



PERU EN COLOMBIAMODA 2010

El Perú estuvo presente en el Colombiamoda, evento que es uno de los más representativos en el mercado latinoamericano, este año centra su atención al tema de Innovación y diseño que transforma, presenta un espacio comercial incluyente que vincula a todos los jugadores del sector textil confección diseño y moda de una manera coherente, contando nuevamente con la presencia de expositores de marroquinería, calzado y cuero, así como joyería y bisutería, como parte esencial de la indumentaria moderna.

Se contó este año con la participación de 10 empresas expositoras peruanas en la línea de confecciones; llevadas directamente por PROMPERU, tomando los pabellones de Jeans Wear (36 m2), Formal Casual (36m2) y bebes y niños (18m2).

FERIA COLOMBIAMODA

I. Ficha Técnica

Ámbito:	Internacional
Fecha:	Del 27 al 29 de Julio de 2010
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Plaza Mayor de Medellín, Calle 41- 55 80
Horario de la feria:	9:00h-18:30h
Precio de la entrada:	\$40 por adelantado \$80 durante la feria
Organizador:	INEXMODA Calle 14 # 40A-173 Teléfono (574) 311 59 15- Fax (574) 266-2050 http:// www.inexmoda.org.co
Superficie:	60.000m2
Servicios ofrecidos:	Señalización logo destacado alrededor de toda la feria, desfiles de marcas, restaurante, telefonía y comunicaciones, prensa. Convocatoria de más de 575 periodistas nacionales e internacionales. Terminales interactivos, Bluetooth, wifi.
Tipo de visitantes:	Compradores locales, internacionales, estudiantes y relacionados a la feria.
Próxima edición:	Del 26 al 28 de julio de 2011

II Participación en la feria

Expositores

La Feria cerró con 425 expositores frente a 388 de la versión anterior. Hicieron presencia importantes marcas que le dieron su respaldo al evento ferial, algunas de ellas: Carulla, Copa Airlines – Aerorepublica, Natura, Color Siete, Aritex, GEF, Punto Blanco, Off Corss, LEVI'S, Onda de Mar, Diesel, Marithé Francois Girbaud, Kipling, No Project, 55DSL, Leonisa, Studio F, El Tiempo, El Colombiano, Beatriz Camacho, Formas Íntimas, Oakley, Touché, Prom Perú, Adrissa, Balalaika, Cachet, Fiorucci, Garotas, Quest, Confecciones Colombia – Everfit, Codelin Baby Dress, Cueros Vélez, Único Interior, Maaji, Agua Bendita y La Senza, la Gobernación de Antioquia y la Alcaldía de Medellín, entre otras.

Como en la versión anterior uno de los grandes atractivos de la Feria fue la renovación del Pabellón Blanco, en el que además de encontrarse como primer punto de entrada al recinto el Foro de Moda, el talento se reunió. Allí expusieron jóvenes creadores, diseñadores consagrados e importantes marcas. En este lugar empresas que han propuesto un estilo de vida a través del diseño, tuvieron un espacio.

Para Inexmoda el talento que apenas surge es clave como futuro de la moda, por ello se realizó la segunda versión del Concurso Latinoamérica Habla –con el apoyo del Instituto Marangoni- en el que en esta ocasión participaron 96 estudiantes; y del que resultó como ganador el colombiano Santiago Romero. De igual forma, se premió en el marco de la Feria, el Concurso Atelier, auspiciado por Marithé Francois Girbaud, Coletex y Marquillas S.A.; cuyo ganador fue Juan Camilo Londoño. Cabe anotar que las propuestas de los jóvenes creativos seleccionados en ambos concursos fueron exhibidos en el Pabellón Blanco durante la Feria.

Colombiamoda en esta edición sectorizó de la siguiente manera la feria:

<p>Pabellón Blanco</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Foro de tendencias 2. Concursos de estudiantes Latinoamérica Habla y Atelier 3. Talento joven (vestuario) 4. Diseñadores 5. Formal – Casual <p>Pabellón Amarillo</p> <p>Jeanswear Servicios</p> <p>Pabellón Azul</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bebé 2. Infantil 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Marroquinería y calzado 4. Talento joven (marroquinería y calzado) 5. Joyería y bisutería <p>Pabellón Rojo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ropa interior 2. Beachwear 3. Hogar <p>Zona Urbana</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plaza Gourmet 2. Activaciones de marca <p>Gran Salón</p> <p>Pasarelas</p>
--	--

Cabe mencionar que por primera vez incluyeron el pabellón de Hogar con 14 expositores, de las líneas de muebles, textiles del hogar etc. Así como la participación de estudiantes relacionados a la industria textil en la feria.

