



INFORME VIGILANCIA TECNOLÓGICA

Sector Industria de la Moda

COLOMBIA 2019



I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información general	4
III. Macrotendencias.....	5
IV. Respuesta a tendencias: la innovación.....	6
V. Bibliografía.....	11

I. Resumen Ejecutivo

Colombia es un país líder en el sector textil, moda y confección en Latinoamérica debido a su alto nivel de diseño y calidad en producción. Diseñadores de alto renombre y marcas que han apostado por mercados internacionales son hoy parte del top of mind de muchas personas a la hora de comprar prendas de calidad y diseños únicos.

El sector textil, moda y confección en Colombia representa el 8,2% del PBI del país (casi 3 veces el de Perú) y el 22% del empleo formal industrial. La mayoría de empresas son de confecciones y se concentran, en primer lugar, en Medellín seguido de Bogotá.

Colombia se ha propuesto lograr que los empresarios del rubro se apropien nuevas tecnologías y diseños diferenciales, esto a través del apoyo de entidades promotoras de conocimiento y fortalecimiento empresarial que dentro de su “core” han creado programas y proyectos apalancados por el Gobierno para los empresarios que quieran integrarse a ellos y potenciar sus habilidades en toda la cadena de valor.

Para poder comprender las fortalezas de Colombia en el Sector Industria de la Moda es ideal basarse en esta cadena de valor de las empresas que lo conforman.

- Materiales e insumos
- Diseño
- Producción
- Distribución
- Comercialización
- Relación con el cliente

Esta cadena de valor se sostiene con la apuesta por la innovación que efectúa Colombia en general y el sector en particular, lo cual hace que sea reconocido como el segundo incubador de marcas propias de la Industria de la Moda en la región, luego de Brasil, de acuerdo con Raddar. En tanto Inexmoda afirma que hay más de 10 marcas colombianas de moda que superan el centenar de tiendas y los US\$100 millones anuales en ventas, posicionándolas como marcas con alta notoriedad en el país y la región. Este es el resultado más visible de la aplicación de innovación, para lo cual muchas instituciones del sector público, la academia y las empresas mismas se han involucrado, siendo el Clúster de Moda la forma de asociación más importante del país.

II. Información general

Colombia es un país líder en el sector textil, moda y confección en Latinoamérica debido a su alto nivel de diseño y calidad en producción. Diseñadores de alto renombre y marcas que han apostado por mercados internacionales son hoy parte del top of mind de muchas personas a la hora de comprar prendas de calidad y diseños únicos.

El sector textil, moda y confección en Colombia representa el 8,2% del PBI del país (casi 3 veces el de Perú) y el 22% del empleo formal industrial. La mayoría de empresas son de confecciones y se concentran, en primer lugar, en Medellín seguido de Bogotá.

El Sector textil en Colombia ha tenido sus altas y bajas, reconociendo que en el 2017 se tuvo estados críticos de la Industria por diferentes situaciones macroeconómicas también es importante resaltar cómo para noviembre de 2018 se contaba con información sobre el logro del crecimiento de un 0,7% para producción y un 3% en ventas del Sector, gracias a datos entregados por Inexmoda, el Instituto para la Exportación y la Moda de Colombia, igualmente se habla de un crecimiento del 3% en comercialización y un 3,5% en la producción de hilos e insumos textiles, comparándola con el mismo periodo de 2017.

Los colombianos han aumentado su capacidad de gasto, llegando a octubre de 2018 a \$53.7 billones de pesos (casi US\$16 millones), creciendo un 6,11% en comparación al 2017 en este mismo mes, siendo un mercado interesante y atractivo para diferentes empresarios de otros países que quieren incursionar en este contexto.

Viendo estas cifras y la recuperación optimista de la Industria después de una difícil época, la Industria de la Moda colombiana le apuesta al crecimiento y competitividad empresarial a través de fortalecimiento de conocimientos y diferencial en mercados que permitan impulsar a las empresas y no solo esperar a que se den cambios a nivel de leyes.

Claro está, que la lucha contra el contrabando y los bajos precios de materia prima como el Denim asiático y prendas terminadas de esta misma proveniencia, deben ser combatidos a toda costa para proteger la industria. En ese sentido también se debe mencionar que recientemente Colombia acaba de incluir un arancel para las confecciones importadas, lo cual incentiva el consumo de confección local.

