

Bielorrusia: de olvidada por la moda a abrirse al sector internacional

En 2015, entraron en el país 43 retailers internacionales, de los cuales 29 eran de moda. Rusia copa alrededor del 35% de las entradas. La puesta en marcha de nuevos centros comerciales ha servido de motor para el desembarco de nuevos operadores.



Con la economía en descenso, el retail estancado y una elevada dependencia de Rusia, Bielorrusia apenas figura en el mapa de la moda internacional. [Pero la inminente entrada de Inditex](#) en el país han puesto el foco sobre esta pequeña ex república socialista soviética en la por la que también han apostado empresas españolas como **Mango**, **Adolfo Domínguez** o **Joma**.



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

Con una población de 9,6 millones de habitantes, Bielorrusia mantiene una relación política y económica con Rusia mucho más estrecha que otras ex repúblicas soviéticas. Es por eso que la crisis en el país vecino, su primer cliente en el exterior, impactó significativamente la economía bielorrusa el año pasado.

En 2015, el Producto Interior Bruto (PIB) del país se redujo un 3,9%, y el año pasado la caída fue del 2,6%. La contracción de la economía impactó en el desempleo, que aumentó el año pasado, aunque continúa siendo una de las más bajas del mundo, y en la inflación, que anotó una caída en 2016.

Pese a este contexto, el Gobierno de Minsk se ha esforzado en los últimos años por atraer la inversión internacional en retail, promoviendo la construcción de centros comerciales por todo el país.

Sólo el año pasado, se construyeron tres nuevos macro complejos en Minsk, la capital, con lo que el espacio de retail en el país superó el millón de metros cuadrados. Sin embargo, el mercado está estancado y la mayoría de los centros comerciales abren con una tasa de ocupación muy baja.

Para solventar la falta de inquilinos, muchos propietarios de centros comerciales están tratando de captar franquicias internacionales, al estilo de los países árabes, para introducir marcas de moda extranjeras en el país y llenar así sus locales.

Este escenario supone, al mismo tiempo, una oportunidad para los operadores internacionales que vean una oportunidad en el mercado, ya que las rentas en los complejos comerciales descendieron un 40% el año pasado, hasta situarse por debajo de los veinte euros por metro cuadrado, según la publicación *Economy of Belarus*.

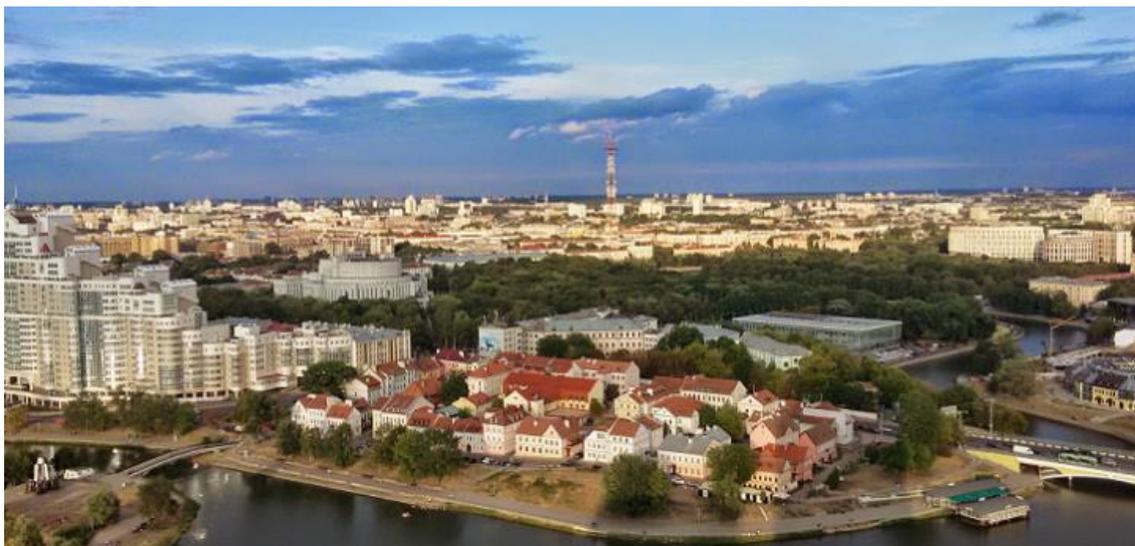
Los centros comerciales son, de hecho, el canal preferido por la mayoría de operadores de moda. De los 29 operadores que entraron el año pasado en el país, el 89% lo hicieron a través de este tipo de complejos, frente al 11% que abrió una tienda a pie de calle.

Según un estudio elaborado por la consultora Bielorrusia Menka, “ahora es un buen momento para los que llevan tiempo planeando entrar en el mercado bielorruso: los niveles de renta están bajos, la oferta de real estate supera a la demanda”. Sin embargo, el informe subraya que “los riesgos políticos y económicos todavía son elevados”, por lo que recomienda entrar siempre de la mano de un socio local bajo el formato de franquicias y mantener la opción de abrir tiendas propias para cuando la situación sea más estable.



DE INTERÉS
para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA



La moda, a la conquista de Minsk

Si bien las cadenas de restauración como Burger King, Domino's o KFC lideraron la ofensiva en el país, en los últimos años la moda se ha sumado a la apuesta por Bielorrusia, a pesar de que el contexto continúa siendo desafiante.

De los 43 operadores internacionales que desembarcaron en Bielorrusia el año pasado, 29 eran empresas de moda, incluyendo **Pandora**, **Mango Man**, **Adolfo Domínguez**, **Liu Jo**, **Max&Co**, **Gant**, **Patrizia Pepe** y **Devernois**. Todas desembarcaron de la mano de socios franquiciados y apostaron por Minsk, la ciudad más poblada y con un mayor PIB per cápita, para iniciar su desarrollo en el país.

Joma fue una de las empresas españolas de moda pioneras en Bielorrusia: desembarcó en 2013. En su conjunto, Rusia copó la mayor parte de las entradas con 30% de los nuevos operadores, seguido de Italia, con el 21% y Estados Unidos, con el 16%. De hecho, son los grupos rusos quienes copan el mercado, con empresas como **Kari Kids**, en el caso de moda infantil, **Jenavi**, en bisutería y accesorios, o **Kari**, en calzado.

Sin embargo, en moda el líder es un operador turco, **Colin's**, que tiene once tiendas en Minsk y desembarcó en el país en 2010, y en deporte domina la estadounidense **Columbia**, con diez años de trayectoria en el mercado.

En lo que se refiere a las marcas españolas, una de las pioneras fue **Joma**, que [plantó la bandera en el país en 2013](#). **Inditex** desembarcará este año en el país con tres de sus cadenas: **Zara**, **Bershka** y **Oysho**.

Fuente: Modaes.es 21.07.2017