

---

# Modaes

---

Back Stage

## Juan David Castaño (Bogotá Fashion Week): “Vamos a construir una plataforma comercial para triplicar la industria de moda en Bogotá”

Del 25 al 27 de abril se llevará a cabo el Bogotá Fashion Week, evento que busca fortalecer a la industria de la moda de la capital colombiana, que alberga 36.900 empresarios.

---

M. Cantini  
11 abr 2017 - 00:00

**Juan David Castaño (Bogotá Fashion Week): “Bogotá puede triplicar su industria de moda”**  
Juan David Castaño es el director de articulación macroempresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). La entidad, que recientemente adquirió el Bogotá Fashion Week, es la encargada de impulsar a 36.900 empresarios del sector de la moda. El directivo, tiene bajo su mando las iniciativas de capacitación y de networking, que buscan potenciar a la industria tanto en Colombia como en el extranjero.

**Pregunta:** Desde el año pasado la Cámara de Comercio apostó por Bogotá Fashion Week ¿por qué decidieron pasar de ser patrocinadores a comprar la pasarela?

**Respuesta:** Bogotá Fashion Week (BFW) inició hace dos años con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) como una entidad aliada. Sin embargo, y paralelamente a esta colaboración, la CCB se encontraba desarrollando su propio programa de moda para impulsar al sector. En 2016, se iniciaron las conversaciones con el equipo organizador de BBF para liderar el evento y buscar posicionar un solo espacio en la ciudad.

**P.:** Actualmente, ¿cómo se posiciona Bogotá en cuanto a moda?

**R.:** Bogotá cuenta con una larga tradición de moda. La ciudad tiene cerca de 35.000 empresas de moda, lo que demuestra un importante dinamismo para la economía de la ciudad. El sector genera cerca del 15% de Producto Interior Bruto (PIB) de la

---

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/juan-david-castano-bogota-fashion-week-bogota-puede-triplicar-su-industria-de-moda>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

capital.

**P.: ¿Cuántos empresarios del sector tiene registrados la CCB?**

**R.:** Actualmente hay 36.900 empresas registradas en la ciudad, que producen cerca de 210.000 empleos de manera formal.

**P.: ¿Qué programas de desarrollo empresarial tiene en este momento la CCB para los miembros del sector de la moda?**

**R.:** Desde hace cinco años, la CCB lidera las acciones de capacitación del sector, que antes estaban coordinadas por entidades de Bogotá. Actualmente, estamos liderando tres iniciativas de clúster, que albergan las categorías de prendas de vestir; cuero, calzado y marroquinería; y joyería y bisutería. Cada uno de estos proyectos tiene el componente de diseño como un eje fundamental de las estrategias de negocios de sus beneficiarios.

## **“La ciudad tiene cerca de 35.000 empresas de moda y genera el 15% de PIB de la capital”**

**P.: ¿Puede Bogotá posicionarse como un clúster de moda y competir con Medellín?**

**R.:** No nos gusta hacer esa comparación con Medellín porque respondemos a lógicas diferentes además porque la realidad económica es diferente. Bogotá, por su tamaño recoge el 38% del mercado de moda del país. La capital puede fácilmente tener una industria tres veces más amplia que otras ciudades del país. Vemos que hay un gran campo de acción y una amplia oferta de productos por lo que estamos trabajando en posicionar a la ciudad como el gran referente de moda que es.

**P.: ¿Por qué Bogotá no está en el radar de ciudades de moda?**

**R.:** Aunque la ciudad ha tenido eventos, no ha sido posible estructurar una plataforma comercial que proyectara todo lo que pasaba en la ciudad. Estas iniciativas se concentraban más desde el punto de vista de pasarelas dejando a un lado el tema de rueda de negocios. Estos eventos, por diferentes motivos desaparecían a los pocos años. Debido a este panorama, surge la idea de aglutinar a todos los actores del mercado en un solo evento con una visión a mediano y largo plazo. Queremos construir una plataforma comercial para la moda de la ciudad y darle la importancia que le corresponde.

**P.: ¿Qué acciones están llevando a cabo desde la CCB para lograrlo?**

**R.:** Venimos trabajando en diferentes instrumentos. Hemos lanzado una estrategia de posicionamiento de los empresarios del sector de la moda, tanto a nivel nacional como internacional. Hacemos acompañamientos constantes a los empresarios y

---

# Modaes

---

creamos contenidos relacionados con la importancia del sector moda de Bogotá. En conjunto con la Alcaldía Mayor venimos trabajando en una estrategia de mercado de ciudad, donde se han definido unos mensajes claves para posicionar a Bogotá como un centro de negocios.

**P.: ¿Cuántas personas asistirán al evento?**

**R.:** Esperamos la participación de más de 12.000 personas que podrán acceder a una completa agenda académica internacional donde se abordarán temáticas como la relación de la moda y la tecnología, los nuevos modelos de negocio y la aplicación de tendencias. Vamos a tener 16 pasarelas donde 23 diseñadores van a poder presentar sus propuestas. También vamos a tener un *showroom* donde 21 empresarios podrán exhibir sus productos.

**“No nos gusta que nos comparen con Medellín, ya que Bogotá, por su tamaño recoge el 38% del mercado de moda del país”**

**P.: ¿Cuáles son las expectativas de negocio para la edición 2017?**

**R.:** Nos hemos marcado tres objetivos: fortalecer a los empresarios del sector, tener una buena oferta de productos y posicionar la ciudad. No nos hemos marcado unas metas precisas en cuanto a cifra de negocios porque queremos documentar lo que está pasando en el mercado. Para este año, vamos a tener una rueda de negocios donde esperamos concretar 420 encuentros. Al cierre del evento vamos a evaluar todos los factores para marcar las proyecciones para las futuras ediciones.

**P.: ¿Cuál es el plan de acción que la CCB tiene previsto para los próximos años con BFW?**

**R.:** El BFW es un elemento adicional para impulsar el sector. Vamos a seguir fortaleciendo las iniciativas de clúster que ayuden a dar herramientas para que el sector crezca continuamente. Nuestro objetivo es que los empresarios sigan fortaleciéndose, en especial en temas de diseño e industrialización.

**P.: ¿Van a desarrollar más eventos en el transcurso del año?**

**R.:** Además de BFW, lideramos Moda 360, ocho encuentros anuales sobre las problemáticas y retos del sector. Nos gusta habilitar espacios de discusión que permitan ampliar los conocimientos sobre la industria. Constantemente ofrecemos eventos de capacitación, en conjunto con nuestra red de aliados.