Adicionalmente a ello, Colombia se ha propuesto lograr que los empresarios apropien nuevas tecnologías y diseños diferenciales, esto a través del apoyo de entidades promotoras de conocimiento y fortalecimiento empresarial que dentro de su "core" han creado programas y proyectos apalancados por el Gobierno para los empresarios que quieran integrarse a ellos y potenciar sus habilidades en toda la cadena de valor.

Para poder comprender las fortalezas de Colombia en el Sector Industria de la Moda es ideal basarse en esta cadena de valor de las empresas que lo conforman.

- Materiales e insumos
- Diseño
- Producción
- Distribución
- Comercialización
- Relación con el cliente

Naturalmente la cadena se ha visualizado de forma lineal como si tuviera un único punto final, pero es importante comprenderla en un proceso circular, donde se parte de la relación con el cliente, de sus motivaciones y necesidades para

crear y seguir el proceso, de esta forma tendremos un ciclo que permitirá aprender para entregarle al cliente lo que quiere y volver a iniciarlo agregando mayor valor.

Colombia es referente para Latinoamérica en temas relacionados con experiencia de clientes y consumidores; creación de marcas y diseños con proyección internacional; desarrollo e innovación en procesos y producción; comercialización/retail y muchos otros, aunque son éstos lo que resaltan y pueden ser evidenciados en diferentes casos empresariales locales.

El fortalecimiento empresarial ha sido promovido desde el Gobierno por varios años, el actual tiene una gran apuesta por las industrias creativas:

“Dentro de las estrategias de desarrollo, el ministerio planteó la creación de unas zonas especiales para la confección, con beneficios tributarios que se otorgarán a las empresas que cumplan con ciertos requisitos de volúmenes de producción, contratos para la exportación y generación de empleo. El primer distrito o zona especial que equivale a una especie de zona franca textil, será instalado en Itagüí, en cercanías de Medellín antes de la mitad del año y servirá de piloto para la creación de al menos 2 zonas más antes de 2020.

El nuevo plan de desarrollo textil viene acompañado de un refuerzo en los controles del contrabando en puertos, así como el apoyo de las instituciones tributarias. Se estima que la primera etapa de este proyecto beneficiará a 600 empresas.

*El Gobierno colombiano apuesta por la industria textil con nuevas 'zonas especiales' y beneficios por Tamara González. Fashionnetwork.com

El apoyo institucional a las empresas y emprendimientos en el país ha sido de gran ayuda, pues son éstas quienes aportan desde su conocimiento a volver las organizaciones más productivas y con enfoques estratégicos, pensando cada día como pueden fortalecer la cadena de valor de tal modo que se vuelva un ciclo constante que represente ventas y crecimiento.

Organizaciones como Innpulsa, Colciencias, diversas universidades, Inexmoda y empresas privadas que promueven el emprendimiento y fortalecimiento empresarial del país son algunas de las más nombradas y reconocidas por su labor específicamente con el Sector Industria de la Moda.

III. Macrotendencias

Para poder tener un enfoque temático es importante conocer las macrotendencias globales que deben ser tenidas en cuenta a la hora de pensar en futuro y en estrategias organizacionales. Euromonitor International, empresa de investigación describe un resumen de las 10 principales tendencias globales de consumo para 2019:

1. Agnósticos respecto a la edad. Los límites de la vejez siguen desplazándose. A medida que las personas viven más y se cuidan mejor, los consumidores mayores se sienten y quieren ser tratados como si fueran más jóvenes.
2. Regresar a lo básico por un tema de estatus. Los consumidores están buscando productos y experiencias auténticas, alejándose del materialismo y de productos genéricos en favor de simplicidad y productos de mayor calidad

