

## FERIA COLOMBIAMODA 2011 Joyería

### I. FICHA TÉCNICA

Nombre:	:	Colombiamoda
Ámbito	:	Internacional
Edición	:	2011
Fecha	:	Del 26 al 28 de julio del 2011
Frecuencia	:	Anual
Recinto	:	<b>Centro de Convenciones Plaza Mayor</b> Calle 41 # 55-80, Medellín Tel. (00574) 2617200
Organizador	:	Inexmoda, Instituto para la Exportación y la Moda Calle 14 # 40 A 173 Tel. (00574) 6043700 <a href="mailto:contacto@inexmoda.org.co">contacto@inexmoda.org.co</a>
Carácter	:	Profesional
Tipo de visitantes	:	Compradores de almacenes, tiendas, mayoristas, minoristas, periodistas y público en general

## II. ASPECTOS GENERALES

Colombiamoda, es la mayor feria de la industria colombiana de la moda y una de las principales en América Latina. Se realiza en la ciudad de Medellín desde 1999 y cuenta con la presentación de 400 expositores de confecciones, calzado, joyería y bisutería y más de 8000 visitantes, tanto locales como internacionales. Esta es una feria profesional y cerrada a visitantes especializados. Los visitantes son principalmente cadenas de distribución, redes de boutiques y marcas buscando servicios de subcontratación internacional.

Colombiamoda es una feria que reúne a todos los actores vinculados al mundo de la moda y una plataforma para diseñadores que buscan potenciar su marca presentando lo mejor del diseño colombiano y latinoamericano con colecciones Primavera – Verano 2012.

Esta muestra comercial se complementa además con 25 pasarelas y un pabellón académico con conferencias gratuitas que se realizan durante los tres días de Feria.

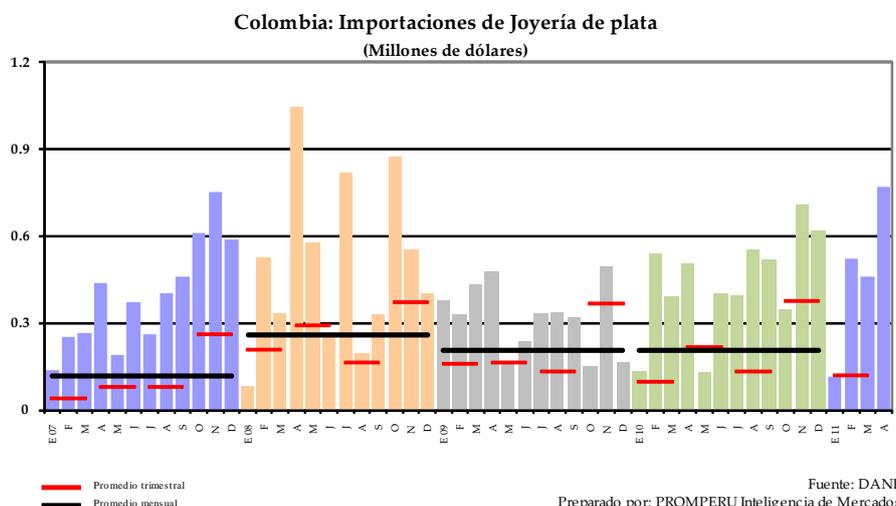
La reconocida tradición textil de Medellín, los grandes diseñadores con sus tiendas en los más exclusivos centros comerciales y un mercado tan consumidor de moda hacen de Colombia un destino de gran atractivo para generar negociaciones en los sectores de confecciones y joyería.

## III. MERCADO DE JOYERÍA Y BISUTERÍA EN COLOMBIA

El mercado de joyería en Colombia se caracteriza por producir piezas en oro, plata y el uso de esmeraldas por ser insumos nacionales además cuentan con mano de obra artesanal con experiencia adquirida por su tradición orfebre y de bajo costo. Entre los principales problemas del sector están la insuficiente calidad en el trabajo de las piezas y la falta de innovación en el diseño de las mismas.

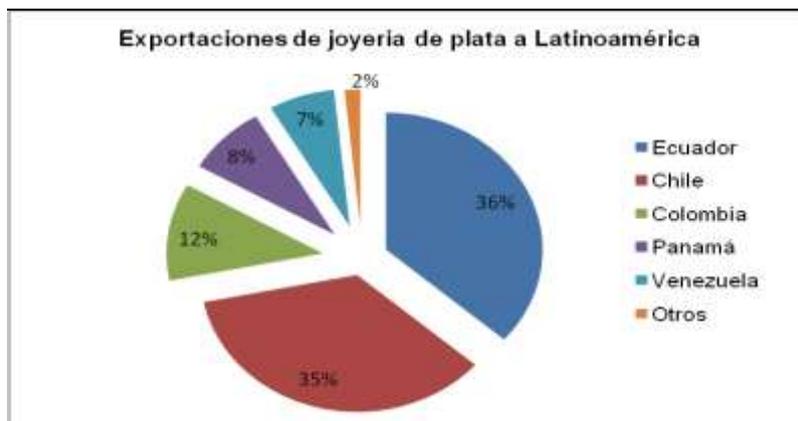
Las exportaciones de joyería, bisutería y piedras preciosas superan los US\$700 millones Proexport y presenta una concentración de más del 80% en el mercado de EE.UU. Seguido por Suiza y Japón. (información de Proexport al 2009)

Los departamentos donde hay mayor desarrollo de este sector son: Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Santander y Valle del Cauca.