Expectativas de negocios en general: US\$ 75.9 millones, más de 14.4% más que el 2009 reportados por compradores nacionales e internacionales, los países con participación en estos resultados son: México 25%, EEUU 23%, Ecuador 12% y Costa Rica 12%. Los productos de mayor demanda fueron la ropa interior, trajes de baño y ropa casual. Cabe resaltar que esta tarea de monitoreo ha sido posible a la alianza establecida entre Inexmoda, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y la Universidad EAFIT

Países que han visitado la feria:

Alemania, Argentina, Australia, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, China, Costa Rica, Curazao, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Holanda, Honduras, Israel, Italia, Japón, Jordania, Korea, México, Noruega, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Republica Dominicana, Rusia, Trinidad Y Tobago, Venezuela.

Participación Peruana En Colombiamoda 2010

Se contó con la participación de 10 empresas expositoras en la línea de confecciones; llevadas directamente por PROMPERU, tomando los pabellones de Jeans Wear (36 m²), Formal Casual (36m²) y bebes y niños (18m²)

Empresas Expositoras

PABELLON BLANCO: FORMAL - CASUAL	
Empresa	Stand
Intinellas SAC	150
Red Essence Mode	151
Maratex SAC	152
Arte Textil Latino SAC	153
PABELLON AZUL: BEBES Y NIÑOS	
Empresa	Stand
Red Baby Line	312
Red Peruvian Cotton's Kids	314
PABELLON AMARILLO: JEANS WEAR	
Empresa	Stand
Altotex SAC	728
Csk SRL	726
Teditex	724
Red Creat Mod Perú	722

Esta feria tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, se tuvo principalmente potenciales contactos de importadores de Colombia, Ecuador, EEUU y México. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de 1'153, 000 dólares que se concretarán en los próximos 12 meses. La cantidad promedio de contactos potenciales para la delegación peruana es de 23, con un porcentaje de 26% Distribuidores, 22% Importadores, minoristas 13% y Intermediarios y agentes 9 % y un 13% otros.

Como parte de la promoción de la participación se desarrollaron distintos elementos publicitarios, los mismos que se consignan a continuación:

- Carta electrónica – HTML; difundida de manera previa a la exposición hacia nuestra base de compradores, al Consejero Comercial, a la Organización Ferial y también a los expositores para ser circulado entre sus clientes.



- Banners publicitarios; elaborados bajo el marco de la línea gráfica de Perú Moda, fueron parte de la decoración del stand de cada uno de los participantes.



III Tendencias y Desfiles

Tendencias

Presentación del Informe de Tendencias e Información de Moda de Inexmoda, ISCI. Formal – casual / Moda Íntima – Beachwear / Jeanswear – Sportswear / Infantil. Primavera / Verano 2011

Por: Martha Calad, directora del Laboratorio de Moda de Inexmoda.

Con el 2011, ya no sólo se vislumbra el cambio sino que también hace parte de una nueva década...un nuevo aire, un nuevo tiempo, nuevos retos y ¿por qué no?, nuevas formas de consumir. La hora de lamentarse ya es parte del pasado, se abre paso a una nueva era donde las acciones de todos y cada uno cuentan, somos individuos que viven en comunidad (virtual o real) y seres que buscan cada vez un mejor estar (más allá del bien estar) personal y colectivo.



ACTITUD EXCESIVA

La expresión está dada por los excesos y la medida no es conocida a la hora de mezclar. La osadía es representada en la manera de combinar sin límites cuando se está lejos de la declaración de “menos es más”. El recargo es ganancia y llamar la atención, el mejor premio.

BASES TEXTILES

- Índigos 2x1 y 3x1 con efectos sutiles de cross hatch. Aplicación de pigmentos que dejan huellas fantasmales de colores.
- Índigos livianos en tonalidades celestes con efectos empolvados. Mezclas de algodón/ nylon y algodón/poliéster.
- Índigos en tonos medios y claros con fuertes manualidades de destroyed y rasguños. Bases textiles ultrajadas y con efectos de usado.

