



BOLETÍN TENDENCIAS

MODA

Diciembre 2020



Vigilada Mineducación

1. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



6 tendencias en moda

1 Active wear

2 Muscle tee

3 Moda plural

4 Bandanas

5 La tecnología en los accesorios

6 Ropa de segunda mano

7 Storytelling

1.1 Active wear



Las prendas de vestir que antes se catalogaban para usos exclusivamente deportivos, hoy se han transformado en la ropa del día a día, pues da la posibilidad de mantener un outfit cómodo y casual.

1.1 Active wear: La indumentaria de todos los días

Los consumidores se han visto obligados a permanecer todo el tiempo en sus hogares y a realizar todas las actividades de su vida dentro de ellos. Esta alta permanencia en el hogar ha hecho que los individuos busquen comodidad en sus prendas de vestir.

Hoy, la ropa que se solía usar exclusivamente para realizar actividades deportivas, se percibe también como ropa casual, pues les permite estar cómodos en casa, pero con un vestuario que los motiva a realizar sus actividades, no como la clásica pijama que en muchas ocasiones no permite a las personas ser productivas. Además, múltiples influencers han potenciado mucho más esta tendencia, pues en su contenido se observa el uso de vestuario deportivo para estar por casa.

Marcas como Guess, Mango y Massimo Dutty se han unido a esta tendencia y han lanzado productos de active wear; estos son leggings, blusas, chándales, tops, camisetas y entre otros; la relevancia de la tendencia se puede ver cuando marcas que no suelen manejar esta línea de productos, ahora lo hacen.



Fuente: tomado de Pixabay (2020)

1.2 Muscle tee: la reinención de las hombreras



La tendencia ochentera vuelve y se reinventa con varios estilos y formas de vestir.

Aunque era muy común en los 80 en vestidos y camisas, la nueva tendencia le apunta a estilos más básicos como las camisetas dándoles un toque muy chic.

Imagen: Humana Lifestyle Shop (2020)

Las hombreras del siglo XXI

40 años más tarde, la moda de los 80 regresa en forma de camisetas y vestidos, generando un nuevo estilo vanguardista.

Las hombreras del siglo XXI o más conocidas como muscle tee, volvieron en camisetas y vestidos camiseros con cortes más limpios y simples, características de un estilo relajado propio de esta temporada donde la comodidad es el pilar.



Imágenes : Onherway (2020)

Los tonos en tendencia se encuentran en naranja, beige y nudes. Aunque es una prenda considerada informal, es bastante versátil y se puede combinar con diferentes estilos y complementos (Onherway, 2020).





RESALTA LA FIGURA

La prenda da una figura de espalda ancha y resalta la cintura de forma más marcada y estrecha, al igual que los brazos.

FÁCIL DE COMBINAR

Para un día casual, se puede usar con jeans y tenis. Si se quiere un look formal se puede combinar con un pantalón de tela o una falda. Para dar un estilo muy chic, un cinturón es la clave.

ES UNA PRENDA ORIGINAL

El estilo es símbolo de poder y superioridad, sus detalles especiales y la comodidad hacen del muscle tee una pieza ideal.

¿Por qué usar muscle tee?

Mango, Pull&Bear, Forever 21 y H&M son algunas de las marcas en las que se pueden encontrar gran variedad de estilos en camisetas con hombreras.

Imágen : Shopmode (2020)

1.3 Moda plural: un mundo sin fronteras



La sociedad actual exige derrumbar paradigmas y busca la igualdad en todos los aspectos.

La moda plural es un ejemplo de la revolución social.

1.3 Moda plural: un mundo sin fronteras

La sociedad actual busca reducir los estereotipos y el encasillamiento de los individuos, pues se afirma que todos somos únicos y auténticos.

En respuesta a esta situación las industrias se han reinventado y han iniciado la inclusión de todas las personas, sin importar su raza, sexo, religión o creencia; esto se evidencia en la diversas redes sociales, e incluso en las pasarelas, pues de las 7,390 modelos que caminaron en los desfiles de la temporada primavera verano 2020 el 41,5 % eran modelos de color.

Esta ruptura de moldes y demostración de libertad, identidad y libertad ha traído consigo términos como el genderless o moda sin género, la cual consiste en promover las libertades quitando las etiquetas mediante la fabricación de prendas de vestir para seres humanos, sin importar su género.

