

Exportaciones de moda cayeron 7,3% entre enero y noviembre de 2024

Estados Unidos, Ecuador, México y Perú, fueron los principales compradores de estos productos hechos en Colombia, en tanto que Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca y Atlántico fueron los departamentos más exportadores. Las confecciones, textiles, calzado, cuero y sus manufacturas, sumaron US\$743 millones, cifra inferior a los US\$801 millones del mismo periodo de 2023.

A pocos días de una nueva edición de Colombiatex en Medellín, las cifras de exportaciones del sector moda siguen mostrando cifras en rojo. Esto al sumar US\$743 millones, entre enero y noviembre de 2024, con una caída de 7,3% frente al mismo lapso de 2023, cuando fueron US\$801 millones, de acuerdo con cifras de la Dian, con análisis de Analdex.

Los principales productos exportados fueron ropa de tocador o de cocina (US\$60,3 millones, crecimiento de 18,7%); fajas (US\$46 millones, caída de 23,7%); tejidos de punto (US\$36,5 millones, aumento de 12,7%); sostenes (US\$31,8 millones, caída de 3,2%), junto con camisetas, pantalones y manufacturas de cuero natural o regenerado.

“Esperamos que 2025 tenga un mejor desarrollo para las exportaciones de moda de Colombia, dada la calidad y diseños que tiene la industria local. Los principales compradores siguen siendo Estados Unidos, Ecuador, México y Perú, donde las prendas colombianas han logrado conquistar varios nichos de mercado”, señaló Javier Díaz Molina, presidente de Analdex.

“El arancel del 40% para las importaciones de moda no ha logrado el objetivo que se había propuesto al principio, de dinamizar la industria local. En algunos casos, ha hecho que el contrabando aumente”, complementó Díaz.

En cuanto a los departamentos más exportadores, Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca y Atlántico, fueron los que lideraron la lista. Dentro de las empresas que más vendieron sus prendas en el exterior están Industrias Cannon de Colombia; Manufacturas Eliot; Sociedad de Comercialización Internacional Girdle & Lingerie; Enka de Colombia, y Crystal.

Así mismo, Cueros Vélez, una de las empresas colombianas de moda que más ha ganado posicionamiento en el exterior en los últimos años, contó acerca de los retos que tuvieron el año pasado.

Patricia Galeano Suárez, jefa de Comercio Exterior de la compañía, comentó que “hubo un crecimiento en las importaciones, cuyo valor FOB en 2023 fue de US\$31 millones, en comparación con los US\$ 34 millones alcanzados en 2024. En

contraste, las exportaciones experimentaron una disminución, ya que en 2023 se reportaron cifras por US\$12 millones, mientras que en 2024 la cifra fue de US\$11 millones”.

Por otro lado, Galeano aclaró que “el año 2024 fue complicado en términos logísticos para las importaciones, ya que los tiempos de entrega se alargaron. En 2023, los costos logísticos generales fueron del 12,1%, mientras que, en 2024, se incrementaron al 13,8%. Estas dificultades y los sobrecostos se deben, en parte, a que la mercancía está llegando y siendo descargada en puertos incorrectos, una situación que nunca había ocurrido antes. Es importante destacar que los aranceles no se incluyen en la evaluación de los costos logísticos. Este año, los aranceles, que son del 15% para productos terminados, 40% para prendas de vestir de tela y 10% para materias primas o repuestos, han aumentado debido al costo del dólar”.

Por su parte, Yicel Guzmán Vidales, coordinadora de Comercio Exterior de Artexil, dijo que “la empresa enfrentó un aumento significativo en los costos de producción, debido a mayores aranceles sobre las materias primas. Estos aranceles han afectado de manera considerable tanto las importaciones como las exportaciones. El incremento en los costos de producción obligó a elevar los precios, lo que ha reducido la competitividad y ha impactado negativamente las ventas”.

No obstante, como aspecto positivo, la empresa rescata que se ha logrado diversificar el catálogo y expandirse a nuevos mercados, gracias a las alianzas estratégicas, lo que ha ayudado a mitigar, en parte, el impacto de estos desafíos.

Guzmán también indicó que “lamentablemente, el 2024 no fue un año de crecimiento para la empresa. A pesar de las inversiones en infraestructura y tecnología, el sector textil experimentó una contracción que afectó directamente nuestras operaciones”.

En las previsiones para este año, “Vélez proyecta un crecimiento en exportaciones, con la apertura de nuevos mercados como Perú, otros clientes en Estados Unidos y México, al tiempo que busca consolidar su presencia en los países con los que ya mantiene relaciones comerciales. La empresa también tiene como objetivo alcanzar un equilibrio con las importaciones”, aseveró Galeano.

A su vez, Guzmán afirma que, “para 2025, Artexil espera incrementar sus exportaciones, expandirse a nuevos mercados y ofrecer un catálogo más amplio y diverso. El objetivo es seguir satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y consolidarnos como un referente en la industria textil”.

De acuerdo con Statista, “la industria de la moda genera anualmente más de un billón de dólares estadounidenses a nivel mundial. Ahora bien, de todos los artículos

que engloba, son las prendas destinadas al público femenino las que tienden a reportar mayores ingresos al sector, entre otras cosas, debido a su alto nivel de demanda —generalmente representan entre el 40% y el 50% del mercado—. De hecho, sólo en 2023, se utilizaron alrededor de 80.500 millones de piezas en el mundo, duplicando así el consumo registrado de ropa masculina”.

La firma de investigación de mercados añade que “si bien las marcas de ‘fast fashion’ continúan mostrando un claro dominio, los vestidos, camisetas y otros artículos usados supusieron alrededor del 6% de las ventas totales del mercado en 2023 y se estima que en menos de una década la quinta parte del armario de un individuo medio esté integrado por este tipo de prendas”.