El cuadro anterior muestra la evolución mensual de las importaciones de joyería de plata de Colombia del 2007 al 2010

La siguiente gráfica muestra la participación de los diferentes países de Latinoamérica en las exportaciones peruanas de joyería de plata. Las exportaciones a la región datan del 2010 y ascendieron a US\$1.6 millones.



#### IV. EXPORTACIONES PERUANAS DE JOYERÍA Y BISUTERÍA A COLOMBIA

El sector de joyería fue uno de los más afectados por la crisis internacional. Al tratarse de artículos suntuarios generaron en muchos casos que los consumidores destinen sus gastos en otros rubros o que cambien su comportamiento de compra. Es por ello que a partir del año 2008 las exportaciones de joyería de oro cayeron drásticamente incrementándose en gran medida las exportaciones de joyería de plata y bisutería.

El mercado de Colombia, representa para nuestro país el 1.5% de la participación de las exportaciones de joyería de plata por US\$185 mil en el 2010 pero para el caso de bisutería Colombia representa un 12% del total de las exportaciones con un monto de más de US\$2.3 millones.

#### V. SOBRE COLOMBIAMODA 2011

Este año se llevó a cabo la vigésima segunda edición de Colombiamoda organizada por Inexmoda, el instituto que promueve la industria de la moda en Colombia, y que se realizó en el Centro de Convenciones de Plaza Mayor. Este año el concepto de la feria era “Concienciamoda” que buscaba promover una industria de la moda ética con responsabilidad social, producción limpia y sostenible además del uso de elementos orgánicos y reciclables.



La feria estaba dividida en 4 pabellones:

- Pabellón blanco: Para diseñadores, talento joven, moda formal casual
- Pabellón amarillo: jeanswear, moda infantil, joyería y bisutería

- Pabellón rojo: lencería, trajes de baño y decoración del hogar
- Pabellón azul: calzado y accesorios

Adicionalmente se llevaban a cabo 28 capacitaciones dentro del Pabellón del conocimiento relacionadas al diseño y a la industria de una moda ética.

Del 25 al 28 de julio fue la semana de la moda en Colombia, las pasarelas presentadas en Colombiamoda se llevaron a cabo a la altura de los desfiles más destacados de las principales ciudades de moda, tanto en sus contenidos como en su montaje escenográfico los cuales podían ser visualizados en vivo por todo el público desde las pantallas colocadas en la plaza central.



### Zona de joyería y bisutería

Dentro del pabellón amarillo se encontraban 40 empresas de joyería y bisutería de las cuales solo los 6 stands de Perú eran empresas extranjeras. Todas las demás eran empresas colombianas de



las cuales destacaban la empresa industrial Willy Jhons, una isla de stands con la exposición de 10 diseñadores de Antioquia apoyados por la Secretaría de Minas de la Gobernación de dicha ciudad, elegantemente presentados en vitrinas modernas de color negro y que ofrecían bebidas a los visitantes; También habían 8 empresas del Núcleo de Joyería apoyadas por el proyecto Al Invest que básicamente ofrecían una oferta de joyas hechas con oro, plata y piedras semipreciosas. Adicionalmente se encontraba una empresa productora de joyería con esmeraldas y los demás stands que presentaban una oferta de bisutería.

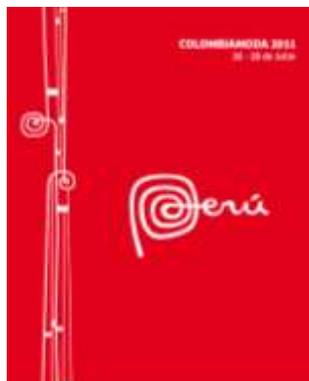
Para todos los casos de exhibiciones de joyería, los expositores colombianos presentaron vitrinas impecables, muy accesibles al visitante y con excelente iluminación; esencial y favorecedores para la exhibición de joyas.

### Dimensión de la feria y Resultados

En esta oportunidad la feria contó con 450 expositores de 40 países y más de 15,000 visitantes de ellos casi 4,000 eran compradores con los cuales se generaron expectativas de negocios por US\$95 millones.

