

Comex - 26 de Junio de 2007

Brasil: auge de importaciones de bienes de lujo por valor del real → 



A raíz de la apreciación de los últimos años, marcas como Gucci, Porsche, Jaguar y Tiffany incrementaron su penetración en el mercado brasileño

Nunca estuvieron Gucci, Porsche, Jaguar, Prada y Tiffany tan enamorados de Brasil, el país cuya moneda **es la que ha tenido mejor desempeño en el mundo en los últimos tres años.**

La lista de espera para la nueva línea primavera-verano de Prada SpA para bolsas de cuero creció a 120 personas en Dona Santa, una tienda de productos de lujo en la ciudad de Recife.

La bolsa más cara de la colección cuesta u\$s3.600, es decir, **el equivalente a la mitad del ingreso anual de un hogar brasileño promedio.** Porsche AG **ha vendido más automóviles deportivos y utilitarios en el país sudamericano este año que todos los que vendió en el 2002 y 2003 juntos.** Grand Cru, el segundo importador de vinos muy finos del país, pronostica duplicar las ventas este año.

La escalada del real de 60 por ciento en tres años redujo el costo de las importaciones, lo que **fomentó el aumento de las ventas de productos de lujo.** Ese auge es parte de una duplicación de las importaciones en los últimos tres años, lo que **redujo el crecimiento del superávit comercial de Brasil y deja a la moneda vulnerable a una declinación en las exportaciones de materias primas.**

"Esto definitivamente **sugiere que las cosas han ido muy lejos demasiado rápidamente**", dijo Christian Stracke, analista de mercados emergentes en CreditSights Inc. de Londres. La escalada en las importaciones de productos de lujo "es indicativa de un auge masivo en el consumo".

El real **ganó 9,9 por ciento este año y se ubica en 1,9417 por dólar**, sostenido por exportaciones récord de materias primas tales como mineral de hierro, jugo de naranja y soja así como por las inversiones extranjeras en los mercados de acciones

y bonos del país.

El uno por ciento más rico de la población brasileña gana el equivalente a la mitad de la población que figura en la base de la escala, según el Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). "La gente está comprando artículos de lujo que no se hubieran atrevido a adquirir hace cinco años", dijo Jose Roberto Martins, máximo responsable ejecutivo de **GlobalBrands**, empresa con sede en Sao Paulo que diseña estrategias de ventas para importadores y empresas de productos de lujo.

Las ventas de productos de lujo alcanzarán u\$s4.300 millones este año, **lo que constituye una subida de 48 por ciento con respecto a hace dos años**, según la empresa paulista de investigación de mercado GfK Indicator.

Los automóviles deportivos son uno de los productos de mayor salida. Stuttgart Sportcar, el importador exclusivo de Porsche en la mayor economía de América latina, **vendió 170 vehículos de los modelos Cayenne, Cayman, Boxster y Turbo en los primeros cinco meses de este año, frente a los 111 que vendió en el 2002 y 2003 juntos**. Porsche, Jaguar, Ferrari Stuttgart mantiene los precios de sus automóviles principalmente en dólares, lo que significa que el precio en reales **ha bajado en la medida en que subía la moneda**.

El precio de lista de u\$s358.000 por el 911 Turbo, por ejemplo, equivale a 695.000 reales hoy. Hace tres años, el mismo vehículo costaba más de 1,1 millón de reales. "Antes de la escalada del real, muchos de nuestros clientes no pensaban que podían comprar un Porsche", dijo Marcel Vizconde, director general de Stuttgart Sportcar, de Sao Paulo.

GB Cars, que tiene tres concesionarias Jaguar en Sao Paulo y Río de Janeiro, planea incorporar otras dos en otras ciudades este año. Sus ventas de modelos como el XK8 Coupe de u\$s273.700 subieron 61 por ciento en los primeros cuatro meses del año, tras un incremento del 65 por ciento el año pasado. El F599, de Ferrari Spa, con un precio de lista de u\$s835.000, **tiene tanta demanda que hay una lista de espera de más de un año, según informó la agencia Bloomberg**.