

BOLETÍN TENDENCIAS

MODA

Octubre 2020



Vigilada Mineducación

1. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



1.1 Tendencias

1.1.1. Estandarización de las tallas

Las normativas de bioseguridad exigen que dentro de los establecimientos comerciales de ropa el área del vestier permanezca cerrada.

Las personas estaban acostumbradas a tener un tallaje distinto dependiendo de la marca.

Estos cambios modificarán los hábitos y formas de compra en la industria de la moda, unificarse en cuanto al tallaje, será una necesidad, pues, si bien el consumidor deberá conocer mejor su cuerpo, las marcas también deberán facilitarle el proceso y darle el menor tiempo posible para titubear (Arango, 2020).

Amazon y la estandarización de tallas

A partir del 31 de agosto, Amazon obligará a estandarizar las tallas de ropa a todos los vendedores en su Marketplace.

La estrategia se da con el objeto de mejorar la satisfacción general del cliente ofreciéndole datos coherentes y precisos.

Amazon también busca crear un estándar de talla para los accesorios.

1.1.2. Modelos sostenibles: la nueva era de la moda

Carlos Eduardo Botero, presidente ejecutivo de Inexmoda, destaca la moda consiente como una de la grandes innovaciones del sector.

Moda bajo demanda

Se encarga de generar una producción acorde a los pedidos que se tienen, evitando de este modo el exceso y los desperdicios.

Reciclaje creativo

Se trata de que las personas en sus propios hogares transforman las prendas que ya tienen en otras totalmente diferentes, como por ejemplo un jean en un short.

Fashion pact

Con esta apuesta en el sector a nivel mundial, la moda, el lujo y la cosmética se compromete a eliminar los plásticos de un solo uso, trabajar para que estos sean reutilizables, reciclable o convertible, y fomentar su circularidad.

Fokus Green

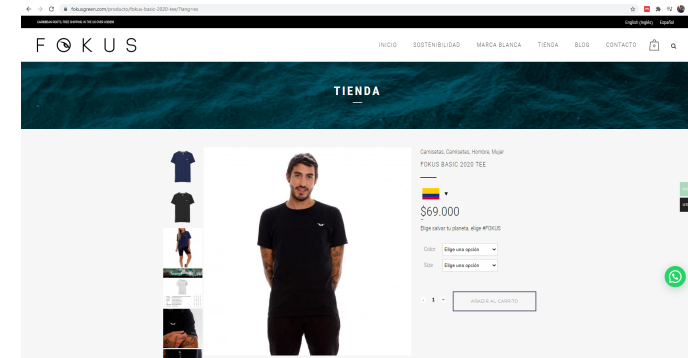


Imagen. E-Commerce Fokus Green

Esta empresa se especializa en la creación de moda sostenible; utiliza como insumos 40.000 botellas plásticas recicladas y desechos textiles; dentro de sus procesos productivos también se destaca por su ahorro de agua y electricidad.

Los consumidores consideran justo que la versión sostenible de una prenda cueste un 20-30% más, en palabras de la consultora Simon-Kucher & Partners.

1.2. Oportunidades de negocio

1.2.1. Productos de protección

Las telas inteligentes y los productos de protección han sido categorías altamente demandadas durante la pandemia del Covid 19.

Por otro lado, múltiples empresas de la moda nacional han tomado la decisión de ofertar al público productos de protección que tengan la esencia de las marcas, pues, los materiales respirables, repelentes, modificables o que logren monitorear el estado de salud de los individuos serán tomados como **valores diferenciales en las compra** (Hernández, 2020).



Imagen 2. El comprador en tiempos de Covid

Fuente: tomado de El Colombiano (2020)

1.2.3. Compras por internet

La pandemia del Covid 19 generó una transición muy rápida del sector de la moda a los medios digitales, miles de compañías se vieron obligadas a la implementación del comercio electrónico y al cierre temporal de sus tiendas físicas (Carreño, 2020).

