



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de moda y calzado en Colombia

Junio 2015

Este estudio ha sido realizado por
Lucía Aylagas Abad, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá

EL MERCADO DE MODA Y CALZADO EN COLOMBIA

Colombia es la tercera economía de América Latina, y uno de los países con mayor estabilidad política y económica de la región. El poder adquisitivo de sus ciudadanos ha aumentado en los últimos años. Además, el país tiene altos porcentajes de importación de productos textiles y de confección, por lo que se puede considerar un destino atractivo para las exportaciones españolas.

El promedio del crecimiento de la economía colombiana en los últimos seis años ha estado por encima del 4%. Este crecimiento económico ha provocado cambios sociales y de consumo en Colombia, ya que la clase media representa el 25% de la población, y se espera que sea del 44% en 2020.

Según el informe Doing Business del Banco Mundial Colombia se sitúa en el puesto 34 como país donde es más fácil y económico iniciar un negocio. Además, el ranking ubica al país en tercer lugar más “amigable” para hacer negocios en toda la región. En la actualidad Colombia tiene 13 acuerdos comerciales vigentes, lo cual le permite tener acceso preferencial a cerca de 1.500 millones de clientes potenciales en mercados estratégicos como son Estados Unidos, la Unión Europea, Brasil, México, Chile o Perú.

El sector textil es uno de los más importantes del PIB industrial del país representando el 12%, además las exportaciones del sector representan el 5% de las de todo el país. La producción nacional ha aumentado en los últimos años debido al aumento del consumo interno y al crecimiento de sus socios comerciales. Colombia ha tenido históricamente un déficit en la balanza comercial de textiles y confecciones, además este déficit ha tenido un comportamiento creciente pasando de los -512 millones de dólares en 2010 a los -1.320 millones de dólares en 2013. Las importaciones extranjeras provienen principalmente de China, India y Estados Unidos y, por otra parte, los destinos principales de las exportaciones colombianas de productos textiles y de confección son EE.UU., Venezuela y Ecuador.

El sector textil forma parte del Programa de Transformación Productiva del Gobierno Colombiano (<https://www.ptp.com.co/>), siendo uno de los sectores prioritarios para el Gobierno del Presidente Santos situándose de esta manera como un sector estratégico para el país y que seguramente sufrirá un profundo cambio en los próximos años.

Las principales marcas de moda españolas han ayudado al buen posicionamiento del producto español en el país. El producto español se percibe con un buen diseño y con una relación calidad precio óptima. Los sectores de la población con un alto poder adquisitivo son los principales compradores de los productos de moda españoles de diseño. Además los precios de estos productos en muchos casos son más elevados que en España. En el segmento de textiles, presentan un posicionamiento más bajo y económico, la percepción del producto no es tan buena, y además hay que tener en cuenta que los precios de venta al público de este subsector son ligeramente inferiores a los españoles.

Las principales barreras que se encuentran las empresas españolas a la hora de acceder al mercado colombiano son la alta concentración en la distribución comercial, de manera que unos pocos actores concentran un gran porcentaje de las ventas totales. Principalmente, las grandes tiendas por departamentos y centros comerciales. Otro problema es la escasez de locales a pie de calle y tiendas especializadas así como el elevado coste de arrendamiento de un local.

Esto dificulta mucho el acceso al mercado ya que resulta casi imprescindible llegar a un acuerdo con uno de los grandes grupos de distribución para que sea posible establecerse en el mercado colombiano.

EL MERCADO DE MODA Y CALZADO EN COLOMBIA

Los principales actores de este sector, las tiendas por departamento y los centros comerciales, comparten una serie de características, ambos ofrecen amplias líneas de vestuario de una extensa cartera de proveedores de distintas marcas nacionales e internacionales ordenadas en “corners”. La posición de sus productos es de segmento medio-alto. Los productos de gama alta se venden en las tiendas especializadas unimarca, que en muchos casos son franquicias. Los locales a pie de calle además de ser escasos, su precio de arrendamiento es muy elevado, haciendo que la expansión comercial sea difícil. Por lo tanto, y dado que no es fácil encontrar tiendas multimarca en las grandes ciudades en Colombia, se debe tener en consideración la opción de la venta a través de Internet.

La situación en el caso del calzado presenta características muy singulares. Por un lado, este sector se encuentra fuertemente atomizado, existen miles de microempresas que se dedican a la producción de calzado, aproximadamente el 98% de empresas de calzado son mipymes. Por otro lado, la distribución se reparte entre 5 grandes grupos de distribución que copan casi la totalidad del mercado. Para el caso de una empresa española que decida comercializar su producto en Colombia, existen dos opciones; o bien, a un acuerdo con uno de los grandes grupos de distribución o abrir una tienda propia.