
Modaes

Entorno

Colombia: potencia emergente en la moda internacional

Agustina Chirio
2 dic 2013 - 04:35

Colombia es uno de los países favoritos de la moda internacional en Latinoamérica y quiere convertirse en epicentro de la industria del retail en la región. Las empresas colombianas del sector comienzan a transformar sus modelos de negocio apostando por las marcas propias y la moda rápida, un movimiento que están potenciando gracias al acuerdo de libre comercio entre Colombia y la Unión Europea que entró en vigor el pasado 1 de agosto.

Colombia es uno de los mercados emergentes más atractivos para los inversores extranjeros según *The Report Colombia 2013*, un informe elaborado por la firma británica de consultoría y análisis **Oxford Business Group**. Los ciudadanos colombianos son conscientes de su realidad como parte de una comunidad internacional importante de moda y desean ser vistos como país actualizado con las últimas tendencias globales.

El mercado del vestuario en Colombia se situó en 17.297 millones de dólares en el segundo semestre de 2012, sobre un total de 361.826 millones de dólares del conjunto de Latinoamérica. Colombia, considerado uno de los países con mayor potencial de crecimiento junto a Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Sudáfrica (cuyas iniciales forman el término Civets), se encuentra en el punto de mira de los principales distribuidores de moda del mundo.

Solamente en la ciudad de Medellín, la segunda ciudad más importante de Colombia y considerada una de las más innovadoras del mundo, la actividad textil y de moda cuenta con 13.000 empresas que generan 100.000 empleos.

Asimismo, hay un fenómeno en Colombia que está transformando la industria: el crecimiento de la clase media. Hace diez años, la clase media en Colombia representaba el 15% de la población, mientras que hoy constituye el 30%. La búsqueda de una mejora en la calidad de vida de la clase media, que ha aumentado sus salarios y, consecuentemente, su demanda de productos de indumentaria y

Modaes

calzado, es un factor fundamental para el robustecimiento de la industria nacional. Los consumidores aspiracionales atraen también a las compañías internacionales, que aumentan cada año su presencia en el país por el éxito registrado en sus ventas.

A pesar de décadas de conflicto interno y los desafíos de seguridad relacionados con las drogas, Colombia mantiene relativamente fuertes sus instituciones democráticas, caracterizadas por la transparencia de las elecciones pacíficas y la protección de las libertades civiles. Esto propicia un clima amigable a la hora de realizar inversiones, desarrollar la industria nacional y facilita el crecimiento del país.

Radiografía de Colombia

Población	42.745.783 millones de habitantes
Extensión	1.138.910 km ²
Capital	Bogotá
Principales ciudades	Bogotá (7,4 millones de hab.) Medellín (2,2 millones de hab.) Cali (1,1 millones de hab.)
Crecimiento 2013	+4,1%
Inflación 2013	3,2%

Fuente: CIA Factbook/FMI

Contexto socioeconómico del país

La **República de Colombia** está situada en la región noroccidental de América del Sur, y es el único país de la región con costas sobre el océano Pacífico Norte y el mar Caribe. Su población actual supera los 45 millones de habitantes, que se organizan en 32 departamentos descentralizados, con capital en Bogotá.

Según datos de CIA Factbook, el PIB per cápita de 2012 fue de 11.000 dólares (8.130 euros), y el crecimiento real del país en el mismo año fue de un 4%, colocándolo en el puesto 79 del ranking de crecimiento por países en 2012. Por otra parte, se estima que la media de crecimiento en Latinoamérica en ese año fue del 3%, según datos del

Modaes

Banco Mundial.

Colombia tiene una forma de gobierno presidencialista. En los últimos años, el país ha implementado de manera consistente políticas económicas sensatas y de promoción agresiva de acuerdos de libre comercio, que han reforzado su capacidad para enfrentar al mercado internacional. Sin embargo, Colombia depende en gran medida de las exportaciones de petróleo, por lo que es vulnerable frente a una caída en los precios.