- Color denims en tonalidades explosivas y manualidades de destroyed que destapan los colores internos.
- Satines 100% poliéster con sobre posición de estampados y efectos tornasolados. Formas planas con efectos de envejecido y borroso.
- Bases ultra livianas en punto y plano, con mucha caída y tactos suaves. Jeseys, tafetanes y crepés en viscosa.
- Lana/algodón y lana/lino en tejidos diagonales y tafetanes con sutiles efectos jaspeados. Algunos con efectos de stretch.
- Bases pantaloneras en tejidos diagonales, tafetanes y satines. Algodones puros y mezclados con fibras sintéticas y elastoméricas.
- Jerseys y mallas recubiertos en su totalidad de pequeñas lentejuelas metalizadas en diseños geométricos y abstractos.

SILUETAS

- Capris y chaquetas con silueta amplia en opciones de coordinados. Mezcla de prendas con diferentes estampados en un mismo look.
- Camisas en siluetas amplias con mensajes irónicos y extravagantes. Baggys con bota ajustada y pinzas para crear mayor volumen.
- Chaquetas deportivas en colores eléctricos con forros e insumos en contraste. Jeans en color denim 5 bolsillos con silueta recta.
- Camisetas manga larga con manualidades irregulares como rotos, en devouré o con estampados en foil. Un look desaliñado y renovado que hace alusión al grunge de los 90's.
- Siluetas femeninas con grafías que simulan los uniformes. Faldas cortas de tablas. Accesorios infantiles para dar un look más juguetón.
- Trajes masculinos tradicionales que se renuevan desde la mezcla irreverente de las telas, el revés es derecho. Acabados en contraste que resaltan la estructura de las prendas.
- Blazer + pantalón + camisa con silueta ajustada, todos en la misma tela para crear un look llamativo e irónico.

ACTITUD EMOTIVA

El espíritu se expresa a través de los sentimientos donde se redescubren los legados, dándoles un carácter nostálgico a la vez que la memoria de las épocas pasadas son retomadas de una manera pasional y poética. Por medio de la sensibilidad, los clásicos del ayer se redefinen para volverse atemporales y la formalidad del pasado se mezcla con estructuras y construcciones suaves y actuales. El sentimiento evocador está presente de manera ingenua pero intensa para recordar que el corazón es quien inspira.

BASES TEXTILES

- Bases pantaloneras 100% algodón o algodón/elastómero en tejidos satín y diagonales compactos, teñidos con colores blanqueados y con recubrimientos que añaden tactos suaves.
- Transparencias en algodón, viscosa o acetato con efectos de arrugados y craquelados.
- Jerseys ultralivianos con efectos desagujados o devouré que crean transparencias en diseños de rayas, geométricos o contornos de flores.
- Encajes en diseños de flores románticas.
- Popelinas y etaminas con diseños nostálgicos y románticos inspirados en los papeles de colgadura retro. Flores liberty y ramilletes de colores ahumados sobre fondos glaseados.
- Tejido rectilíneo y circular en jerseys abiertos, con marcados efectos flameados. Viscosa pura y mezclada con algodón.
- Tejidos satín con brillo. Apariencias nítidas y construidas.
- Jacquards en tejido plano en diseños de flores románticas tono a tono. Contraste de mate/brillante.
- Mini diagonales, tejidos satín y tafetanes livianos y compactos en algodón mezclado con elastómeros. Acabados esmerilados y tactos suaves.

SILUETAS

- Vestidos en índigo con pinzas tradicionales y escotes corazón sobrestampados con grafías de encajes y apliques con moño.
- Jeans de pretinas caídas con efectos de desgaste para dar apariencia de usado. 45 Sacos tejidos que recuerdan a los abuelos.
- Pantalones ajustados con construcciones asimétricas, con cordones en la bota y la pretina. Prendas drapeadas y con recogidos.
- Overoles con preses irregulares que le dan volumen a la prenda. Acabados del Universo Formal aplicados a siluetas de Jeanswear. Camisas de manga rodada en guipures.
- Faldas cortas y a la cintura construidas con texturas inspiradas en las flores. Mezcla de prendas de diferentes universos de vestuario.

- Influencia de los años 70. Maxivestidos en capas plisadas con bordados en el ruedo. Maquillaje y pelos naturales. Look romántico.
- Vestidos con drapeados que envuelven y ajustan para terminar en moños o nudos decorativos en la cintura.
- La ropa interior se vuelve exterior. Camisa al corte en dos telas distintas. Pantalones de talle alto con pinzas que ajustan al cuerpo.
- Chaquetas de manga corta con silueta A y acabados internos con sesgos en contraste. Vestidos de capas irregulares con franja de encaje que dan apariencia de enagua.

