



# La comercialización de prendas dentro de la moda en Colombia

Escrito por Silvia Fernanda Forigua García

Fotos por Steban Giraldo

La moda no solo se ven en las pasarelas de alta costura, en Colombia representa una gran participación económica

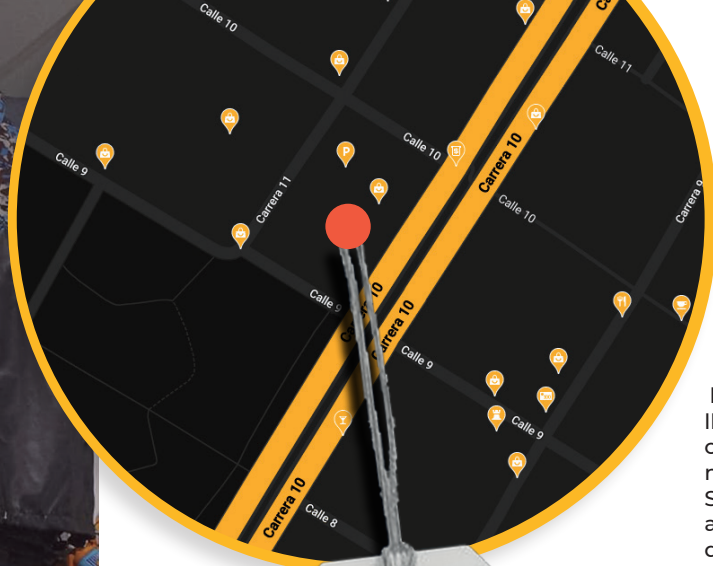


Para el 2019, la producción y comercialización de prendas en Colombia iba en aumento, pues al inicio de ese año incrementó 4.1% pero las ventas cerraron con un alza del 5%, así lo publicó Tamara González para una noticia del Fashion Network. Donde también explica que durante el primer semestre del año los colombianos gastaron 15 billones de pesos en prendas de vestir, un 5,6% más que el año anterior (2018), todo parecía a favor para esta industria a pesar de que los productos importados se comercializaban en mayor cantidad que los nacionales (Gonzalez Litman, 2019). Para nadie es un secreto que en el 2020, con la pandemia, la economía cayó en casi todos los sectores; claramente, la moda no fue la excepción. Según un artículo de La República, en el primer

semestre del 2020, las ventas de ropa y calzado cayeron más del 80%. Argumenta que, por la crisis generada, los colombianos adoptaron métodos de ahorro en los cuales incluyeron reducir el gasto en el vestuario (Becerra Elejalde, 2020). En el artículo también se expone que, en la segunda mitad del año, gracias al día sin IVA, las ventas de los retail de vestuario y calzado aumentaron un 58% a nivel nacional, con variaciones en las diferentes ciudades, el mayor incremento fue en Medellín con 109%, a diferencia de Barranquilla que solo obtuvo un 11.5% de incremento, inferior a la del año anterior. La segunda jornada del día sin IVA no tuvo tanto impacto como la anterior, las ventas solo aumentaron 26% en el sector

de la moda. Como explica Laura Becerra la caída del comercio de prendas no se vio tan afectada gracias al buen ritmo de los dos primeros meses de ese año. Adicionalmente expone que, aunque el consumo de ropa ha disminuido considerablemente, se ve una recuperación positiva para el siguiente año (Becerra Elejalde, 2020). Las proyecciones del 2020 fueron bastante acertadas, pues el consumo de moda en Colombia alcanzó los 27.7 billones en el 2021, aumentó 21% más que el 2020 y 5% más que en 2019. Se señala que este sector se mantuvo durante la crisis de la pandemia (Estrada Rudas, 2022). Estrada (2022) también aclara que las exportaciones de textiles y confecciones colombianas sumaron 810 millones de dólares,





Visita la tienda de Steban en el C.C Gran San. en Bogotá.

Steban Giraldo Domínguez, comercializador en el Gran San de Bogotá desde hace un año y medio, explica que comenzó en la pandemia con su marca que llevar por nombre Tábata y esperar continuar con su negocio por muchos años más.

Steban continúa explicando que al comenzar tenía un concepto diferente de ser un diseñador de moda, que no es precisamente estar en pasarelas o ser famoso, piensa que existen muchos campos y nichos de mercado que un diseñador puede contemplar. Al entrar en este tipo de comercio descubrió que las personas con un poder adquisitivo medio o bajo también consumen moda y decidió darles una facilidad para exceder a ella, a partir de sus conocimientos como estudiante de diseño.

En su negocio comercializa camisetas unisex, por tallas u oversize (prendas sobredimensionadas), también chaquetas y camisas, son productos en general con diseños urbanos, poco minimalistas. A su consideración, lo más difícil es comenzar, recomienda que se debe ser arriesgado al momento de tomar decisiones en las dediciones si se planea tener un proyecto donde uno mismo sea el líder, también es importante tener un patrimonio inicial, ya sea grande o pequeño lo importante es saberlos administrar.