Lo importante es que la persona se sienta a gusto e identificada con lo que lleva puesto, que pueda mostrar quien es sin tener un prejuicio apuntándole.

Fuente: tomado de Ecoticias (2020)

Tommy x Lewis colección



Un ejemplo reciente de esta tendencia es la marca Tommy Hilfiger, la cual en su última colección realizó una colaboración con el corredor de Fórmula 1 Lewis Hamilton y la cantante de rap H.E.R. En esta colección se ve una ruptura de la tradicional línea de género pues se puede observar a ambos vistiendo las mismas prendas.

1.4 Bandanas: El accesorio versátil de los 90's



El accesorio que se originó para proteger a los vaqueros del polvo y que en los años 50's se popularizó por las pin up, en los 60's por los hippies, en los 70's por los moteros, en los 80's por los raperos y en los 90's por las diferentes celebridades, hoy está de vuelta y con mucha fuerza.

1.4 Bandanas: El accesorio versátil de los 90's



En medio del confinamiento, los individuos han estado buscando un reencuentro consigo mismos; la reorganización en la sociedad ha hecho que las personas busquen su esencia y originalidad.

Por esto muchas modas han vuelto, por ejemplo, el minimalismo de los 90's ha llegado para permitirle a las personas crear sus looks maximalistas; así, estas prendas permiten a cada sujeto expresar su individualidad y creatividad con cada look.

Una de las prendas que ha regresado con esta tendencia son las bandanas. Este accesorio ha vuelto en gran parte por el impulso de diferentes celebridades como Brad Pitt, Jennifer Aniston, Julia Roberts, Dua Lipa y entre otras figuras. Además, marcas como Gucci y Dior le han apostado a este accesorio en sus últimos desfiles, donde han mostrado desde estampados florales, hasta estampados de tie dye.

1.5 La tecnología, un elemento vital en los accesorios



Los individuos están buscando interactuar con la tecnología mediante los accesorios que tienen a la mano.

1.5 La tecnología, un elemento vital en los accesorios

Según Promostyl (2020), en la primavera y verano de 2021 el sector moda se enfrentará a consumidores que buscan relacionarse con la tecnología por medio de sus accesorios.

El tiempo en casa ha hecho que muchas personas se apeguen a dispositivos como por ejemplo relojes inteligentes y pulseras para hacer deporte. Muestra de esto es que en el año 2020 se han vendido más de 200 accesorios inteligentes y se estima que para el 2021 se vendan más de 350 millones, siendo los más vendidos los auriculares y las pulseras y smartwatches con un crecimiento del 39% y 12% respectivamente.

En este sentido, se espera que estos accesorios estén fabricados con materiales extremadamente ligeros y con colores grises que brinden un diseño neo – minimalista.

Huawei Eyewear II imagen promocional



Fuente: tomado de Geekzilla.tech (2020)

Un claro ejemplo de una empresa que sigue esta tendencia es la marca de lentes Gentle Monster, la cual anunció un lanzamiento en conjunto con la marca Huawei de unos lentes de sol inteligentes los cuales fueron bautizados como Eyewear II. Estos lentes contarán con un precio de \$7.999 dólares y tendrán funcionalidades como un altavoz semiabierto y un asistente personal incluido.

1.6 Ropa de segunda mano: una opción para cuidar el entorno



La moda vintage y la sostenibilidad han generado el mercado de la ropa de segunda mano, y junto con el confinamiento esta tendencia está creciendo.

1.6 Ropa de segunda mano: una opción para cuidar el entorno

El tiempo de confinamiento en casa ha hecho que los individuos realicen actividades que antes no solían ejecutar. Entre estas actividades está el sacar ropa de los armarios y observar cuál usan y cuál no.

Este fenómeno sumado con el deseo latente de sostenibilidad ha potenciado la compra y venta de artículos de segunda mano. En este sentido, en el año 2019 la venta de ropa de segunda mano generó US \$10 mil millones solo en Estados Unidos, mientras que en Reino Unido y Alemania el 77% y 86% de las personas compran ropa en tiendas de segunda mano.

Los principales consumidores de prendas de segunda mano son millenials y personas de la generación Z, pues cuentan con una alta preocupación por el impacto ambiental.

Otra de las razones de la compra de este tipo de prendas es la tendencia vintage, pues los consumidores pueden conseguir productos discontinuados de segunda mano.