ACTITUD FLEXIBLE

Empacar, desempacar, viajar, conocer, un día aquí y el otro... quién sabe. Un espíritu libre guía a los ciudadanos del mundo que buscan la aventura y que tienen conciencia social ya que saben que la tierra es su casa, en la que se quieren desplazar y donde quieren vivir de la mejor manera posible. Estos viajeros se ajustan a los cambios sin complicaciones y buscan soluciones prácticas a los problemas, tomando influencias de diferentes culturas, de la tecnología y del valor de buscar nuevas experiencias.

BASES TEXTILES

- Índigos con fibras naturales: soya, algodón orgánico, coco, banano y cáñamo. Fibras recicladas y reciclables. Fibras de PET.
- Índigos y algodones con películas que les dan apariencias de caucho y plástico que ayudan a proteger de las inclemencias del clima. Aplicaciones localizadas de resinas que simulan cintas adhesivas y superficies húmedas.
- Efectos embobados y fruncidos en popelinas e índigos camiseros. Acabados terapéuticos que brindan sensación de bienestar.
- Jerseys en viscosa ultra livianos en diseños de rayas bicolors preteñidas y en devouré con marcados efectos de hilos flameados.
- Tejido de punto compacto en jerseys y doble punto para ser usado en la pantalonería. Apliques de resinas y recubrimientos que le añaden estructura y tacto al tejido de punto.
- Efecto tie dye por teñido o estampación de dos o más colores sobre etaminas 100% algodón o mezclas de viscosa. Teñidos con apariencias artesanales.
- Popelinas y tafetanes livianos en algodón, con efectos de stretch y tactos suaves. Acabados de súper esmerilados.
- Tafetanes en algodón/nylon, poliéster y viscosa con efectos de craquelados y tactos secos o crujientes.
- Linos puros y mezclados con algodón o viscosa en pesos livianos y con marcados efectos jaspeados. Sutiles efectos de slubs.

SILUETAS

- Monos utilitarios con bolsillos, remaches y jaretas que se mezclan con accesorios que hacen referencia a los pescadores.
- Camisas con mangas dobladas con grafías tribales.
- "Viajeros actualizados". Capris con pretinas novedosas. Camisetas cuello bandeja.
- Camisetas con accesorios que se acoplan. Pantalones doblados en la bota en black denim con procesos de desgaste.
- Bermudas con forros en contraste de color para dar forma y resaltar los guardapolvos. Chaquetas funcionales.
- "Safari urbano". Chalecos con bolsillos y piezas intercambiables para darle funcionalidad a la prenda. Pantalones anchos de bota ajustada que dan mayor movilidad.
- Chaquetas cargo con botones grandes. Cinturones que ajustan en la cintura. Faldas rectas y largas.
- Influencia cultural. Mezcla inusual de prendas. Blazer + pantalones tribales + camiseta.
- "Safari urbano". Chalecos con bolsillos y piezas intercambiables para darle funcionalidad a la prenda. Pantalones anchos de bota ajustada que dan mayor movilidad.
- Chaquetas cargo con botones grandes. Cinturones que ajustan en la cintura. Faldas rectas y largas.
- Influencia cultural. Mezcla inusual de prendas. Blazer + pantalones tribales + camiseta.

ACTITUD RIGUROSA

Cuando se vive una época de transición, hay quienes prefieren la seguridad de lo conocido al riesgo de lo incierto. Por eso, el caminar es cuidadoso pero certero y experimentar es más seguro cuando se hace de manera mesurada. La tradición se evidencia en estructuras simples pero firmes y la solidez demuestra que la disciplina es el mejor medio para los grandes logros. Los deportes de la elite, los ejércitos y la arquitectura son una clara idea de que ser prudente no significa ser aburrido.

BASES TEXTILES

- Índigos oscuros de apariencia limpia y lustrosa y tacto suave y frío gracias a las mezclas con poliéster y Lyocell.
- Índigos en tejidos diagonales 2x1 y 3x1 derechos. Efectos de cross hatch tenues y recubrimientos que crean tactos secos.
- Linos y lanas teñidos en índigo con efectos de lagunas, nips e hilos flameados con urdimbre de color y trama blanca.