3. Consumidor consciente. Lo que solía ser el dominio de productores de nicho posicionados por su ética, hoy es adoptado por empresas convencionales a través de productos que ofrecen mayor bienestar animal.
4. Digitalmente juntos. A medida que crezcan nuestras capacidades tecnológicas y la comodidad al usarlas, también lo hará el potencial de lo que se puede crear o experimentar juntos, pero de forma remota.
5. Todos son expertos. Mientras que antes los compradores dependían de una determinada marca o fuente de información para realizar sus compras, hoy las empresas deben innovar constantemente para atraer a compradores más inquisitivos.
6. Encontrando mi JOMO. El temor a que te dejen de lado o a no participar (FOMO “Fear of Missing Out”), ha dado lugar a la alegría de no participar (JOMO “Joy of Missing Out”). Los consumidores quieren proteger su bienestar mental, desconectarse de la tecnología y priorizar lo que realmente quieren y disfrutan hacer.
7. Puedo cuidar de mí mismo. A medida que las personas se vuelven más autosuficientes, toman medidas preventivas contra la enfermedad, la infelicidad y la incomodidad sin consultar a un profesional.
8. Quiero un mundo libre de plástico. La iniciativa para lograr una sociedad libre de plástico aumenta, creando un círculo virtuoso donde las empresas ganan al mejorar la sostenibilidad.
9. ¡Lo quiero ahora! Los consumidores buscan gratificación instantánea y experiencias simples y sin problemas que combinen con sus estilos de vida y les permitan dedicar más tiempo a sus vidas profesionales y sociales.
10. Vivir solos. Más personas, especialmente los consumidores mayores, en todo el mundo rompen el estigma de vivir solos y abrazan sus estilos de vida independientes.

“La inteligencia es el hilo conductor que une todas las tendencias en 2019. En un mundo lleno de opciones, las necesidades y deseos de los consumidores están cambiando rápidamente”, comenta Gina Westbrook, directora de estilos de vida en Euromonitor International.

Estas tendencias nos permiten reconocer los movimientos globales que se están gestando o fortaleciendo y que hacen que como empresas se tenga que realizar cambios e innovaciones para poder responder al mercado que exige y no en años, sino ahora.

IV. Respuesta a tendencias: la innovación

Para que las empresas puedan responder a estas tendencias de manera cabal, Colombia ha apostado por la innovación y en ese sentido, son muchas las iniciativas que se organizan desde las Instituciones. En el caso de la ciudad de Medellín, la ciudad más importante para la industria de la moda, las siguientes entidades ofrecen oportunidades de valor para el ecosistema:

Inexmoda: Instituto privado sin ánimo de lucro que conecta a los actores del Sistema Moda para transformar y fortalecer la industria, promoviendo su crecimiento y desarrollo. Entienden las necesidades del mercado para traducirlas en soluciones transformadoras de personas y empresas fundamentándose en el conocimiento. Cuenta con tres líneas de negocio:

CONOCER: Su Laboratorio de Moda investiga las tendencias globales de moda y el consumo nacional de vestuario para ofrecer a las empresas del Sistema Moda un completo portafolio de productos y servicios para ser más competitivas en el mercado.

CONECTAR: Apoyando la industria y comercio de la moda, proyectando el talento nacional y desarrollando modelos de negocio exitosos, el área de Plataformas Comerciales planea y ejecuta ferias referentes para la industria que fortalecen y promocionan las empresas del Sistema Moda.

TRANSFORMAR: Conocimiento de calidad con foco estratégico y prospectivo es la razón de ser del área de Transformación Estratégica que busca generar en las empresas un equipo humano competente, para potenciar sus ingresos, liderazgo y posicionamiento en el mercado.

Junto con la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín, Inexmoda diseñó dos programas de fortalecimiento empresarial específicamente en el Sector Textil confección:

- Programa Épica Reto de Innovación donde se fortalecen emprendedores de la ciudad de Medellín en diferentes temáticas que fortalezcan su cadena de valor. <https://www.inexmoda.org.co/epica-reto-de-innovacion-2019-inexmoda/>
- Programa de Encadenamientos Productivos Formales donde fortalecen empresas ancla y proveedoras para que su relación sea más productiva y fluida. <https://www.inexmoda.org.co/encadenamientos-productivos-formales/>

Inexmoda cuenta con dos grandes ferias de talla internacional: Colombiatex y Colombiamoda. Además prestan servicios de formación a empresas de forma privada o realizan alianzas con entidades gubernamentales para potenciar su impacto y lograr trabajar con la mayor cantidad de empresarios posibles.

Colegiatura Colombiana de Diseño:

La Colegiatura Colombiana es una institución de educación superior con un enfoque de desarrollo de la innovación en la industria, especialmente en el sector moda con una visión muy particular especializada en el potencial transformador del Ser Humano – Ser Origen, para la Creatividad y la Comunicación Esencial, desarrolla procesos educativos e investigativos que propenden por la formación de seres humanos íntegros, autónomos y competentes, en permanente búsqueda de pensarse, sentirse, expresarse y vivirse de otras maneras desde el respeto y el Bien-Estar, capaces de admirarse por la diferencia y de proyectar sus acciones hacia la transformación social y cultural en un mundo global.