1.7 Storytelling, llegando a los consumidores con historias únicas



Hoy más que nunca los consumidores esperan que sus marcas favoritas les brinden historias memorables y poderosas con las que se sientan conectados.

1.7 Storytelling, llegando a los consumidores con historias únicas

El arte de contar historias



El consumidor actual está en búsqueda de marcas reales que le proporcionen confianza y lo hagan parte de una historia. Las personas buscan ser incluidas y participar de las anécdotas que el entorno les proporciona; en este sentido, el storytelling que se puede definir como el arte de contar historias es una herramienta relevante.

A la hora de decidir comprar algo, los consumidores confían en un 84% en los consejos de amigos y familiares y su percepción de una marca está influenciada en un 70% por la recomendación de otra persona.

Con base a esto es posible afirmar que el uso del storytelling para humanizar la marca es vital, y que el uso de influencers como personajes dentro de la historia de la marca es muy importante para un consumidor que está buscando siempre la recomendación del prójimo.

1.7 Storytelling, llegando a los consumidores con historias únicas

1. Ser fiel y constante con la visión de la marca

2. Adaptarse a los tiempos y buscar ser relevantes



3. Centrarse en el consumidor. "customer centric"

Fuente: Elaboración propia con base en Catucci (2020)

2. COMPORTAMIENTO Y EVOLUCIÓN SECTORIAL



Sector moda en cifras

El gasto en moda de los hogares colombianos aumentó 2,24% entre agosto y septiembre de 2020



Las ventas del sector alcanzaron 1,87 billones de pesos en septiembre de 2020



La participación del sector en el gasto total familiar fue de 3,1% durante septiembre de 2020



Fuentes: Elaboración propia con base en Raddar y Observatorio Sistema de Moda (2020)

Tres pilares para la reactivación económica en 2021

Fortalecimiento del tejido empresarial e industrial

A través del programa de **transformación empresarial**, Inexmoda le apuesta a impulsar la reactivación del sector. El programa busca mediante formaciones orientadas al emprendimiento, canales digitales, procesos de innovación en sistemas productivos y exportaciones, **fortalecer la competitividad de los empresarios** nacionales de cara a los desafíos de 2021

Ferias que conectarán el sistema moda con oportunidades de negocio

La agenda comercial para 2021 comprende diversas ferias como **Colombiatex de las Américas, Colombiamoda, La Semana de la Moda de Colombia y Heimtextil Colombia**. Estas ferias serán eventos que propiciarán la conexión entre oferentes, compradores y el consumidor final con la industria de la moda.

en 2021

Con el programa **Unique**, edición especial **Fashion Trust Arabia 2021**, liderado por Inexmoda, ProColombia y Fashion Trust Arabia, se buscará promocionar la moda nacional, seleccionando las propuestas de diseño más innovadoras en distintas categorías. El programa llevará 5 diseñadores colombianos que participarán en la categoría **Ready to Wear Colombia**.

Visibilidad de la moda colombiana en mercados internacionales



Fuente: Elaboración propia con base en Inexmoda (2020)

3. CASOS EMPRESARIALES



3.1 Sarcire: prendas con efecto wow

Hace 5 años nació Sarcire, una empresa paisa liderada por la diseñadora de moda y administradora de empresas Juliana Herrera Barrera, que busca dar una nueva visión a la moda con diseños y materiales que cuidan el medio ambiente y hacen alusión al buen vestir, este último, considerado el pilar de la empresa.

Sarcire se concentra en el diseño, producción y comercialización de prendas superiores masculinas y femeninas, camisas, blusas, tops, entre otros. Debido al impacto del Covid19, la demanda de su producto insignia, las camisas, se vio sustancialmente reducida, por lo que la empresa se dispuso a fabricar camisetas en aras de aprovechar la nueva era de trabajo en casa producto de la pandemia.