46 % de los compradores online del país adquiere productos de moda y belleza, según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)

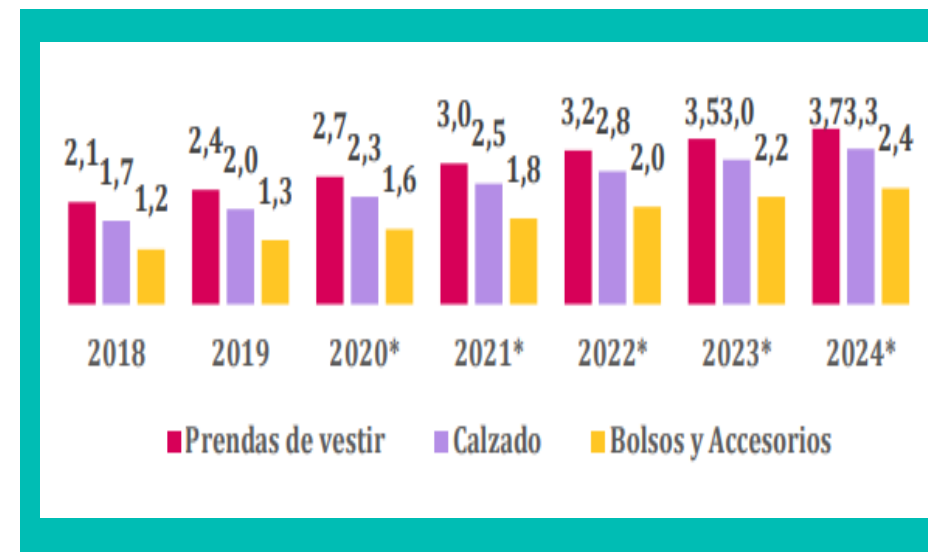
Se estima que para 2020, el 50 % de las búsquedas de moda se hagan por voz.

El desarrollo y profundización de software y herramientas de realidad aumentada, la personalización para cada consumidor y canales alternos como redes sociales, serán los motores de cambio en la industria.

De acuerdo con las proyecciones, la cantidad de **compradores digitales** en las distintas categorías de moda, presentará una tendencia al alza.



Compradores digitales de la categoría moda en el mundo por subcategorías (miles de millones) 2018-2024



Cámara de Comercio de Cali (2020) con información de Statista

1.3 Para destacar

1.3.1. Experiencias digitales

La feria **Colombiamoda** realizó toda una tarea de **experiencia online** en donde las pasarelas dejaron de ser comunes y corrientes para ser narrativas y propuestas disruptivas e interactivas

Otra propuesta innovadora es la pasarela **The Fabric of Reality**, la cual fue transmitida en 2d y en realidad virtual y destacó por buscar generar una inmersión de los usuarios por medio de la generación de experiencia sensorial y conexión. (Carreño, 2020)

Es vital que la industria de la moda reconozca el gran potencial de la tecnología como un instrumento revolucionario para la comunicación del sector.

La transformación del espectáculo a este tipo de plataformas es inminente y retadora; la pandemia del Covid 19 demostró que la reinención es la única constante y que es posible innovar y hacer las cosas de una manera distinta.