Lo primero que piensa Giraldo al momento de comercializar nuevas prendas es considerar algo que al cliente le pueda gustar y combinarlas con prendas en tendencia; también debe fijarse en la competencia, eso a escala de marca; para las ventas se deben crear estrategias para lograr la diferenciación y posicionamiento de marca.

Steban explica que el diseño de moda le ha ayudado en su emprendimiento, lo que aprende lo pone en práctica; ya sea desde el reconocimiento de textiles, las técnicas de transformación y personalización de prendas, también la parte financiera, porque en este modelo de negocio

se debe estar involucrado en todos los aspectos, es de carácter multidisciplinario, se es diseñador, contador, administrador, vendedor y también se debe saber sobre marketing digital.

Por último, Steban Giraldo relata que el campo es muy competitivo, al comercializar al por mayor y por unidad en el Gran San, la competencia es muy fuerte, pero es buena porque se exige calidad para que sea justa.

La comercialización de prendas en este sentido es igual de importante que el diseño de moda, ambos se relacionan y de igual manera enfocan en destinos mercados, no se debe dividir por tener objetivos alejados, por el contrario, demuestra que en la industria de la moda hay oportunidad para ambos negocios, depende del consumidor decidir qué sector de producción se ajusta más a sus necesidades.



41% más que 2020 y 11% más que 2019. De la misma manera, las importaciones tuvieron un crecimiento del 27% respecto al 2020 con ventas por 2,534 millones de dólares, también aumento un 19% en comparación con 2019. Se debe tener en cuenta que, las cifras se ven bastante altas comparando el 2020 y 2021, pues la pandemia afectó las estadísticas, es necesario analizar ese año de crisis, pues demuestra que la industria de la moda y la comercialización de prendas pudo mantenerse. Asimismo, es importante destacar que con respecto al 2019 esta industria tuvo un crecimiento significativo, la pandemia también afectó positivamente este sector. El presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, expresó:

*“El país tiene una inmensa oportunidad en materia de exportación. La pandemia hizo que los grandes compradores como EE. UU. y México entendieran que es importante conseguir proveedores mucho más cercanos a sus centros de distribución, y ahí tenemos oportunidad” (Estrada Rudas, 2022).*

Es una nueva visión para la comercialización de prendas en Colombia, pues en 2019 se planteó un crecimiento de las exportaciones, en 2022 se comienza a convertir en realidad, teniendo en cuenta que para el 2019 las importaciones eran mucho más altas que las importaciones. Si bien en el año en curso sigue siendo de la misma manera, se ve un aumento bastante significativo

en las cifras de exportación de prendas. Estrada (2022) también comenta que en Colombia las empresas de la industria textil y moda generan aproximadamente un millón de empleos directos e indirectos, señalando que Bogotá es la segunda ciudad de Latinoamérica, donde existe una mayor inversión de moda, superada solamente por Ciudad de México. En Colombia el sector de la moda representa el 8,5% de PIB industrial en el país, lo que es vital para el funcionamiento de la economía y, por supuesto, los empleos que genera (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020), pues tanto como la fabricación y comercialización de prendas en el país requiere del trabajo de muchas personas que, aunque no tengan conocimientos

o estudios acerca de la moda, contribuyen a fortalecer esta industria. En el caso de la comercialización de prendas, las personas que están involucradas en este proceso, muchas veces, tienen como prioridad el incremento de las ventas más que el proceso creativo y de diseño de estas, no son diseñadores de moda, pero esto no les impide aportar a la industria. Gracias a esta comercialización masiva, pequeñas empresas han logrado contribuir a la economía del país, ya sea revendiendo prendas importadas o apoyando la producción nacional. Han acercado la moda a diferentes y más grupos de personas, que, sin pensarlo, siguen consumiendo moda, no necesariamente se debe relacionar este concepto a marcas reconocidas y costosas. Las prendas usadas cotidianamente reflejan las tendencias vistas en las pasarelas del momento. Para tener un mayor acercamiento al tema, se habló con David

Referencias bibliográficas

Becerra Elejalde, L. L. (21 de julio de 2020). Las ventas de ropa y calzado cayeron más de 80% por el efecto de la pandemia del covid. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/empresas/las-ventas-de-ropa-y-calzado-cayeron-mas-de-80-por-el-efecto-de-la-pandemia-3032917>

El sistema moda en Colombia se recuperará en 2022. (Diciembre de 2020). Obtenido de Cluster Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en-2022>

Estrada Rudas, C. (7 de Marzo de 2022). Consumo de moda en Colombia cerró ventas por \$277 billones el año pasado. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-277-billones-el-año-pasado-3316367>

Gonzalez Litman, T. (18 de septiembre de 2019). La producción y comercialización de prendas de vestir avanzan por encima del 4% en Colombia. Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-produccion-y-comercializacion-de-prendas-de-vestir-avanzan-por-encima-del-4-en-colombia.1138285.html>