La política exterior del Gobierno de **Juan Manuel Santos** se ha centrado en el fortalecimiento de los lazos comerciales de Colombia con el mundo y ha fomentado la inversión en el país. El Tratado de Libre Comercio firmado entre Estados Unidos y Colombia fue ratificado por el Congreso de Estados Unidos en 2011 e implementado en 2012. Colombia ya ha firmado, o está tratativas de firmar, acuerdos de libre comercio con países como Canadá, Chile, México, Suiza, la Unión Europea, Venezuela, Corea del Sur, Turquía, Japón, China, Costa Rica, Panamá e Israel. La inversión extranjera directa, en particular en los sectores de petróleo y gas, alcanzó un récord de 10.000 millones de dólares (7.391,04 millones de euros) en 2008, y llegó a casi 16.000 millones de dólares (11.825,7 millones de euros) en 2012. Colombia es el tercer mayor exportador latinoamericano de petróleo a Estados Unidos, y la mayor fuente de carbón importado del país norteamericano.

El actual ministro de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, **Sergio Díaz-Granados**, propuso poner freno al contrabando técnico y a las importaciones que están llegando a precios irrisorios, y se han convertido en competencia desleal para la industria nacional. Para intentar reactivar la industria y contener la situación, el Gobierno aplicó una serie de aranceles mixtos que regirán durante un año para la importación proveniente de países con los cuales no hay acuerdos comerciales. En el caso de las confecciones, habrá que pagar un 10% sobre el valor importado, así como una tarifa de 5 dólares por kilo. Para el calzado también aplicó el 10% del valor, más un arancel de 5 dólares por par de zapatos.

La desigualdad, el desempleo y el narcotráfico continúan siendo retos para Colombia, y la infraestructura del país requiere mejoras importantes para sostener la expansión económica, pero el crecimiento de Colombia es evidente y en la industria del retail se perfila como líder del mercado latinoamericano. Si bien el país ha vivido una transformación en los últimos años y ha dejado de estar marcado por la violencia para convertirse en un imán de inversión, el conflicto con las Fuerzas Armadas

Modaes

Revolucionarias de Colombia (FARC) continúa siendo un problema al que el Gobierno espera poner fin.



Moda internacional en Colombia

En 2012, España exportó moda a Colombia por valor de 78,2 millones de euros, un 22,8% más que el año anterior. Las exportaciones textiles colombianas, por su parte, alcanzaron en 2012 los 375.891 millones de dólares (277.822 millones de euros), y los 297.757 millones de dólares (220.073 millones de euros) en cuero, calzado y marroquinería.

Colombia importó en 2012 productos españoles de textil y confección por 62 millones de euros, lo sitúa al país americano como el cliente internacional número 30 de estos sectores. En sentido contrario, las importaciones llegadas a España desde Colombia ascendieron a 4,9 millones de euros, convirtiendo al país en el proveedor situado en el lugar 55.

Modaes

Entre los grandes grupos distribuidores internacionales presentes en el país, destaca **Inditex**, que cuenta con 37 puntos de venta en Colombia, entre los cuales once son tiendas **Zara**, nueve **Stradivarius**, ocho **Bershka**, tres **Pull&Bear**, tres **Massimo Dutti**, dos **Zara Home** y una **Oysho**. También han desembarcado en Colombia los grupos **Mango** (con **Mango** y **Mango Touch**), **Adolfo Domínguez**, **Bimba & Lola** y **Grupo Cortefiel** (con **Women's Secret**), cuyos puntos de venta están repartidos entre los centros comerciales colombianos y las calles comerciales más importantes.

Gap, **Limited Brands**, **PVH** y **Esprit** también están presentes en Colombia, con sus marcas **Gap** y **Banana Republic**, la primera, **Victoria's Secret**, la segunda, **Calvin Klein** y **Tommy Hilfiger**, la tercera, y **Esprit**, la homónima del grupo. **VF Corporation** también desembarcó en Colombia con **The North Face** y **Wrangler**.