2. COMPORTAMIENTO Y EVOLUCIÓN SECTORIAL

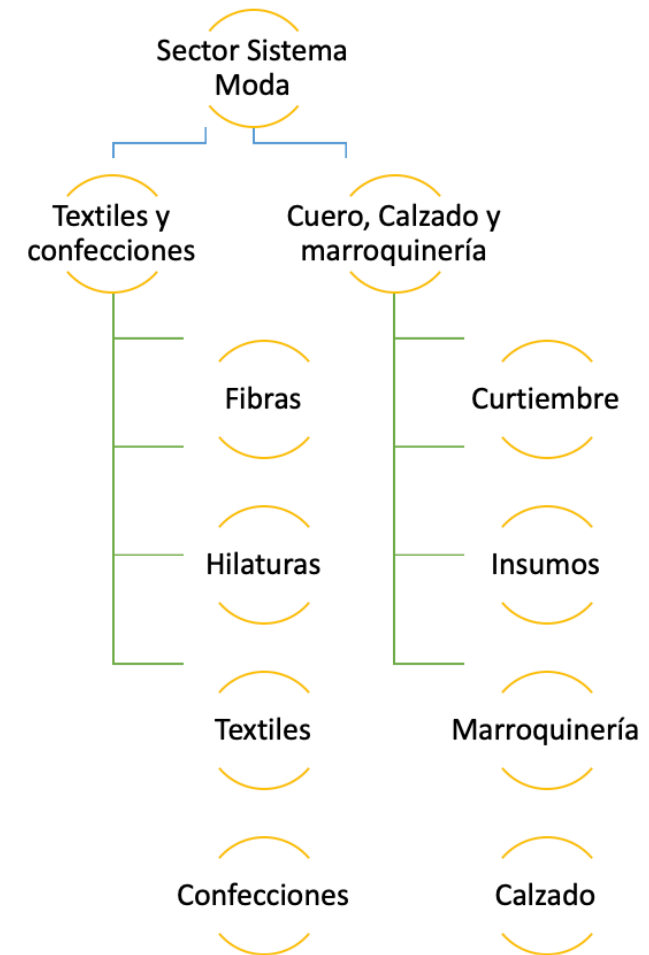


El sector textil, ahora denominado sector **Sistema Moda**, está compuesto por dos cadenas productivas:

- **Textiles y confecciones**
- **Cuero, Calzado y Marroquinería**

Estos a su vez están integrados por diferentes eslabones que se conectan entre sí.

En la ilustración 1 se puede ver la composición del sector.



Fuente: elaboración propia con datos de Programa de Transformación Productiva (2012)

Pese a los altibajos que ha tenido, el sector representa un renglón importante en la economía colombiana, y se considera un activo relevante en la medida que proyecta una imagen innovadora y de tendencias mediante eventos como Colombia Moda.

Algunos datos relevantes del sector se muestran en el siguiente diagrama:



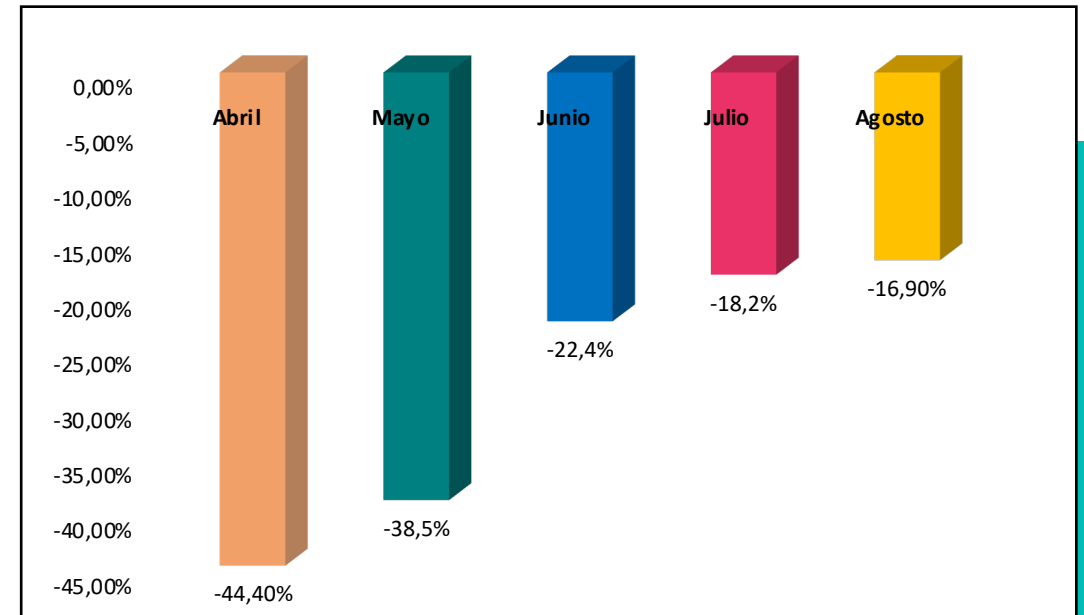
Fuente: elaboración propia con datos del DANE (2020)

2.1 Consumo

Pese al impacto del Covid19, en lo que va corrido de 2020 el sector moda se ha recuperado, con un aumento gradual en la demanda de los hogares colombianos.