- Diseños tradicionales en tejido de punto. Jerseys preteñidos con efectos de seersucker.
- Tencel y Lyocell en todo tipo de bases en tejido plano para lograr fluidez y tactos ultra suaves. Aplicación de pigmentos o estampados de manera irregular.
- Diseños de trampantojo que parecen piezas sobrepuestas, detalles de las prendas o insumos. Índigos oscuros y black denims con pocos efectos de tejido.
- Chiffones compactos y satines livianos y fluidos con brillo. Algunos con efectos de stretch.
- Tejidos crepés livianos con efectos de iridiscencias o brillo, a través de películas de resina o por mezclas con filamentos de poliéster.
- Lanas puras o mezcladas con algodón en pesos livianos y tactos suaves, en diseños de mini cuadros. SILUETAS
- Look militar con desgastes localizados que dejan ver otra tela en colores metalizados.
- “Nuevos preppies”. Camisas retomadas del Universo Formal acentuadas con accesorios de Nerds.
- Chaquetas deportivas que se mezclan con prendas estructuradas para dar un look casual.
- Siluetas ajustadas cuidadosamente construidas.
- Camisas en tejido de punto que suavizan la silueta masculina acompañada de accesorios tradicionales.
- Construcciones inusuales en las chaquetas tradicionales, sin cuello y sin solapa. Pantalones con resorte en la cintura para crear recogidos y volúmenes.
- Look masculino y cuidadoso que se renueva por medio de la camisería en transparencias. Pantalones y faldas que se fusionan para crear una apariencia minimalista.
- Inspiración en los deportes de la elite. Britches clásicos con volúmenes laterales y ajuste en las botas. Maquillaje y peinado limpio y organizado.

Desfiles

Durante los 03 primeros días se presentaron desfiles, 76 diseñadores y marcas se dieron cita en las 23 pasarelas de Colombiamoda 2010, la puesta en escena de la creatividad convocó a cerca de 23.000 personas.

La pasarela Esteban Cortazar con Éxito fue la encargada de dar apertura oficial el 26 de julio en la Caja de Madera a la versión número 21 de la Feria. Gracias a la alianza entre Inexmoda y Almacenes Éxito fue posible contar por primera vez en el país, con el talentoso diseñador Colombiano, quien presentó una colección novedosa y vanguardista, puesta a la venta de inmediato en algunos puntos de venta de esta empresa de grandes superficies. Así se inició una Colombiamoda 2010 llena transformación creativa, llevando lo mejor del diseño a las manos de muchas mujeres colombianas, que jamás habrían pensado lograr vestir una prenda de Cortazar comprada en el país y a precios accesibles.

IV Valoración del evento

Esta feria tuvo un balance positivo para las empresas peruanas de confecciones participantes, se tuvo principalmente potenciales contactos de importadores de Colombia, Ecuador, EEUU y México. Los empresarios peruanos estiman que las ventas producto de su participación en esta feria es de 1'153, 000 dólares que se concretarán en los próximos 12 meses. Asimismo la cantidad promedio de contactos potenciales para la delegación peruana es de 23, con un porcentaje de 26% Distribuidores, 22% Importadores, minoristas 13% y Intermediarios y agentes 9 % y un 13% otros. La mayor parte de contactos durante la feria fueron de América del Sur con un 63%, le sigue América Norte con un 23%. Cabe mencionar que se observó bastante presencia de compradores colombianos especialmente boutiques con compras en lotes pequeños las mismas que demandan productos con diseño con abastecimiento directo a sus almacenes en Colombia, lo cual implica contar un canal de distribución mucho mas especializada puerta a puerta.

Inexmoda, esta versión incorporo la línea del hogar contando con 14 expositores, asimismo se contó con visitantes de carácter de estudiantes de carreras relacionadas a la industria el segundo y tercer día del evento.