Esta institución ha desarrollado la herramienta “La ruta cartográfica” que sirve como herramienta para el Re-conocimiento, la Re-valoración, la Re-significación y la Re-creación de los valores corporativos en términos estratégicos y los valores estéticos y formales en términos visuales que permitan la caracterización de una identidad de Diseño desde el auto reconocimiento y como herramienta de comunicación estratégica.

WOMA Empresa de investigación y desarrollo que integra diseño e ingeniería en el desarrollo de prototipos funcionales. Durante más de diez años, Woma ha estado creando diversos productos, procesos y materiales que apuntan a solucionar problemas cotidianos con énfasis en la ingeniería y el diseño aunados a una gran influencia de la tecnología, teniendo como resultado, proyectos altamente innovadores que siguen los siguientes preceptos:

- Que la innovación se caracteriza por el bajo costo con alto impacto

- Colombia tiene economías creativas basadas en la transformación: economía naranja
- Es necesario que en nuestras organizaciones las personas busquen Identificarse como gestor o como innovador. Además, se debe incentivar que se realicen asociaciones, se cuestione, se investigue, se conecte, se observe y experimente.
- La innovación tiene que estar alineada a la funcionalidad en el servicio.
- Las empresas deben tener estrategia de innovación y tecnológica.
- Ver tendencias tecnológicas de punta y ver cómo hacer algo funcional con una tecnología commodity.
- Contemplar en el desarrollo de productos y servicios las cinco tecnologías: Biotecnología, Nanotecnología, Neurotecnología, Tecnología verde, Tecnología digital.
- Tendencias: Sociedad con elementos comunes, repeticiones de los elementos comunes, Estadística.

Clúster Moda y Fabricación avanzada: Su misión es apalancar el encadenamiento de organizaciones saludables, en un marco de legalidad y transparencia con una mayor automatización de los procesos, el desarrollo de materiales y la conectividad como eje transversal que le permita aumentar la participación en el mercado nacional e internacional.

Sus ejes estratégicos son:

- Competitividad
- Productividad
- Acceso a mercados
- Transformación digital

Ciudad M

La Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, por medio del Cluster Moda y Fabricación Avanzada diseñaron Ciudad M, se trata de una iniciativa que promoverá los negocios de los empresarios de la cadena textil - confección, así como la moda independiente a precios bajos y con los requisitos de legalidad.

Este evento busca fortalecer desde una perspectiva de productividad la cadena textil-confección. Esta será una manera de enfrentar problemáticas como el contrabando y la informalidad en ese renglón económico. Se puede ampliar la información en el siguiente link: <http://www.feriaciudadm.com/>

Proyecto de economía circular: Identificar el estado del arte de la cantidad, en toneladas, de residuos de retales, plástico y cartón, con miras a formular un proyecto que le permita a las empresas un aprovechamiento productivo de éstos residuos.

Escuela de Liderazgo: Impactar la productividad en clave de desarrollo a partir de la Resignificación del trabajo y las capacidades para la adopción de variables de crecimiento seleccionadas del modelo de empresas de clase mundial.

- 107 participantes.
- 65 empresas del sector textil/confección

- 6 emprendedores de la Alcaldía.

Su principal logro ha sido unir a los empresarios del sector, a través de espacios de networking y resignificación de las organizaciones, dando un nuevo aire a la industria, enfocados en lo humano, lo ético y la productividad. Empresas que han participado:

Alltex	Confecciones Luthier	Hermeco	Racketball
Alternativa de Moda S.A.S	Confecciones Zoé	Inexmoda	Retex S.A.S
Artexil	Creaciones Dulces Sueños	Katex	Risaltex
Bakkuk Group S.A.S.	Creatum	Laura	Sodimco
Balalaika	Crystal S.A.S.	Lavandería Pelco	Stop Jeans
BMTtextiles	Didetexo	Lebon	Suramericana de Textiles
C.I Codelin	DOGAMA	Lemur700	Suratex
C.I. Creytex	Dotaciones Colombia	Línea Directa	Tennis
C.I. IBLU	Elipse - Pricap S.A.S	Marketing Personal S.A.	Termimoda
C.I. Pack	Enka de Colombia S.A.	Marquillas S.A.	Texmaquila
C.I. Promarcas	Estampamos S.A.	Marquillas y Accesorios S.A	Textiles Guarne S.A.S
Codelin	Éxito	MIC	Tincol S.A.S
Coletex S.A.	Expofaro S.A.S	Morarbe	Tintatex S.A.
Colhilados S.A.	Flamingo	Mundo Único	TMB
Color & Diseño	Formas Íntimas	Pack S.A.	Touché
Colorquímica S.A.S	Grupo Makeno S.A.S.	Polito - C.I. CONINDEX	Victoria Montañez Joyería
			Zonatex S. A. S