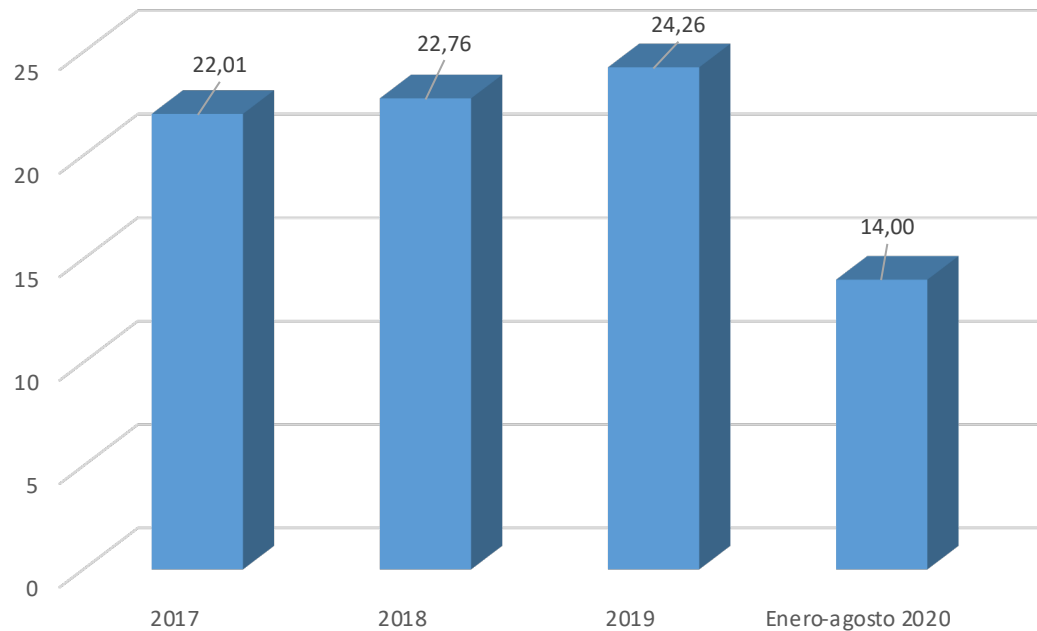
En agosto la variación del consumo fue de -16,9%; aunque con cifras negativas, la recuperación gradual se debe al retorno de las personas a las calles, pues estas se ven en la necesidad de aumentar su consumo de moda para su vida cotidiana.

Gráfico 1. Crecimiento anual del gasto de los hogares colombianos en moda 2020



Fuente: Elaboración propia con base en RADDAR (2020)

