

Modaes

Entorno

Colombia, el alumno aventajado de la moda

El país sudamericano ha pasado de ser una economía manufacturera a crear marcas de moda con sello internacional como Studio F, Tutto o Agua Bendita.

M. Cantini
5 dic 2017 - 00:00

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Studio F, Arturo Calle, Tutto o Agua Bendita son algunos de los nombres propios que han convertido a la industria de la moda en uno de los principales sectores de la economía colombiana. La moda ha sido uno de los vectores de la transformación de Colombia, que desde finales de los noventa ha pasado de ser un país ligado al narcotráfico en el imaginario colectivo a convertirse en un mercado atractivo para la inversión extranjera. **Colombia comparte con otros países de Latinoamérica una tradición en el sector textil y de la confección pero, a diferencia de muchos de sus vecinos, el país sí ha creado marcas de moda que empiezan a tener proyección internacional.**

***Lee el reportaje completo en el Modaes Dossier
Latinoamérica, futuro para la moda***

La industria de la moda representa el 7,5% del Producto Interior Bruto (PIB) manufacturero del país y copa el 6% de las exportaciones totales de Colombia. Se estima que el sector genera cerca 200.000 empleos directos y más de 600.000 de manera indirecta en el país.

La industria se concentra principalmente en Medellín, capital del departamento de Antioquia, donde se encuentran el 40% de las fábricas textiles del país. La ciudad de la eterna primavera, como es conocida, es la cuna de algunas de las mayores empresas colombianas de moda, como Tennis, Leonisa y Cueros Vélez. En Medellín se llevan a cabo dos de los eventos más importantes del sector en Latinoamérica: Colombiatex, muestra comercial especializada en insumos, y Colombiamoda, la mayor feria de moda de Latinoamérica.

Modaes

La moda representa actualmente el 7,5% del PIB manufacturero del país y copa el 6% de las exportaciones

Bogotá, por su parte, es la capital del comercio de moda y sede de la mayoría de empresas internacionales que operan en el país. La industria de la moda genera cerca del 15% del PIB de la capital colombiana. En la ciudad se encuentran asentados grandes grupos de moda nacionales e internacionales como Totto, Texmoda (operador de las cadenas de Inditex) y H&M, entre otras.

Las marcas colombianas de moda son de las más internacionalizadas de Latinoamérica, con Estados Unidos, Brasil, Ecuador y México como principales mercados en el exterior. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) y la Asociación Nacional de Empresarios (Andi) en 2016, las ventas al extranjero tanto de prendas de vestir como de tejidos, hilados y fibras alcanzaron los 855,5 millones de dólares. **Sólo la confección copa el 69% de las ventas al extranjero del sector.**

Junto a las exportaciones, el consumo interno también ha tirado en los últimos años del crecimiento del sector. **En 2016, el consumo de moda en Colombia creció un 5,52%**, hasta superar los 4.000 millones de dólares. Sin embargo, el sector tropezó en 2017 lastrado por la inflación y el incremento de tres puntos porcentuales del impuesto del valor agregado (IVA), que quedó fijado en el 19%.

La moda internacional pone sus ojos en Colombia

Pese al traspíe de las ventas en 2017, Colombia mantiene firme su posición como uno de los países estratégicos de Latinoamérica para la moda internacional, apoyado tanto por su atractivo mercado de consumo, con una población 47,7 millones de habitantes, como por sus ventajas competitivas respecto a algunos de sus vecinos.

Los aranceles en Colombia son más bajos que en otros países de la región, con una media del 4,4%, frente al 8% de Brasil y el 6% de Argentina, según el Índice de Libertad Económica 2015 elaborado por la Heritage Foundation.

Su posición geográfica también juega a favor del país sudamericano, ya que facilita la entrada de mercadería tanto por el océano Atlántico como por el Pacífico. Por los puertos de la costa norte (Barranquilla, Santa Marta y Cartagena) llegan los productos provenientes de Europa y Estados Unidos, mientras que por la ciudad de Buenaventura ingresan los productos asiáticos.

Modaes

A los motivos estructurales se suma además la crisis de otros países de la región, como Brasil o Argentina, que ha redirigido parte de la inversión internacional al mercado colombiano. Otro componente importante que ha favorecido la inversión extranjera es el alto al fuego y el posterior acuerdo de paz entre el Gobierno de Juan Manuel Santos y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc), que ha provocado un descenso en la tasa de criminalidad.

Medellín concentra las mayores empresas del país, mientras en Bogotá se ubican los gigantes extranjeros

La inversión extranjera en Colombia durante 2016 se situó en 13.593 millones de dólares, un 15,8% más que en 2015, según el Banco de la República. El voto de confianza de las compañías internacionales se explica principalmente por el ritmo de la economía que, aunque no es la de mejor rendimiento de Latinoamérica, se ha mantenido constante en los últimos años. Sólo en el último año, desembarcaron en Colombia titanes internacionales como H&M, Calzedonia o Decathlon.