E-commerce: Es un evento donde se desarrollan estrategias prácticas para la industria de la moda a través de talleres prácticos guiados por casos empresariales de valor. Este evento se realiza con la comunidad del Clúster. <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/comunidad-cluster/cluster-moda-y-fabricacion-avanzada>

Directorio Textil: Directiotextil.com es un directorio online especializado en el sector textil, cuero, insumos, calzado y confección. Por medio de esta herramienta web se pueden contactar proveedores de camisas, jeans, maquinaria textil, entre otros; con el objetivo de generar contactos comerciales tanto a nivel nacional como internacional. Directoriotextil.com actúa como un puente intermediario que conecta proveedores con potenciales compradores. Este directorio fortalece la visibilidad de las empresas que hacen parte del directorio online, participando en las principales ferias del sector como: Colombiamoda, Colombiatex, Leather Show, Eje moda, Createx. <https://www.directoriotextil.com/listados/>

Posicionamiento de marcas en el exterior: el resultado de la sinergia y la innovación

Todo este ecosistema ha hecho posible que Colombia se posicione como el segundo incubador de marcas propias en la región, luego de Brasil, de acuerdo con Raddar. En tanto Inexmoda afirma que hay más de 10 marcas colombianas de moda que superan el centenar de tiendas y los US\$100 millones anuales en ventas, posicionándolas como marcas con alta notoriedad en el país y la región.

La industria textil colombiana se ha dedicado a crear marcas que le hablen al público, con una identidad propia en diseño e imagen, acorde con sus colecciones y precios. Las campañas fotográficas son desarrolladas en el

extranjero y las publicidades que tienen una alta inversión en visual y mercadeo han sido la apuesta de las enseññas colombianas para diferenciarse en un mar de productores textiles y artesanos.



Este éxito de la industria, impulsada por la creación de marcas, se debe a que el denominado “Sistema Moda Colombiano” tiene como centro de toda su actividad al consumidor final. En ese sentido, toda la investigación realizada por el sector –que incluye a la academia, empresa y entidades gubernamentales– se basa en satisfacer las necesidades del cliente, por ello tendencias como la personalización de los productos, que sean fabricados con insumos sostenibles y tecnológicos se cumplen, porque la industria en Colombia se ha convencido de que la sostenibilidad es un deber ser y no una propuesta de valor. En este contexto, los actores del ecosistema están convencidos que el diferencial no es tener eficiencia en costos, sino en buscar valor agregado, como la personalización, para tener mayores dividendos.

Un ejemplo de este desarrollo centrado en el consumidor es el Grupo Crystal, una empresa colombiana dedicada a la construcción y comercialización de marcas en Latinoamérica, con más de 50 años en el mercado. La compañía es la creadora y comercializadora de las marcas Gef, Punto Blanco, Baby Fresh, Galax y Casino.

La empresa está integrada a través de ocho plantas de manufactura en Colombia con un sistema vertical que abarca procesos de hilandería, tintorería, textiles, confección y calcetería. También cuentan con cinco centros de distribución para garantizar flexibilidad, competitividad y eficiencia.

La estrategia de crecimiento y consolidación de la compañía descansa sobre tres pilares:

1. Foco en posicionarse mejor que las marcas extranjeras
2. Posicionar marcas propias en canales alternativos (ej. e-commerce)
3. Buscar socios locales (como franquicias) para crecer en el extranjero

El Grupo Crystal tiene un equipo in-house dedicado a explorar y entender las necesidades del mercado (ferias, viajes a ciudades clave, desk research, etc). A partir del entendimiento del mercado, las marcas satisfacen (producen) necesidades.