Gráfico 2.
Gasto en moda en billones de pesos



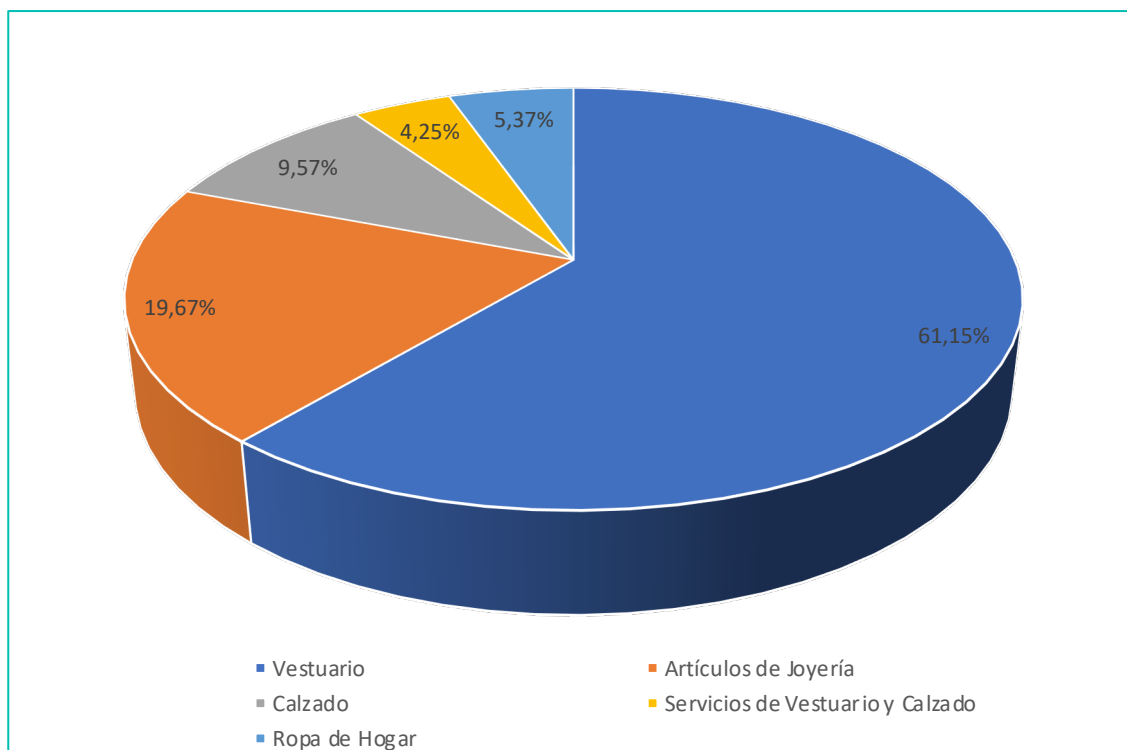
Fuente: Elaboración propia con datos de Inexmoda, Raddar y Sectorial (2020)

Hasta el año 2019 hubo una tendencia de crecimiento en el gasto en moda por parte de los colombianos.

Para los meses de enero a agosto del 2020, el gasto disminuye como consecuencia de la crisis económica derivada del Covid19.

La importancia de la categoría vestuario en el sector moda, es tal que según la revista Dinero (2020), cuenta con 70.000 empresas actuando y es generador de 1,6 millones de empleos.

Gráfico 3. Participación de categorías en el consumo de moda, agosto de 2020



Fuente: Elaboración propia con datos de Inexmoda, Raddar y Sectorial (2020)

El sector vestuario cuenta más de la mitad del mercado, seguido del sector de artículos de joyería con un 20% del mercado.

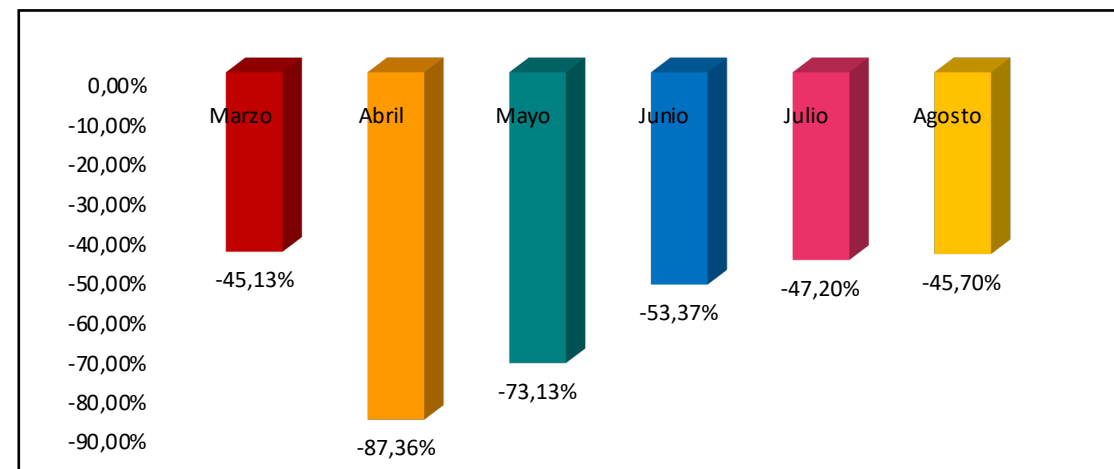
Con igual relevancia se encuentran las categorías calzado, servicios de vestuario y calzado, y ropa hogar.

