

EL PAÍS > EL EMPRESARIO



Se mudó hace cinco años a España y hoy es responsable de venta mayorista en una marca de moda de ese país

La uruguaya Mercedes Thul vive en Madrid, es experta en moda y actualmente asesora empresas en su proceso de internacionalización.

1 Comentarios



Fabián Muro

08/03/2024, 03:35



Este contenido es exclusivo para nuestros suscriptores.

Las **marcas uruguayas de moda** están en excelentes condiciones para internacionalizarse pero para lograrlo tienen que tener una hoja de ruta clara, para que dicho proceso se sostenga en el tiempo. Así sintetiza **Mercedes Thul las potencialidades de la moda Made In Uruguay.**

La licenciada en Estudios Internacionales (Universidad ORT), **radicada en Madrid desde hace cinco años**, estuvo recientemente en Montevideo —en la **Universidad ORT**— para una disertación junto a **Elisa Schroeder** (analista y parte de la Promoción de Exportaciones de Diseño de Moda de **Uruguay XXI**) y **Paola Rapetti**, ex directora ejecutiva de Pacto Global - ONU Uruguay.

Thul se halla en una posición óptima para evaluar este tipo de industria. **Trabajó como jefa de venta mayorista de la compañía The New Society, y actualmente** se desempeña como profesional freelance en el asesoramiento de empresas en su internacionalización. Además, ha trabajado para cadenas como Galerías Lafayette, Le Bon Marché y Harrods.

España ocupa un lugar particular dentro de la industria de la moda en Europa: «Es un hub muy bueno: acá tenés dos capitales de la moda —París y Milán— muy cerca, además de que también estás cerca de Londres. Y en España hay una mirada hacia lo que ocurre en el rubro en EE.UU. Además, ahí han surgido modelos de negocios muy buenos, como Pronovias, especialista en vestidos para novias».

Actualmente se desempeña en el negocio B2B (Empresa a Empresa), o sea el comercio mayorista entre tiendas o empresas dedicadas a la industria de la moda. Este rubro, explica Thul, ha sido una de las estrategias más potentes de las marcas para internacionalizarse y expandirse. «Principalmente, porque la marca delega en el comprador -una tienda local- la responsabilidad de venderla. Esta puede hacerlo mejor porque conoce el territorio, y además porque de esa manera no hay que tener una inversión inicial y una estructura jurídica que acompañe. Al final, para las marcas es mejor también porque de esa manera puede probar —y luego conocer— un mercado».



Mirada global

Al mirar el mercado uruguayo y latinoamericano, aseguró que las marcas tienen «muchísimo para aportar al rubro de moda a nivel mundial».

En cuando a las grifas nacionales, afirmó que tienen el potencial de internacionalizarse por rasgos propios. «Uruguay es un país que en muchos aspectos mira hacia afuera, es consciente de lo que ocurre a nivel global. Conocemos el mercado mundial porque estamos atentos a las tendencias internacionales». Eso ya es una diferenciación, a la que se le agregan factores como la materia prima y la tradición artesanal, algo que se está buscando mucho en el presente.

Todo eso aporta a la singularidad de la marca, y que debe seguir potenciándose de acuerdo a Thul. «También hay una alta capacidad de adaptación de las marcas uruguayas. Eso es algo que veo mucho», dice, porque estas están acostumbradas a cambiar y resolver problemas rápidamente. Otro factor es que al estar en el Sur trabajar, Uruguay está al tanto de las tendencias de verano cuando acá es invierno y viceversa. «Eso, de **poder trabajar en doble estación, forma parte de la mirada global, lo cual te da un punto a favor en la competencia**», asevera, y sintetiza que suma para potenciar las marcas uruguayas a internacionalizarse.

Para que ese posible crecimiento internacional pueda ser sustentable, tienen que darse ciertas condiciones. «La marca tiene que tener la casa en orden antes de internacionalizarse, y conocer muy bien su producto, además de la competencia. Salir al mercado internacional por el mero hecho de hacerlo, sin tener claros los objetivos y sin conocer al mercado al que se apunta, no es un objetivo en sí. Tener clara la dirección, marcar una hoja de ruta -dónde querés estar- previamente es fundamental», cerró.

LAS MÁS VISTAS

- 1 Se vienen las lluvias y tormentas anunciadas: cuál será el peor momento y qué zona estará más afectada
- 2 "Repudio la violencia": el descargo de Sebastián Sosa ante la denuncia de abuso sexual en su contra
- 3 Nacional y jugar en la altura: el resultado que se firmaba en la previa y las buenas sensaciones para la vuelta
- 4 Villa Dolores ruge por las inundaciones; para la IMM las lluvias del sábado fueron "un cataclismo"
- 5 Mirá cómo recibió Always Ready al plantel de Nacional en el vestuario de El Alto en la ida de Copa Libertadores
- 6 Nacional y el manual de cómo hacer tiempo en la altura: los que mejor lo entendieron y el jugador que se fundió
- 7 El drama de un periodista que se tragó un escarbadientes y debió ser operado: "Lo feo ya pasó"
- 8 Nashville 2-2 Inter Miami: un gol y una asistencia de Luis Suárez salvó a su equipo en el final del encuentro
- 9 Así fue la jugada en la que Nacional se salvó del 2-0 y en la que el VAR actuó de forma insólita
- 10 ¿Cuáles fueron las marcas de vehículos 0 kilómetro más vendidas en Uruguay en el mes de febrero?

Últimas Noticias

- 09:00 **Bajar medio kilo por semana sin ir al gimnasio es posible: este es el ejercicio fácil y rápido que lo permite**
- 08:55 **Uno a uno, los mensajes de los precandidatos a la Presidencia por el Día Internacional de la Mujer**
- 08:41 **Mirá la jugada que hizo explotar de calentura a Luis Suárez en el empate de Inter Miami frente al Nashville**
- 08:17 **El mensaje de Beatriz Argimón en el 8M con un pedido para el año electoral: que "haya más mujeres" en política**
- 08:14 **La temperatura máxima alcanzará los 32°, pero las tormentas comienzan a ingresar a Uruguay: mirá el pronóstico**
- 08:00 **Diez libros feministas que no deberías dejar de leer y que podés empezar en el Día de la mujer**