Factor diferencial

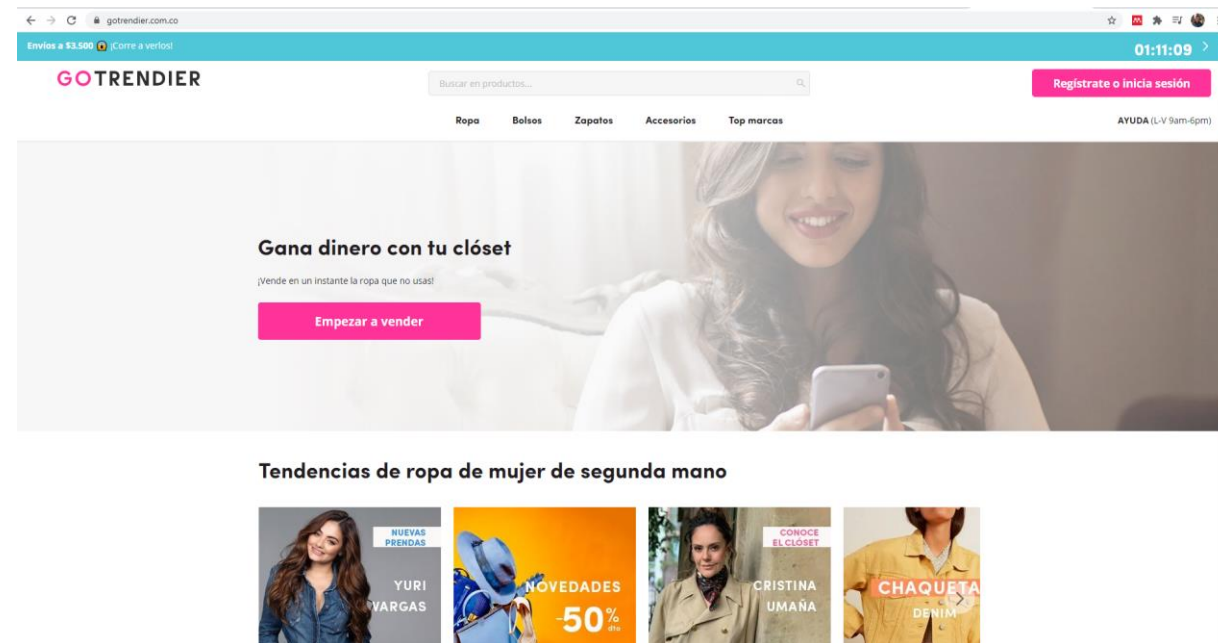
Sarcire emplea el modelo de venta consultiva con los clientes, posee un showroom donde los clientes pueden conocer la marca y los diversos productos con asesoría personalizada.

Además de la alta calidad de las telas, altos estándares de diseño y valor en las prendas, la empresa mantiene un fuerte vínculo con los confeccionistas, donde el trabajo sin presión o tiempos estrictos en los procesos de producción, pago justo y actividades de enseñanza, son elementos que le dan un toque humano a la empresa y la hacen diferente en el medio.

3.2 Go Trendier

Un ejemplo que aplica la tendencia de vender ropa de segunda mano en Colombia es la plataforma digital GoTrendier, la cual por medio de su página brinda la oportunidad a mujeres de vender su ropa, zapatos y accesorios usados.

Hoy, la plataforma cuenta con un millón de colombianas inscritas y aproximadamente 3.000 prendas publicadas al día, además, cada prenda es lavada y entregada en perfectas condiciones para asegurar la confianza de los usuarios.



Fuente: Imagen tomada de Go trendier (2020)

