

Modaes

Back Stage

Carlos Eduardo Botero (Inexmoda): “La moda colombiana no debe seguir dependiendo de Ecuador y Venezuela”

A dos semanas de que Colombia salga a las urnas para escoger primer mandatario, el ejecutivo hace un análisis del sector de la industria, en medio de un comienzo de año positivo para las ventas del sector.

M. Cantini
31 may 2018 - 00:00

Carlos Eduardo Botero (Inexmoda): “La moda colombiana no debe seguir dependiendo

Carlos Eduardo Botero es el presidente de Inexmoda, entidad que organizará Colombiamoda del próximo 24 al 26 de julio en Medellín. El directivo realiza un análisis del sector, a las puertas de la segunda vuelta presidencial que definirá el próximo cargo en la Casa de Nariño y que tendrá como reto seguir impulsando la industria de la moda nacional, como una de las más fuertes de Latinoamérica.

Pregunta: Después de un año difícil, el consumo en moda en Colombia ha empezado a crecer y en el primer semestre llegó al 8%. ¿A qué se debe este comportamiento positivo?

Respuesta: Las empresas reaccionaron con estrategias comerciales que involucraron la ampliación de portafolios de productos. Desafortunadamente, otras tantas compañías recurrieron a tácticas ancladas al precio, que no es el mejor escenario porque golpea mucho la marca pero que aumentan las ventas.

P.: Sin embargo, las exportaciones de moda volvieron a caer. ¿Se están concentrando los empresarios a suplir el mercado nacional para esquivar los números rojos?

R.: No, la estrategia debe ser siempre de doble vía, supliendo tanto la demanda nacional como a las ventas al extranjero. El precio del petróleo ha variado y en eso ha consistido el descenso de las exportaciones.

P.: El FMI y la Oede han rebajado sus previsiones de crecimiento para Colombia, ¿no afectará de ninguna manera al sector?

R.: No. Con la entrada en la Oede, las empresas del sector pueden tener nuevas herramientas para entender aspectos en la competitividad en materia tributaria, así como también les puede ayudar a cerrar brechas en temas como salarios y sostenibilidad.

“El nuevo presidente debe tener claro la falta de competitividad que genera las tarifas de impuestos para la moda colombiana”

P.: ¿Cómo afecta al sector la incertidumbre política?

R.: Pensamos que el panorama mejoraría después de la primera vuelta, pero hoy sigue muy confuso porque el país está muy fragmentando. Los dos candidatos tienen propuestas muy diferentes: uno plantea un modelo de expropiación y el otro centra sus planes en la industria nacional como generador de empleo. Independientemente de quien llegue, el nuevo presidente debe tener claro temas como la falta de competitividad que genera las tarifas de impuestos para la moda local y acortar la brecha social del país.

P.: Este año hay elecciones en prácticamente todo Latinoamérica, ¿es momento para que el textil colombiano mire más al exterior?

R.: Siempre hay que buscar oportunidades en otros mercados. Colombia no debe seguir dependiendo de Ecuador y Venezuela. Estados Unidos y Canadá se han transformado en grandes destinos, pero hay mercados más sofisticados donde las marcas colombianas tienen valor agregado para competir.

P.: Pero en la última edición de Colombiamoda, entidades locales como Procolombia y el Ministerio de Comercio centraron sus discursos en la evolución a nuevos mercados....

R.: Los esfuerzos y los acercamientos están y ya se han empezado a fortalecer las relaciones comerciales, pero aún muchos de estas prácticas no se ven reflejadas en las cifras. Por eso es que siempre hay que mirar las posibilidades de nuevos acuerdos.

“Combatir el contrabando debe ser un compromiso grupal entre empresas y Gobierno”

Modaes

P: ¿Han funcionado los mecanismos de control para frenar el contrabando en el país?

R.: Hay que reconocer el esfuerzo de organismos como la policía aduanera, que han logrado grandes operaciones de incautación de mercancía, pero se debe entender que el problema del contrabando es un lavado de activos, así que cuando sale alguna legislación especial, los delincuentes encuentran la manera de evitar. Combatir esta conducta delictiva debe ser un compromiso grupal entre empresarios y el Gobierno.

P.: El año pasado, el lema de Colombiamoda fue *El nuevo juego*. Ahora, ¿en qué debe fijarse la moda colombiana?

R.: En 2017 fuimos muy acertados en tener esta temática por situaciones como el Brexit y Trump, entre otros fenómenos, que dictaron nuevas reglas del juego. Ahora, la industria colombiana tiene que abrir los ojos ante nuevas oportunidades para crecer tanto en el mercado nacional como en el extranjero, digitalización, ecommerce, sostenibilidad y cooperación entre empresarios.

P.: En momentos como el actual, ¿hay que confiar en la inversión extranjera?

R.: Más que aporten dinero, lo importante es que tiene que abrir oportunidades nuevas. Es bienvenido el capital, pero pienso que la inversión extranjera debe tener valor agregado.