Además, el 80% de su producción está destinado al mercado local, del cual el 80% corresponde a tiendas propias (Punto Blanco, GEF, Baby Fresh, Galax y Casino), lo que les ha permitido crecer significativamente dado que en el 2008 había 15 tiendas de Punto Blanco en toda Colombia, mientras que una década después cuentan con más de 200 tiendas. El resto de su facturación proviene de la exportación (marcas propias y maquila).

Otras empresas referentes del Sistema Moda Colombiano son

Mattelsa (www.mattelsa.net): Ejemplo de ADN de marca. Aunque su negocio está en la confección, elaboración y venta de ropa, su pilar número uno es alimentación consciente de las personas que trabajan con ellos y esa es la razón por la que en sus instalaciones principales funciona un restaurante (donde no se venden productos con azúcar, gluten, sal, lácteos ni proteína animal) y un mercado saludable, además de contar con espacios para el ocio de sus trabajadores, quienes ganan más que el promedio de los empleados del sector en Colombia. La empresa ha ganado el premio EFY (Employers for Youth) como la mejor empresa para jóvenes profesionales en Colombia. El estar esta empresa, fundada en 2006 en Medellín, centrada en la sostenibilidad, le ha permitido una gran expansión; actualmente cuenta con 56 tiendas en toda Colombia y promueven el consumo ético y racional sin generar consumos injustificados; sus tiendas son a puerta cerrada y no tienen vitrinas ni gastos excesivos en publicidad.

Agua Bendita: Fundada en 2003 por Mariana Hinestroza y Catalina Álvarez, Agua Bendita es una de las empresas colombianas más internacionalizadas, con presencia en los cinco continentes. La empresa está especializada en moda de baño, aunque también ha lanzado una colección de moda deportiva, y realiza su producción íntegramente en su mercado local, mientras que el diseño de las prendas se hace entre Medellín, Los Ángeles y Londres. El principal valor de la marca es que sus prendas tienen un alto componente artesanal. El objetivo de la empresa es ser sostenible, sustentable, rentable y comprometida con las comunidades.

En síntesis el Sistema Moda en Colombia tiene las siguientes características:

- La experiencia del consumidor es clave.
- Diseño: Enfocado a necesidades del mercado (PULL). Se produce lo que se va a vender.
- Tendencia en Retail: Omnicanalidad y nuevos formatos (ej. pop up stores). En Colombia no hay muerte del retail, pero sí "reinvención".
- Entrega con rapidez y agilidad. Ello es posible por la articulación del sector en un clúster.
- ¿Quiénes ganan? Los que maximizan el valor agregado al cliente. Debemos competir en la generación de valor en vez de en eficiencia operacional.

V. Bibliografía

ANDI: Cámara de la Moda y Textiles

Presentación: Evolución y caracterización económica del sector Textil – Confección en Colombia

El Colombiano “La apuesta textil-confección de Medellín”

<https://www.elcolombiano.com/negocios/manufacturas-nueva-feria-textil-medellin-LA9471915>

Euromonitor: Las grandes tendencias de la Industria de la Moda

Inexmoda: Epica. Reto de Innovación

<https://www.inexmoda.org.co/epica-reto-de-innovacion-2019-inexmoda/>

Inexmoda: Programa de Encadenamientos Productivos

<https://www.inexmoda.org.co/encadenamientos-productivos-formales/>

Fashion Network: Colombia es el segundo incubador de marcas propias de moda en la región

https://pe.fashionnetwork.com/news/Colombia-es-el-segundo-incubador-de-marcas-propias-de-moda-en-la-region,1092849.html#.XY_L9UZKjIU

Kien y Ke Emprendimiento y Economía: “La empresa colombiana que destaca en Latinoamérica

<https://www.kienyke.com/emprendimiento/una-de-las-mejores-empresas-para-jovenes-en-latinoamerica>

Modaes Latinoamérica: Agua Bendita

<https://www.modaes.com/temas/agua-bendita.html>

Modaes Latinoamérica: Esteban González (Agua Bendita): “Hay un sinfín de posibilidades para que el negocio de la moda de playa sea escalable”

<https://www.modaes.com/back-stage/esteban-gonzalez-agua-bendita-hay-un-sinfin-de-posibilidades-para-que-el-negocio-de-la-moda-de-playa-sea-escalable.html>

Ruta N: La cuarta revolución industrial

<https://www.rutanmedellin.org/es/cuarta-revolucion-industrial>