FUENTES DE CONSULTA

- Audrey. (2020). Massimo Dutti se suma a la tendencia de combinar la máxima comodidad y el activewear en su tercera colección cápsula. Tendencias. <https://www.tendencias.com/marcas/massimo-dutti-se-suma-a-tendencia-combinar-maxima-comodidad-activewear-su-tercera-coleccion-capsula>
- Bulevar Sur. (2020). Chándal: la prenda deportiva que ahora querrás llevar todo el tiempo -. ABC de Sevilla. <https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/moda/chandal-tendencia-como-llevarlo/>
- Catucci, A. (2020). El Storytelling marketing: la efectividad en el sector moda. <https://www.marketinginsiderreview.com/storytelling-marketing-sector-moda/>
- Cordero Pérez, C. (2020). ¿Las marcas y comercios están enganchando a los consumidores jóvenes? - El Financiero. El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/blogs/la-ley-de-murphy/las-marcas-y-comercios-estan-enganchando-a-los/SHYFYOKULND2TIZHSEQURIXEHY/story/>
- Clúster Moda y Fabricación Avanzada [Cámara de Comercio de Medellín]. (Emitido en directo el 26 oct 2020). Tendencias 2021 en diseño y moda. [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=1xJVztFN4mU>
- E.E.G. (2020). Los accesorios inteligentes superarán los 200 millones de unidades. Muy Canal. <https://www.muycanal.com/2020/11/05/mercado-accesorios-inteligentes-superara-200-millones-unidades-2020>
- Geekzilla.tech. (2020). Ya están disponibles los Huawei X Gentle Monster Eyewear II & FreeBuds Studio. Geekzilla.Tech. <https://geekzilla.tech/ya-estan-disponibles-los-huawei-x-gentle-monster-eyewear-ii-freebuds-studio/>
- Inexmoda (2020). Inexmoda pone en marcha un plan de reactivación económica para el sistema moda en el 2021. <http://www.saladeprensainexmoda.com/inexmoda-pone-en-marcha-un-plan-de-reactivacion-economica-para-el-sistema-moda-en-el-2021/>
- Kessler, A. (2020). El futuro de la moda será mixto: cuatro talentos emergentes del diseño explican por qué . Vogue México y Latinoamérica. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/el-futuro-de-la-moda-segun-cuatro-disenadores-emergentes>
- Losada, C. (2020). Así se ha transformado la moda con el Covid. Crónica Directo. https://cronicaglobal.espanol.com/cronica-directo/estilo/moda-covid_400671_102.html
- MANUAL DE MODA. (2020). Historia de la moda: el neo minimalismo y los años 90. MANUAL DE MODA. <https://www.manualdemoda.com/archivo/historia-de-la-moda-el-neo-minimalismo-y-los-anos-90>
- Morales De la Cruz, A. (2020). Diversidad en la moda: qué puede hacer la moda para erradicar este problema. Vogue México y Latinoamérica. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/jefes-de-inclusion-y-diversidad-en-la-moda>

FUENTES DE CONSULTA

- NEO2. (2020). Guess Activewear Collection, una propuesta para conquistar el athleisure. NEO2. <https://www.neo2.com/guess-activewear-collection-fw2020/>
- Onherway (2020). Muscle tee: la tendencia del año. <https://onherway.es/muscle-tee-la-tendencia-del-ano/>
- Redondo, M. (2020). La cuarentena potencia el mercado de la ropa de segunda mano. Hipertextual. <https://hipertextual.com/2020/05/ropa-segunda-mano-pandemia>
- Regadera González, E. (2020). ¿Puede ser la crisis de la covid-19 una oportunidad para el sector de la moda? The Conversation. <https://theconversation.com/puede-ser-la-crisis-de-la-covid-19-una-oportunidad-para-el-sector-de-la-moda-149080>
- Sánchez, M. (2020). Moda y comodidad se dan la mano en la primera línea deportiva de Mango. Semana. <https://www.semana.es/moda/primera-linea-deportiva-mango-demuestra-comoda-moda-20201030-002279551/>
- Sectorial. (2020). La Ropa Usada está de Moda. Sectorial. <https://www.sectorial.co/informativa-textil-y-confecciones/item/367147-la-ropa-usada-está-de-moda>
- Tendencias. (2018). Ya está aquí la colección de Rosalía para Pull & Bear, y nos encanta cómo queda el chándal con sus curvas. Tendencias. <https://www.tendencias.com/marcas/esta-aqui-coleccion-rosalia-para-pull-bear-nadie-consigue-hacer-chandal-glamuroso-como-ella>
- Vanguardia.com. (2020). La venta de ropa usada como alternativa para generar ingresos | Vanguardia.com. Vanguardia. <https://www.vanguardia.com/economia/nacional/la-venta-de-ropa-usada-como-alternativa-para-generar-ingresos-AL2814750>
- Villamil, C. (2020). 'Genderless': la tendencia de la moda sin género. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/genderless-la-tendencia-de-la-moda-sin-genero-513012>
- Vogue España. (2020). Bandana: El accesorio que triunfó en los años 90 vuelve a ser tendencia en 2020 . Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/articulos/tendencias-bandana-panuelo-accesorio-anos-90-beyonce-jennifer-lopez-primavera-verano-2020>
- Vogue Spain [Vogue Spain]. (9 abr 2019). Historia (ilustrada): la bandana | Historia ilustrada, por Coco Dávez | VOGUE España. [Video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=7JxkWhINTwQ&feature=emb_logo

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 – Diciembre de 2020