De los grandes del lujo, Colombia cuenta con la presencia del grupo **LVMH** con **Louis Vuitton**, **Armani Exchange**, el grupo **Puig** con **Carolina Herrera** (con tres tiendas en todo el país), **Richemont** con **Cartier** y **Montblanc**, **Kering** con **Gucci** y **Puma**, **Tiffany & Co.**, **Salvatore Ferragamo**, **Dolce & Gabbana** y **Burberry**, entre otras.

En el sector de moda deportiva, algunos de los grupos que han elegido Colombia son **Adidas**, **Nike**, **Puma**, **Quicksilver** y **Billabong**. En calzado, el grupo **Deichmann** tiene presencia a través de **Reebok** y **Adidas**, **Wolverine Worldwide** a través de **Merrell**, **Hush Puppies** y **Cat Footwear** (mediante una sociedad con un distribuidor local), y el grupo **Clarks** y **Skechers**, entre otros.

Todas las grandes marcas se encuentran presentes en los centros comerciales colombianos, entre los cuales destacan Parque Arauco, Plaza Mayor, Unicentro, Santafé, Atlantis, El Retiro, Andino y Titán Plaza. Algunas también se sitúan en ciertas calles comerciales de Colombia, como las calles Usaquén, Carrera 15 y Chapinero, calles 109 y 122, y todos los alrededores de los centros comerciales Andino, el Retiro y Atlantis (llamada la Zona T).

Según un informe elaborado por el organismo público-privado de Colombia Propaís, basado en datos de la consultora Raddar, en Colombia el 44% de las marcas de los productos que se comercializan son de origen interno y el 56% restante corresponde a marcas extranjeras. No obstante, a pesar de ser menos, las marcas colombianas capturan el 60% del total de las ventas del comercio en el país.

Modaes



Marcas colombianas destacadas

Además de ser epicentro de la moda y lugar de desembarco permanente de enseñanzas internacionales, Colombia se ha convertido en centro creativo de moda en Sudamérica, siendo sede de la exposición **ColombiaModa** en Medellín cada año y aumentando el protagonismo internacional de diseñadores reconocidos. La muestra brinda notoriedad al país y lo incluye en la lista de destinos de moda internacionales, promoviendo así la industria local y las relaciones con el mundo. A su vez, Colombia es sede de otras ferias de moda de menor magnitud que se realizan anualmente en Bogotá, Cali y Medellín.

“Como el poder adquisitivo viene mostrando un crecimiento en los últimos años (en los últimos 12 años se triplicó el PIB per cápita: pasó de 2.480 dólares (1.831,3 euros) en 2000 a 7.915 dólares (5.844,6 euros) en 2012), la población destina más participación en sus compras a productos de moda. La frecuencia de compra aumentó 66% entre el 2006 y el 2012”, asegura **Carlos Eduardo Botero Hoyos**, presidente de **Inexmoda**.

Algunas de las marcas colombianas destacadas, en el sector de complementos, son **Vélez**, con más de quince tiendas propias, y **Totto**, con más de cuarenta tiendas en los distintos centros comerciales del país.

En moda masculina y femenina, **Punto Blanco** (con más de ochenta puntos de venta, entre tiendas propias y outlets), **Arturo Calle** (con más de sesenta establecimientos en

Modaes

diecinueve ciudades colombianas y presente en Panamá y Costa Rica), **Studio F** (con más de veinte tiendas) y **Tennis** (con más de treinta puntos de venta) son algunas de las principales enseñas locales con planes de expansión.

Los grandes almacenes también están dando el salto a las marcas propias. **Grupo Éxito**, que cuenta con 427 almacenes en Colombia con los conceptos **Éxito**, **Carulla** y **Surtimax**, ya tiene su marca propia **Arkitekt**, de la mano del dúo de diseñadoras **Pink Filosofý**.