## VI. MATERIAL DE DIFUSIÓN

Merchandising entregado en la feria: directorio de expositores peruanos a modo de libreta de notas



Mailings difundidos previos a la participación en Colombiamoda y a la Misión Comercial llevada a cabo días antes de la feria en Bogotá



## VII. PARTICIPACIÓN PERUANA EN COLOMBIAMODA

Por tercer año consecutivo participó el sector de joyería dentro de la delegación de Perú en Colombiamoda. Esta vez estuvieron presentes con 6 stands. Uno de ellos con una exhibición de oferta exportable y los otros 5 con los siguientes expositores:

EMPRESA	Contacto	Email	Página web
<b>COCHY GARCIA</b>	Cochy García	cochymoon@hotmail.com	www.cochygarcia.com
<b>D'JOYAS</b>	Denisse Gereda	denisse.gereda@djoyasperu.com	www.djoyasperu.com
<b>ILLARI</b>	Antonio Reyes	areyes@illarisilver.com	www.illarisilver.com
<b>KUYA PERÚ</b>	Diego Candela	info@kuyasperu.com	www.kuyasperu.com
<b>URIN HUANCA</b>	Emma Mancilla	urinhuanca@yahoo.com	www.urinhuanca.com.pe

Dentro del grupo de empresas peruanas, tres de ellas eran productoras artesanales que ofrecían una oferta de joyería de plata 950, plata tejida o combinada con piedras semipreciosas. Las otras dos empresas eran diseñadoras que presentaban una oferta principalmente de plata combinada con cuero y fibras textiles.



Acerca de los resultados obtenidos, las 5 empresas de joyería participantes lograron establecer 35 nuevos contactos de negocios principalmente de Colombia y de otros mercados como EE.UU., México, Chile, Ecuador y Venezuela. Se lograron establecer negocios con una proyección de ventas a un año por US\$ 300,000.

## VIII. CONCLUSIONES

- Las empresas peruanas de joyería han podido aprovechar su participación para entablar contactos comerciales, adquirir información sobre el sector en el mercado colombiano, sobre las tendencias de la moda y precios de mercado.
- El mercado de Colombia es una plaza atractiva para la exportación de joyería por no existir mucha variedad ni cantidad de proveedores para este rubro en el mercado local.
- La feria Colombiamoda es una vitrina de exposición latinoamericana para empresas productoras de joyería que posean diseños innovadores y que manejen precios atractivos debido a que la mayoría de compradores visitantes son distribuidores que buscan precios competitivos que se puedan negociar al por mayor.
- Dentro de la oferta de las empresas peruanas, los productos con mayor acogida fueron las joyas de mayor tamaño que combinaban la plata con piedras de colores y que tenían precios más accesibles.
- La procedencia de los importadores en la feria era en mayor medida de Colombia (70%), siendo los demás de México, Venezuela, Chile, EE.UU, etc
- Los diseños de las empresas peruanas participantes fueron reconocidos como únicos en toda la feria inclusive fueron invitadas a participar en otras ferias dentro de Colombia y en Ecuador.
- Si bien el mercado Colombiano es un gran consumidor de productos vinculados a la moda y esta feria es una interesante plataforma para la presentación de la oferta exportable de

joyería, este rubro no se encuentra aun muy desarrollado en la feria. Sólo el 8% de la exhibición corresponde a joyería y bisutería y la gran mayoría de compradores y visitantes en general asisten con el interés de contactar empresas proveedoras del sector textil y de confecciones.

- La difusión de la participación de Perú a través de la publicidad en el directorio oficial de la feria fue un gran acierto y oportunidad para hacer conocer a todos los visitantes nuestra presencia y ubicación dentro del recinto ferial así como la innovación en la entrega de merchandising como las libretas con el directorio de las empresas peruanas.

## **IX.- RECOMENDACIONES:**

- La presentación de los stands fue bastante elegante pero para otras oportunidades se debería incidir más en el modelo las vitrinas de exposición de manera que sean de la mejor calidad posible, modernas y con gran iluminación además de la ubicación de las mismas que debe estar lo más accesible que se pueda a los compradores pues este mobiliario es el elemento más importante para la exhibición de las joyas y de ello depende que un visitante se pueda sentir atraído y cómodo para detenerse a mirar la oferta y a sentirse interesado.
- Las empresas joyeras con características más orientadas al diseño único y que de hecho no pueden competir con precios bajos deberían adaptar sus productos o manejar líneas adicionales orientadas a este tipo de eventos que manejen precios menos caros o de lo contrario considerar participar en otro tipo de ferias o misiones comerciales donde puedan tener la oportunidad de contactar a boutiques especializadas o museos.
- Los proveedores de montaje de stand deben de preferencia tener oficinas dentro de la ciudad donde se lleva a cabo la feria para evitar problemas logísticos.
- El haber contratado a una empresa consultora que organizara citas de negocios para los expositores complementó positivamente los resultados de la feria para ciertas empresas pero para próximas oportunidades sería conveniente identificar a un consultor especializado para cada uno de los rubros participantes tanto para confecciones como para joyería.