2.2 Ventas

En el gráfico 4, se puede ver como las ventas de prendas de vestir y textiles cayeron un 45,7%.

Desde mayo de 2020 se puede ver una disminución en el decrecimiento posiblemente causado por las medidas del día sin IVA y la reactivación escalonada.

Gráfico 4. Variación porcentual anual de las ventas en prendas de vestir y textiles 2020



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Mensual de Comercio del DANE (2020)

3. CASOS EMPRESARIALES



3.1. Textilia, una empresa que va al ritmo del mercado

Con más de 50 años de experiencia, Textilia es pionera en la fabricación de tela antifluido en Colombia.

Con la pandemia del Covid 19 pasó de producir entre 300.000 y 400.000 metros de tela mensualmente a producir 1.500.000 metros de tela antifluido por mes.

Textilia tuvo que aumentar su producción manteniendo altos estándares de calidad e incluso cuidando con medidas rigurosas a sus 800 empleados. Adicionalmente, se encargó de mantener precios competitivos. (Semana, 2020).



Imagen 5. Sitio web de Colombia Productiva

Imagen tomada de (Colombia Productiva, 2020)

3.2. Colorprint Fashion, soluciones creativas

Colorprint Fashion, es una empresa española que cuenta con 45 años de experiencia en el sector textil. Durante el Covid 19 lanzó dos productos:

Una pegatina o pulsera que mide la temperatura corporal, pues esta cambia de color en el momento en que la temperatura de su portador aumente de 37,5 grados.

Una mascarilla con filtración bacteriana del 98% que cambia de color cuando la temperatura de su portador es de 37,5 grados o más.

Mascarilla Colorprint Fashion

Imagen tomada de Diario As (2020)