“El consumidor de moda colombiano es muy aferrado a la calidad, moda, al gusto y a la necesidad. La tendencia es cada vez más hacia el gusto y la calidad. Vista la calidad como la experiencia de uso de la prenda y su identidad. Esto es muy marcado en generaciones que son menores hoy a 25 años de edad y quienes tienen mayor disposición para su gasto personal y mayor penetración de medios de pago electrónicos”, comenta Botero.



Retail

El sector comercial de Colombia se ha destacado por sus atractivas tasas de crecimiento, alcanzando cifras superiores a las de la expansión global de la economía, y existen sólidos fundamentos (aumento de presencia internacional en el país, políticas de protección a la industria nacional, etc.) para continuar con su dinamismo. El comercio ha mantenido estabilidad, en parte, por la entrada al país de grandes

Modaes

grupos inversores y tiendas departamentales, como **Ripley**, **Jerónimo Martins**, **Cencosud**, **Falabella** o **Parque Arauco**. Sin embargo, Colombia y otros países latinoamericanos presentan importantes desafíos a la hora de invertir, tales como la intensificación de la competencia, las ubicaciones cada vez más escasas y costosas, y los permisos de construcción, nuevos planes de ordenamiento territorial y planes de mitigación vial con los que las empresas del sector tienen que lidiar.

Como mercado, Colombia es poco uniforme, con grandes diferencias en el comportamiento del consumidor y en el nivel de gasto en moda y accesorios entre Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla o Cartagena. Mientras el consumidor es más conservador en la capital, la población de Medellín apuesta más por la moda y en la costa gusta más el estilo sofisticado.

A la hora de comprar, los ciudadanos colombianos eligen ciertas calles comerciales importantes principalmente en Bogotá, pero el lugar predilecto continúa siendo el centro comercial. Actualmente los centros comerciales de Colombia están en pleno proceso de reforma y expansión, con el objetivo de hacer lugar a las marcas internacionales y de atraer inversores. Las tiendas de los centros comerciales suelen alcanzar mayor rentabilidad que las tiendas en pie de calle. Esta situación se debe en parte al hecho de que existen pocas zonas urbanizadas en el país, y por ende las pequeñas ciudades y los barrios de las afueras de las grandes urbes se han adherido a la iniciativa de los centros comerciales, para ganar notoriedad y concentrar las compras en un solo lugar. Asimismo, los centros comerciales garantizan seguridad a la hora de comprar, y un ambiente cómodo y práctico, no solamente para la oferta y distribución de productos sino también para el ocio.

Modaes



Centros Comerciales

Según la **Asociación de Centros Comerciales de Colombia**, en el país hay 7,13 metros cuadrados de área comercial por habitante, mientras que en Estados Unidos son 100 metros cuadrados, en México 33, en Chile 28 y en Venezuela 12. En Colombia un 22% de las personas que van a los centros comerciales entran para comprar, el resto va a pasear y socializar.

Carlos Hernán Betancur, director ejecutivo de la asociación, explica que ese 22% se debe a que los centros comerciales son cada vez más visitados, ya que se convertido poco a poco en el lugar de encuentro por excelencia, al nivel de que en municipios de 100.000 habitantes, prácticamente todos se reúnen en el centro comercial.

El más visitado del país, según las estadísticas del gremio, es Centro Mayor, al sur de Bogotá, con un récord de 4 millones de personas al año. Además, los centros comerciales están creciendo más en municipios de menos de un millón de habitantes como Montería, Yopal, Florencia y Pitalito.

Colombia pasó de tener 60 centros comerciales en 2003 a 161 en 2012, con la proyección de cerrar 2013 con 180, lo que implicaría triplicar el número de centros comerciales en una década.

A nivel ventas, el comercio colombiano prevé un cierre positivo de 2013. La última encuesta de la **Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)** correspondiente a

Modaes

octubre revela el optimismo sobre las ventas de diciembre.

