

Modaes

Back Stage

Juliana Villegas (Procolombia): “La moda colombiana es competitiva en cualquier escenario gracias a los acuerdos comerciales”

Tras la eliminación de aranceles con Brasil, la entidad del país cafetero asegura que la apertura comercial con otros países potencia a la industria colombiana de la moda.

M. Cantini
8 ago 2018 - 00:00

Juliana Villegas (Procolombia): “La moda colombiana es competitiva en cualquier esce

Juliana Villegas es la vicepresidente de exportaciones de Procolombia, entidad encargada de promover el turismo en el país, las ventas al exterior de distintos sectores y la inversión extranjera, entre otros aspectos. La ejecutiva analiza cuáles son los desafíos que tiene por delante la industria colombiana de la moda en el corto y mediano plazo.

Pregunta: En 2017, las exportaciones de moda crecieron sólo un 1,7% y en lo que va del año han sufrido algunos altibajos, ¿qué pronóstico hay para lo que resta del 2018?

Respuesta: Creemos que nos enfrentamos a un ambiente mucho más alentador. Hay optimismo dentro de los empresarios y las cifras lo demuestran. De enero a mayo, las exportaciones alcanzaron un crecimiento del 2,6%, alcanzando los 370 millones de dólares durante el cuarto mes del año, siendo la categoría de textiles y confecciones la de mejor comportamiento.

P.: ¿Cuáles son los factores externos que interfieren en la balanza comercial de la moda colombiana?

R.: Esta es una industria centenaria y ha tenido que afrontar diversos cambios dentro de los que podemos rescatar factores climáticos, paros, baja del consumo,

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/juliana-villegas-procolombia-la-moda-colombiana-es-competitiva-en-cualquier-escenario-gracias-a-los-acuerdos-com>

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

etcétera. De alguna manera, las empresas han sabido responder a los cambios que se han presentado y por eso Colombia es actualmente uno de los ejes centrales de la moda en Latinoamérica. Igualmente, el país ha sabido potenciar sectores como el de la ropa de control, cuyas exportaciones crecieron un 30% en lo que va de 2018.

P.: Se ha dicho que Colombia tiene que mirar más allá de Venezuela y Ecuador. ¿En qué otros países se puede enfocar la moda?

R.: La moda colombiana llega a 107 mercados del mundo gracias a los 16 acuerdos comerciales vigentes que tiene el país en los cinco continentes, lo que hace que la industria local sea muy competitiva. Desde Procolombia nos enfocamos en tres pilares fundamentales: aprovechamiento, diversificación y consolidación, lo que genera que cada compañía pueda evaluar sus metas u opciones de expansión en cada uno de ellos.

“La moda masculina y de tejidos sencillos ya han empezado a ser reconocidos en el mercado brasileño”

P.: En la edición pasada de Colombiamoda, Colombia celebró múltiples acuerdos comerciales con Brasil y todo el bloque de Mercosur. ¿Cuál ha sido el balance de este primer año de nuevas relaciones comerciales?

R.: Ha sido muy positivo porque el punto clave es que ahora no hay aranceles en un país que antes tenía muchas restricciones, así que ha sido una victoria importante para muchas empresas que han podido anexar otro mercado. Durante este año se ha visto beneficiado principalmente la categoría de moda masculina y de tejidos sencillos, que ya han empezado a ser reconocidos en el mercado brasileño.

P.: ¿Son necesarios más acuerdos con mercados fuera de Latinoamérica como por ejemplo Europa?

R.: Para Colombia siempre ha sido un tema vital potenciar sus relaciones comerciales con distintos países, por lo que siempre se está trabajando en la búsqueda de seguir impulsando la presencia de las empresas colombianas en el mundo. Los actuales acuerdos dan todas las oportunidades para lograr que la moda colombiana sea absolutamente competitiva en cualquier escenario.

P.: ¿Cuáles son los retos para que la moda colombiana se afiance en Europa?

R.: En Europa están asentados los grandes grupos de distribución de *fast fashion* del mundo y lograr seducir este mercado donde los precios son menores no es una tarea fácil. Por eso, Colombia debe desarrollar su potencial basándose en la calidad de sus

Modaes

materias primas, que son más duraderas que las utilizan estos grupos de gran de distribución.

P.: ¿Es posible vender moda en Asia u Oriente Medio?

R.: Claro que sí. Actualmente, hay una gran demanda de moda de baño colombiana en China, gracias a la versatilidad tanto de diseño como por la calidad de las prendas. Gracias al ecommerce muchas empresas han podido llegar a mercados como China, donde ya operan cerca de treinta compañías colombianas.