Desafíos del mercado colombiano

Con todo, el mercado colombiano todavía presenta retos por delante. En 2016, la inflación general del país fue del 5,3% y ha mantenido un ritmo similar en lo que va de este año, lo que ha tenido un duro impacto en las ventas de moda en el país.

Además, **la industria colombiana de la moda vive bajo la constante amenaza de dos factores de riesgo: la devaluación del peso colombiano y el contrabando**

, siendo este último el nuevo dolor de cabeza tanto para el Gobierno como para los empresarios, afectados por la entrada ilegal de productos e insumos, especialmente de países como China. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han visto afectados unos 500.000 empleos debido a esta actividad ilícita. En 2015, el Gobierno de Juan Manuel Santos emitió la ley anticontrabando, que amplía los controles y las sanciones frente a este delito.

El ejercicio 2017 ha sido el de mayor número de aprehensiones de productos ingresados de manera ilegal, y hasta ahora se reportan cerca de 5.337 unidades en mercancía incautadas por un valor de 119 millones de dólares.

En paralelo, el país ha iniciado ya la contienda electoral que buscará el reemplazo de Juan Manuel Santos en la Casa de Nariño de cara a las elecciones presidenciales de 2018, factor que puede poner en jaque la estabilidad política y económica del país.

Modaes

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Modaes

Studio F es el mayor grupo de *fast fashion* de Colombia. Especializada en moda joven femenina, la compañía forma parte de STF Group, propietario también de Ela. Studio F dio sus primeros pasos en la ciudad de Cali de la mano de Carmen Faride Haze. Con el paso del tiempo, la empresa diversificó en otras líneas de negocio, pero manteniendo el foco en el mercado femenino con el lanzamiento de Ela y su cadena especializada en tallas grandes, Top One. Además de haber consolidado su presencia en Colombia, Studio F ha tejido una extensa red comercial fuera de su mercado local. La compañía opera con un total de 300 establecimientos en Latinoamérica, en países como México, Chile, Costa Rica, Panamá, Guatemala, Perú y Venezuela. Actualmente, STF Group está liderado por Carlos Acosta, hijo de la fundadora. En 2016, la empresa facturó 613.820 millones de pesos colombianos (201,5 millones de dólares).

Modaes

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

El imperio de moda masculina de Arturo Calle se inició en el barrio de San Victorino en Bogotá, con un pequeño almacén de camisas. Fundada a finales de los años sesenta por el empresario Arturo Calle, la compañía suma un centenar de tiendas en su mercado local. En 2012, la empresa diversificó su negocio con Arturo Calle Kids, especializada en moda infantil, y AC Leather, especializada en marroquinería masculina. En cuanto a su expansión internacional, Arturo Calle ha centrado sus esfuerzos en extender su red comercial en Centroamérica, donde ya cuenta con puntos de venta en países como Costa Rica, El Salvador, Panamá y Guatemala, donde desembarcó recientemente. Actualmente el grupo está comandado por Carlos Arturo Calle, hijo del fundador de la compañía colombiana. La cifra de negocio de la empresa en 2016 fue de 29.400 millones de pesos colombianos (184,4 millones de

Modaes

dólares).

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Especializada en trajes de baño, Maaji es una de las grandes promesas de la moda colombiana. Fundada en 2006 en la ciudad de Medellín por las hermanas Manuela y Amalia Sierra, la empresa se inició en el negocio de la moda de baño a través de la venta directa, para concentrar actualmente su negocio en el canal multimarca. Maaji tiene presencia en más de 50 países y opera en tiendas departamentales estadounidenses como Nordstrom, Neiman Marcus o Bloomingdale's. Maaji cuenta, además, con una red de doce establecimientos monomarca, cuatro de ellos en Colombia y los ocho restantes en distintos países de Latinoamérica. Este año L Catterton, el brazo inversor de LVMH, compró la marca colombiana para fusionarla

Modaes

con la australiana Seafolly, con el fin de constituir un gran grupo de moda de baño. Aunque el fondo de inversión controlará ambas empresas, sus fundadores seguirán en el accionariado. La compañía está capitaneada por el colombiano Miguel Piedrahita.

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Dirigido por Juan Carlos Echavarría, Crystal es un grupo propietario de las marcas: Gef, Punto Blanco y Baby Fresh. Fundado en los años cuarenta, la compañía dio sus primeros pasos con la confección prendas de algodón. En 1954 lanzó Gef, especializada en ropa informal, y en 1969 la compañía obtuvo la licencia de la española Punto Blanco para producir sus prendas en el país y controlar la distribución en Latinoamérica. Actualmente, ambas empresas son independientes, ya

Modaes

que la filial colombiana amplió sus líneas de producto a ropa exterior. Crystal es uno de los líderes de la moda infantil en Colombia con su cadena Baby Fresh, que tuvo su origen como la línea infantil de Gef. En 2012, la empresa empezó a operar como marca independiente. Actualmente, Crystal, controlada por la familia Echavarría, extiende su presencia en otros países como Costa Rica, Guatemala, República Dominicana y México.