Mientras que en octubre de 2012 un 13% decía que en los siguientes meses no iba a mejorar sus ventas, en el mismo período de 2013 se registró un descenso de 9%. La misma consulta del gremio de los comerciantes dice que en octubre de este año el 40% incrementó sus ventas, mientras que un año atrás el reporte presentó un 34% de aumento. Un 23% reportó menores ventas y un 37% habló de estabilidad.

Para los comerciantes, la mejoría obedece a una estrategia agresiva de promociones por su parte y a un aumento en el área de venta en el gran comercio, teniendo en cuenta que han aparecido a lo largo del año nuevas cadenas y que los centros comerciales se encuentran en pleno momento de expansión.

Industria

Colombia tiene una importante tradición industrial en el sector textil. En 2012, las industrias de confección, cuero, calzado y marroquinería fabricaron productos por valor de 6.738.000 millones de pesos colombianos (2.565,4 millones de euros).

Según el Observatorio Económico de *Inexmoda*, en 2012 las exportaciones textiles de Colombia llegaron a los 375,89 millones de dólares (276.537 mil euros), con una disminución de un 5,7% con respecto a 2011, mientras que las exportaciones de confección aumentaron un 5,5% y las de cuero, calzado y marroquinería, un 2,8%, con respecto a 2011.

Las importaciones textiles también disminuyeron un 2,8% con respecto al 2011, alcanzando los 1.490 millones de dólares (1.096 millones de euros), con un aumento del 25,3% en el sector de la confección y un 19,9% en cuero, calzado y marroquinería.

Entre enero y mayo de 2013, las exportaciones del sector textil, confección, cuero, calzado y marroquinería representaron el 2,1% de las exportaciones totales de Colombia, 5,4% de las exportaciones industriales y 12,5% de las exportaciones manufactureras.

En ese período, las exportaciones colombianas alcanzaron los 24.286 millones de dólares (17.866,8 millones de euros), decreciendo un 6,3% respecto al mismo período de 2012. Esta disminución también se presentó en las ventas externas de textiles, que se redujeron un 14,3% llegando a 130 millones de dólares (95,6 millones de euros), a causa principalmente de la caída de las exportaciones de algodón en un 40,3% y de tejido de punto un 7,3%, y las ventas de confección disminuyeron un 0,9%, llegando a los 290 millones de dólares (213,3 millones de euros). Las exportaciones de cuero,

Modaes

calzado y marroquinería aumentaron un 22,7%, alcanzando los 137 millones de dólares (100,7 millones de euros), con un incremento de 31% en las exportaciones de pieles y cueros.

Durante el 2013 los principales países de destino de las exportaciones colombianas de textiles, confecciones, cuero, calzado y marroquinería han sido: Ecuador (34%), Venezuela (12%), Perú (11%), México (12%) y Estados Unidos (8%), en textiles; Estados Unidos (36%), Venezuela (15%), Ecuador (11%), México (10%) y Perú (6%), en confección, y Estados Unidos (19%), China (13%), Italia (11%), Ecuador (8%) y Venezuela (6%), en cuero, calzado y marroquinería.

Las importaciones del sector entre enero y mayo de 2013 representaron el 4,7% de las importaciones totales, 6,1% de las importaciones de manufacturas y 4,9% de las importaciones industriales. En este período las importaciones colombianas crecieron un 2,1% sumando 24.535 millones de dólares (18.050 millones de euros).

En 2013, las importaciones de confecciones aumentaron un 7,9% llegando a 328 millones de dólares (241,3 millones de euros) y las de cuero, calzado y marroquinería aumentaron un 5,9% sumando 275 millones de dólares (202,3 millones de euros). Por otro lado, las importaciones de textiles cayeron un 11,4%, sumando 544 millones de dólares (400,2 millones de euros), situación provocada principalmente por la disminución en las compras externas de fibras sintéticas, algodón, tejidos de punto y tejidos especiales.