoamérica, con una superficie comercial de 185.806 metros cuadrados y más de trescientas tiendas.

Inditex desembarcó en Puerto Rico en 2000 y a cierre de su ejercicio 2017, el gigante español operaba con tres tiendas de su cadena Zara. Recientemente, **la cadena insignia del titán europeo amplió su establecimiento en Plaza las Américas a 2.050 metros cuadrados de superficie.**

El complejo comercial de San Juan cuenta con un mix de marcas internacionales, especialmente de Estados Unidos como Macy's o Sears, pero también con compañías puertorriqueñas de moda y restauración.

Plaza las Américas fue el primer centro comercial de Puerto Rico y cuenta con 24 millones de visitas al año

En los últimos años, la moda española ha ganado terreno en el país caribeño. **Plaza las Américas cuenta con un representante oficial en España que facilita el nexo legal y jurídico entre las compañías españolas que deseen desembarcar en Puerto Rico.**

“El país es una puerta de acceso a Estados Unidos al compartir la misma aduana y la moneda”, destaca José Ortíz, representante de Plaza las Américas y Plaza del Caribe en España. El ejecutivo también destaca que las marcas españolas encuentran en Puerto Rico un mercado altamente consumista, especialmente en moda.

Además, la alta tasa de turistas estadounidenses que visitan el país caribeño funciona también como una vitrina para las compañías españolas de moda que están presentes en Puerto Rico. **El último grupo ibérico en desembarcar en la isla fue Mango, que puso en marcha una macrotienda de 724 metros cuadrados en Plaza las Américas.**

Inditex opera en Puerto Rico con tres tiendas de Zara

En el centro comercial, la compañía española comparte espacio con otras empresas como Tous, Uno de 50 o Carolina Herrera. Además, Plaza las Américas alberga a

Modaes

gigantes como Adidas, Lacoste, Victoria's Secret, Michael Kors o Sephora.

El centro comercial de San Juan cuenta con más de 24 millones de visitas al año.

Después del huracán que azotó Puerto Rico en 2017, muchos de los complejos del país debieron cerrar sus puertas. Sin embargo, Plaza las Américas no sufrió daños graves, por lo que el flujo de visitantes se incrementó aún más en los últimos seis meses.

La empresa familiar puertorriqueña, propietaria de Plaza las Américas es también dueña de Plaza del Caribe, complejo comercial que abrió sus puertas hace 25 años y se ubicada al suroeste de Puerto Rico, cercado a Ponce, la segunda ciudad más importante del país.

Uno de los últimos mercados latinoamericanos en los que desembarcó H&M fue el puertorriqueño. El gigante sueco se instaló en el país en 2016, con una tienda en The Mall of San Juan, que en el ejercicio 2017 disparó un 60,3% sus ventas, hasta 101 millones de coronas suecas (12,7 millones de dólares).