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Fundada en 1987 por Yonatan Bursztyn, Tutto está especializada en mochilas, bolsos y maletas. La empresa, con una facturación de 449.662 millones de pesos (146,6

Modaes

millones de dólares), se ha convertido en la compañía colombiana del sector de la moda con mayor proyección internacional, sumando más de 640 tiendas en cuatro continentes. A finales de los ochenta, la empresa puso en marcha su primera tienda en Colombia, en una antigua fábrica de manufacturas de cueros. El grupo, que opera a través de la sociedad Nalsani, comenzó su internacionalización en 1991 cuando subió la persiana de su primera tienda en Costa Rica. En los años posteriores, el grupo abrió establecimientos en Chile, Guatemala, Honduras, El Salvador, República Dominicana, Puerto Rico y España, entre otros países. La compañía ha centrado su expansión en el mercado europeo. Tutto, cuyo nombre hace honor a un grupo de rock estadounidense, opera también en Oriente Medio y África.

Modaes

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

La compañía de marroquinería Cueros Vélez fue fundada en 1986 por Juan Raúl Vélez y su esposa, Ana María Echeverría. Actualmente, el grupo antioqueño opera con más de 240 tiendas tanto en su mercado local como en Panamá, México, Guatemala, Costa Rica, Perú y Ecuador. Para potenciar sus exportaciones a Europa y Estados Unidos, el grupo paisa inauguró recientemente un nuevo centro de producción con capacidad para procesar 12.000 pieles al año. La red comercial de Cueros Vélez se compone también de otras tres cadenas: Vélez Home, Nappa y Tannino. La primera fue la última incorporación del grupo y está especializada en decoración y mobiliario, mientras que Nappa y Tannino son los conceptos de accesorios de marroquinería de Cueros Vélez a precios más bajos. Con sede en

Modaes

Medellín, Cueros Vélez genera 3.000 puestos de trabajo directos y facturó en 2016 de 347.772 millones de pesos colombianos (113,4 millones de dólares).

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Catalina Álvarez y Mariana Hinestroza fueron las propulsoras de Agua Bendita, que hoy está presente en más de cincuenta mercados en todo el mundo. La compañía de trajes de baño dio sus primeros pasos en 2005, teniendo presencia en ferias de diseño locales que pusieron a la marca dentro de radar de las compradoras colombianas. Dos años después, la empresa participó en las pasarelas de Colombiamoda, que la catapultaron al mercado exterior. Actualmente, el grupo colombiano opera con

Modaes

puntos de venta en Estados Unidos, China, Paraguay, Panamá, Aruba y México. La marca realiza una fuerte inversión en publicidad y ha logrado fichar a *top models* como Kendall Jenner y Candice Swanepoel para sus campañas. En 2017, Agua Bendita está concentrada en potenciar su negocio online. La empresa espera tener un crecimiento del 60% de su tienda en la Red y finalizar el año con un aumento del 20% de su facturación global.

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

Fundada en los años ochenta por el antioqueño Carlos Fernández, la compañía de moda urbana Tennis inició su negocio especializándose en la confección de camisas polo. Actualmente, Tennis opera con una red comercial que abarca su mercado local y

Modaes

otros países de Latinoamérica como Guatemala, Ecuador y Costa Rica. En 2015, Tennis lanzó Topmark, su cadena juvenil y de menor costo y que sólo está disponible en las ciudades de Bogotá, Medellín y Barranquilla. Asentada en la ciudad de Medellín, el grupo cuenta con plantas propias que emplean a más de 700 mujeres trabajadoras dedicadas a actividades como confección, tintura, tejeduría o lavandería. Únicamente los accesorios y el calzado se producen fuera del país cafetero. El volumen de negocio de la empresa se sitúa en alrededor de ochenta millones de dólares, teniendo en cuenta únicamente la actividad en Colombia, según los últimos datos disponibles.

Colombia, el alumno aventajado de la moda

Image not found or type unknown

El grupo de moda interior Leonisa tiene sus orígenes en los años cincuenta, cuando

Modaes

los hermanos Joaquín, Eduardo y Julio Ernesto Urrea pusieron en marcha una fábrica de camisas y enaguas en la zona cafetera colombiana. Con el tiempo, los directivos ampliaron su línea de negocio con la confección de sujetadores, siendo la referencia 1.000 su especialidad. Actualmente, la empresa opera con una red de 44 tiendas en Colombia y tiene amplia presencia en establecimientos multimarca y tiendas departamentales de Latinoamérica, así como una red comercial a través del canal de venta directa, donde se distribuyen las líneas de baño, ropa interior, de control y exterior. En el extranjero, la compañía suma 33 puntos de venta en Latinoamérica, Estados Unidos y España, que son operados directamente por Leonisa. En 2016, Leonisa obtuvo ventas por 287,2 millones de dólares.

***Lee el reportaje completo en el Modaes Dossier
Latinoamérica, futuro para la moda***