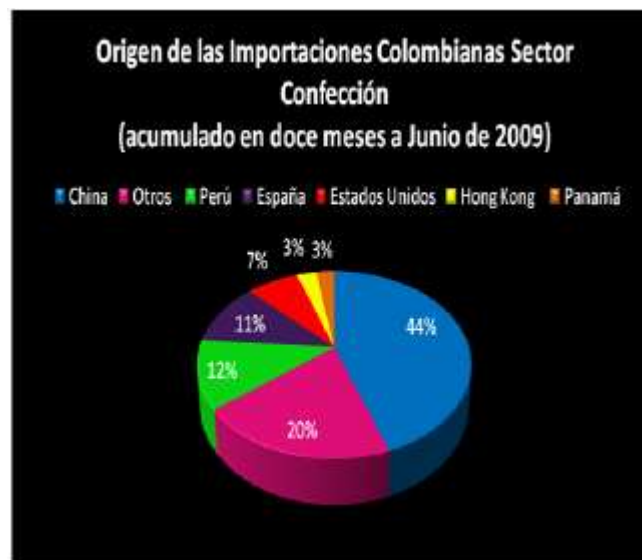
Se puede apreciar que la oferta exhibida en Colombiamoda tiene valor agregado en diseño con las últimas tendencias de moda, la oferta peruana tiene la calidad de fibra y materia prima pero que sin embargo en esta versión las empresas lograron colecciones con diseño incorporando las tendencias del mercado, se observo que los compradores tenían una mayor preferencia por las prendas en tejido de punto frente al plano.

Proexport, desarrollo por segunda vez la rueda de negocios; dentro de la feria, sólo para empresas colombianas, se realizaron las gestiones para que se pueda incluir a las empresas peruanas participantes pero no fue posible. Sin embargo se elaboro una agenda de negocios para cada empresa participante.

Se noto una mayor afluencia de compradores internacionales en la línea de intimo, underwear, beachwear, etc. Línea que es de mayor relevancia en dicho mercado, a diferencia de otras líneas de producto como en jeans wear y formal casual.

Conclusiones de informe desarrollado por el servicio de agenda de negocios cerca de mercado colombiano:

- De nuestra experiencia con la industria colombiana de textiles y confecciones, sin lugar a dudas son las empresas que manejan con éxito su marca, las que ven con mayor facilidad la producción y/o maquila de sus colecciones en el exterior y principalmente en Perú.
- Estas empresas, que mantienen inclusive plantas de producción propia y/o manejan outsourcing en la misma Colombia, están mucho más predispuestas – por su carácter globalizado y entendimiento del mercado regional – que prefieren maquilar algunas de sus colecciones en Perú. Es el caso de empresas como Tennis S.A., Color Siete, Vestimundo Crystal, Arturo Calle S.A.
- La apreciación importante del peso colombiano ocurrida en los últimos 18 meses, promueve la importación de prendas de vestir desde países de la región, destacando Perú como el principal proveedor, por su calidad de producto, pronta entrega y facilidades logísticas.
- En ese respecto, es muy importante que los confeccionistas peruanos adopten como premisa al participar en los Colombiamoda, llevar un surtido de muestras que se diferencien del estándar de producción colombiano, a saber, en tejido de punto, camisetas y polo box con hilado de algodón preteñido, confecciones en tejido de algodón 100% en títulos finos y/o con texturas y acabados Premium, como agamuzados, perchados, difuminados, etc. En cuanto a tejido de algodón plano, las competencias radican en las prendas exteriores de arriba, léase camisas casual y sport, chaquetas en tela índigo, chalecos, etc. Es muy difícil competir con prendas como pantalones, bermudas y faldas, dado la experiencia de larga data de las empresas colombianas en dicho segmento.
- En cuanto a ropa infantil, segmento en el cual la industria y el comercio colombiano han crecido significativamente en los últimos 3 años, recomendamos tomar contacto con empresas confeccionistas peruanas que puedan desarrollar prendas en algodón variedad pima, en tejidos con hilado en títulos muy finos, léase 50/1 o superior, y cuyos tejidos hayan sido tratados con productos antiinflamables. Hemos podido comprobar la necesidad de varias empresas colombianas que manejan con éxito su marca en Colombia, por ejemplo la empresa Hermeco S.A. para su línea de productos Off Corss, la fuerte voluntad de contratar maquila especializada en Perú. Actualmente, están comprando telas pero no maquilan sus prendas.
- Es importante indicar que el Perú se ha convertido en el segundo país de origen de las importaciones colombianas de confecciones, detrás de China. En el periodo noviembre 2007 a junio 2009, el incremento de participación se ha duplicado. Ver cuadro.



Fuente: DANE y cálculos ANIF Gráfico: Crediseguro S.A.

•Las importaciones colombianas de confecciones de punto desde el Perú, decrecieron en un 30.3% en valor CIF dólares, comparado con el año 2008.

IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE CONFECCIONES DE PUNTO ENERO - DICIEMBRE 2009 vs- ENERO - DICIEMBRE 2008						
PAIS	US CIF			Peso Neto (Kg)		
	2008	2009	Var. %	2008	2009	Var. %
CHINA	55.092.574	55.351.669	0,5%	4.043.729	3.840.368	-5,0%
PERU	29.505.385	20.563.638	-30,3%	1.575.553	982.283	-37,7%
ESPAÑA	12.479.561	10.366.998	-16,9%	220.441	182.092	-17,4%
ESTADOS UNIDOS	5.964.081	6.950.676	16,5%	284.423	252.836	-11,1%
PANAMA	3.951.180	6.528.204	65,2%	233.240	332.510	42,6%
ECUADOR	3.785.472	3.307.017	-12,6%	421.463	388.462	-7,8%
PORTUGAL	613.723	2.276.009	270,9%	10.760	39.390	266,1%
TURQUIA	1.126.270	2.054.579	82,4%	22.762	41.431	82,0%
TAILANDIA	1.353.606	1.829.934	35,2%	83.922	89.329	6,4%
MEXICO	1.100.394	1.825.257	65,9%	38.898	255.348	556,5%
BANGLADESH	1.091.960	1.606.779	47,1%	58.743	70.278	19,6%
HONG KONG	4.799.734	1.559.060	-67,5%	337.804	115.780	-65,7%
INDIA	1.315.427	1.543.208	17,3%	156.092	82.293	-47,3%
Promotora Nacional de Zor	1.541.508	1.216.063	-21,1%	32.025	28.766	-10,2%
ITALIA	1.054.647	1.204.080	14,2%	16.117	24.276	50,6%
FRANCIA	1.079.189	1.105.587	2,4%	15.015	18.905	25,9%
INDONESIA	1.365.102	1.006.533	-26,3%	121.771	56.709	-53,4%
PAKISTAN	828.717	937.357	13,1%	92.858	87.675	-5,6%
VIET NAM	729.218	860.771	18,0%	23.272	23.965	3,0%
CAMBOYA	442.563	720.854	62,9%	11.586	17.549	51,5%

•Las importaciones colombianas de confecciones de tejido plano desde el Perú, decrecieron en un 50.2% en valor CIF dólares, comparado con el año 2008.

IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE CONFECCIONES DE PLANO ENERO - DICIEMBRE 2009 vs- ENERO - DICIEMBRE 2008						
PAIS	US CIF			Peso Neto (Kg)		
	2008	2009	Var. %	2008	2009	Var. %
CHINA	61.160.414	61.973.058	1,3%	5.609.057	5.706.200	1,7%
ESPAÑA	17.775.084	16.139.493	-9,2%	312.835	278.116	-11,1%
ESTADOS UNIDOS	9.723.073	7.849.641	-19,3%	377.783	251.863	-33,3%
VIET NAM	3.865.374	5.229.205	35,3%	170.304	221.978	30,3%
PANAMA	4.704.955	4.702.889	0,0%	369.836	327.397	-11,5%
PERU	9.078.286	4.523.933	-50,2%	1.395.459	492.998	-64,7%
HONG KONG	7.391.847	3.303.258	-55,3%	460.830	236.853	-48,6%
INDIA	1.976.522	2.830.581	43,2%	206.527	88.322	-57,2%
ITALIA	3.660.383	2.819.575	-23,0%	41.372	39.308	-5,0%
TURQUIA	949.035	2.615.342	175,6%	17.481	47.243	170,2%
MEXICO	1.186.538	2.386.966	101,2%	42.965	434.134	910,4%
MARRUECOS	734.419	2.227.846	203,3%	13.195	38.117	188,9%
BANGLADESH	1.428.554	1.506.325	5,4%	83.176	74.672	-10,2%
INDONESIA	1.233.003	1.124.454	-8,8%	78.420	40.275	-48,6%
MACAO	1.065.653	700.353	-34,3%	29.040	18.273	-37,1%
FRANCIA	1.044.620	668.789	-36,0%	13.335	11.228	-15,8%
PORTUGAL	204.370	653.637	219,8%	2.271	7.595	234,4%
FILIPINAS	791.888	448.595	-43,4%	35.989	9.854	-72,6%

•En cuanto a estadísticas de importaciones para el año 2009 publicadas por la DIAN, es importante resaltar como conclusión, que la crisis mundial se ha hecho sentir en la industria textil confección colombiana. A pesar de las exitosas cifras de importación de confecciones peruanas a Colombia, el mercado en general se contrajo significativamente durante el primer semestre del año 2009, recuperándose rápidamente durante el segundo semestre.