FUENTES DE CONSULTA

- Arango, C. (2020a). ¿No medirse la ropa? Ese y otros cambios en la moda. El Colombiano. <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/moda/cambios-en-la-moda-tras-la-pandemia-DC13559039>
- Arango, C. (2020b). Así se movió la moda en Colombiamoda 2020. El Colombiano. <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/moda/balance-de-moda-de-colombiamoda-2020-CE13421641>
- Bancolombia. (2020). Innovaciones en la industria textil 2020. Bancolombia. <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/innovacion-industria-textil-2020>
- Betancur, J. (2020). Crisis económica en el sector moda en Medellín - Medellín - Colombia - ELTIEMPO.COM. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/crisis-economica-en-el-sector-moda-en-medellin-525900>
- El Espectador (2020). ¿Cuánto ha crecido la industria de la moda en el comercio electrónico? <https://www.elespectador.com/economia/cuanto-ha-crecido-la-industria-de-la-moda-en-el-comercio-electronico-articulo-906435/>
- Brideside. (2020). Bridesmaid & Bridal Dress Shop | Brideside. Brideside. <https://www.brideside.com/>
- Cámara de Comercio de Cali (2020). El ecommerce como aliado aliado ante el COVID19. <https://www.ccc.org.co/wp-content/uploads/2020/04/Informe-Especial-N07.pdf>
- Carreño, L. (2020). ¿Cuál es el futuro de los desfiles de moda? | EL ESPECTADOR. El Espectador. <https://www.elespectador.com/noticias/tecnologia/cual-es-el-futuro-de-los-desfiles-de-moda/>
- Colombia Productiva. (2020). SISTEMA MODA- Colombia Productiva. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/manufactura/sistema-moda>
- Diario del Huila. (2020a). Ropa deportiva y pijamas, lo más comprado por empresas extranjeras. Diario Del Huila. <https://www.diariodelhuila.com/ropa-deportiva-y-pijamas-lo-mas-comprado-por-empresas-extranjeras>
- Diario del Huila. (2020b). Ropa deportiva y pijamas, lo más comprado por empresas extranjeras. Diario Del Huila. <https://www.diariodelhuila.com/ropa-deportiva-y-pijamas-lo-mas-comprado-por-empresas-extranjeras>
- Dinero. (2020). Sector textil confección solicita protección ante la crisis por coronavirus. Revista Dinero. <https://www.dinero.com/edicion-impres/pais/articulo/sector-textil-confeccion-solicita-proteccion-ante-la-crisis-por-coronavirus/287521>
- Expansión.com (2020). Por qué la moda sostenible es la única inmune al Covid. <https://www.expansion.com/directivos/2020/06/28/5ef8da7fe5fdea7f638b45a1.html>
- Fokusgreen. (n.d.). FOKUS BASIC 2020 TEE - Fokusgreen. Retrieved September 25, 2020, from <https://fokusgreen.com/producto/fokus-basic-2020-tee/?lang=es>
- Hernández, L. M. (2020). Los nuevos hábitos también transforman la moda. El Colombiano. <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/tendencias-en-el-diseno-textil-y-la-moda-durante-la-pandemia-OG13406585>
- Inexmoda. (2020). Llega Colombiamoda 2020, feria pionera en digitalizar la moda, los negocios y el conocimiento en una misma plataforma. Inexmoda. <http://www.saladeprensainexmoda.com/llega-colombiamoda-2020-feria-pionera-en-digitalizar-la-moda-los-negocios-y-el-conocimiento-en-una-misma-plataforma/>
- Marketing4ecommerce (2020). Amazon obligará a los vendedores a estandarizar las tallas de ropa desde el 31 de agosto. <https://marketing4ecommerce.net/amazon-obligara-a-los-vendedores-a-estandarizar-las-tallas-de-ropa-desde-el-31-de-agosto-un-plan-para-frenar-las-devoluciones/>
- Pérez, D. (2020). Crean en Alicante una mascarilla que cambia de color si detecta fiebre. Diario As. https://as.com/diarioas/2020/09/08/actualidad/1599560844_029728.html
- Pixabay. (2020a). Actividad Adulto Animales - Imagen gratis en Pixabay. <https://pixabay.com/es/illustrations/actividad-adulto-animales-playa-2819639/>
- Pixabay. (2020b). Ecommerce La Venta En Línea Ventas - Foto gratis en Pixabay. <https://pixabay.com/es/photos/ecommerce-la-venta-en-linea-2140604/>
- Raddar, Inexmoda, & Sectorial. (2020). Observatorio sistema moda junio 2020.
- Revista Dinero. (2020a). Nuevo programa para las empresas de moda afectadas por la pandemia. Revista Dinero. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/nuevo-programa-para-las-empresas-de-moda-afectadas-por-la-pandemia/295029>
- Revista Dinero. (2020b). Sector de la moda pide al gobierno cumplir con las promesas. Revista Dinero. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/sector-de-la-moda-pide-al-gobierno-cumplir-con-las-promesas/295462>
- Semana. (2020). Calidad con sello colombiano. Semana. https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/calidad-con-sello-colombiano/692274?_ga=2.68833745.1331053770.1599494404-277407646.1599494404

BOLETÍN TENDENCIAS

MODA

CONTÁCTANOS

Área de Investigación y Desarrollo - De Mis Manos

investigacion.desarrollo@cmmmedellin.org

Celular: 301 494 72 89

Observatorio de Tendencias - Esumer

observatoriotendencias@esumer.edu.co

Colombia – Octubre de 2020