V Fotos



VI Otros eventos similares

FERIA MODA PARA EL MUNDO 2010

I Ficha Técnica

Ámbito:	Local
Fecha:	Del 28 al 30 de Julio de 2010
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Transversal 49 C No. 59 -86 Piso 3 Centro Mundial de la Moda
Horario de la feria:	9:00h-18:30h
Precio de la entrada:	\$25 por adelantado y durante la feria
Organizador:	CEDEMODA Transversal 49 C No. 59 -86 Piso 3 Centro Mundial de la Moda Teléfono (574) 293-3365 http://www.modaparaelmundo.com
Superficie:	14.000m2
Servicios ofrecidos:	Señalización logo destacado alrededor de toda la feria, desfiles de marcas, restaurante, comunicaciones y prensa. Convocatoria de periodistas nacionales e internacionales. Terminales interactivos, wifi.
Tipo de visitantes:	Compradores locales, internacionales, estudiantes y relacionados a la feria.
Próxima edición:	Del 29 al 31 de julio de 2011

II Participación en la feria

La Feria Moda para el Mundo es su séptima edición presenta cifras de lo que significa la participación de empresas del sector textil en moda para el mercado masivo.



En esta versión plantea en la visión comercial de este año, La feria Moda para el Mundo, apropia con un concepto comercial claro, definido y efectivo. SOMOS EL RE-FERENTE DE MODA PARA EL MERCADO MASIVO LATINOAMERICANO. Este RE-FERENTE, da pie para trabajar un concepto de Re-NOVACIÓN, RE-CAPITULACIÓN, RE-INVENCIÓN, los cuales permiten que la Feria se mueva en un escenario de RE-FLEXIÓN en su actividad comercial, académica y social.

La muestra comercial de la Feria Moda para el mundo 2010, tuvo 180 expositores en diferentes universos de vestuario, principalmente avios, insumos, materias primas y demás.

Además, el certamen contó con cerca de 50 espacios de negocios y showrooms especializados y ubicados en los diferentes almacenes del Centro Mundial de la Moda.

La feria contó con la asistencia de:

- 12.774 Visitantes únicos Registrados en Feria
- 6.897 compradores Nacionales y Locales
- 896 Compradores Internacionales (Misiones especiales)
- 4.981 Visitantes afines al sector textil.

De igual manera, a la muestra comercial asistieron compradores y visitantes de 30 países, con una participación protagónica de las diferentes misiones comerciales que conocieron e hicieron negocios en la feria. Misiones de Compradores:

Perú	91
México	59
Ecuador	133
Venezuela	35
Costa Rica	15
Panamá	13

Asimismo se contó con visitantes y compradores, de otros países como: El Salvador, España, Brasil, Aruba y Chile quien también suman al número de compradores internacionales.

FORO LATINOAMERICANO DE MODA PARA EL MERCADO MASIVO

Cerca de 180 personas, asistieron gratuitamente a cada una de las charlas de los diferentes temas planeados y ofrecidos por la Organización.

LOS SHOWROOMS

La Feria Moda para el Mundo 2010, contó con cerca de 50 showrooms especializados en la muestra comercial ofrecida por las diferentes empresas afiliadas a la Corporación CEDEMODA, realizados en los primeros pisos del centro comercial.

Visitantes Show Rooms: 125 compradores por día a cada show room.

CONSOLIDADO NEGOCIOS

La Feria Moda para el Mundo, se permite desarrollar transacciones en los stands, es decir ventas directas en feria. Por otro lado, es además importante conocer que, la dinámica comercial de la feria se mueve para el segundo semestre sobre dos colecciones de moda para finalizar el año. La primera de ellas es, la temporada comercial de Amor y Amistad para el mes de septiembre y la segunda es Navidad y fin de año.

- Negocios en Feria: 6.360 millones
- Estimado negocios en feria: 13.360 Millones / USD7 Millones
- Expectativas de Negocios posteriores a Feria: 19.000 millones / USD11 Millones
- Total Estimado: 32.360 Millones / USD17 Millones

Las ventas posteriores se basan en el Calendario Comercial final de año y dadas las negociaciones realizadas en feria y contactos posteriores a visitar.

III Anexos

Fotos del evento:

