

2016



T-Shirts



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado colombiano por la consultora FESOC S.A.C., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Bogotá y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Colombia”



T-SHIRTS

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	30
Antecedentes	6	1.4.1. Atributos del producto peruano	30
Metodología de estudio	7	1.4.2. Percepción del producto peruano	30
01. Mercado-Descripción del sector	8	1.4.3. Sugerencias comerciales	31
1.1. Tamaño de mercado	9	1.4.4. Análisis de la competencia	31
1.1.1. Producción colombiana	10	02. Condiciones de Acceso	33
1.1.2. Exportaciones colombianas	11	2.1. Aranceles y otros	33
1.1.3. Importaciones colombianas	13	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	34
1.1.4. Importaciones desde Perú	15	2.3. Requisitos de importadores colombianos	34
1.2. Características generales	17	03. Canales de Distribución y Comercialización	35
1.2.1. Usos y formas de consumo	17	04. Información Adicional	37
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	18	4.1. Oficinas/Gremios en el mercado	37
1.2.3. Auditoría en tiendas	23	4.2. Ferias comerciales	38
1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo	29	4.3 Links de interés	39
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	30	05. Bibliografía	40

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

La cadena fibra-textil-confección genera valor agregado desde su inicio; cuando se toma una fibra, bien sea natural o sintética, hasta llegar a una confección terminada útil, necesaria e innovadora. Es un sector productivo y competitivo que genera una cantidad considerable de puestos de trabajo con la elaboración de productos que tienen mercado, tanto a nivel nacional como internacional.

De acuerdo con información de la Encuesta Anual manufacturera, en el 2013 la cadena representaba el 16,6% total del empleo industrial y 6% de la producción total. El sector confecciones es el más importante, agrupando el 70,8% de las empresas de la cadena y generando el 56,3% del empleo y el 54,6% del valor agregado.

En el año 2015 la devaluación del peso colombiano (COP) ha favorecido considerablemente las exportaciones del sector

confecciones. No obstante, el 70% de la materia prima se importa, lo cual conllevó a un aumento del 15% con respecto al precio final de las prendas. Sin embargo, los productores nacionales optimizan sus procesos para que esta situación tenga un bajo impacto para los consumidores y los confeccionistas.

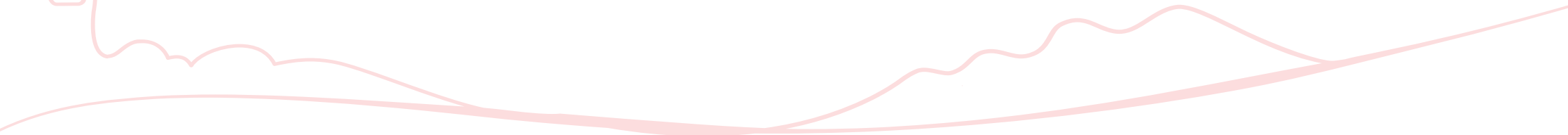
Considerando la devaluación sufrida por el peso colombiano, el sector de confecciones ha ganado gran competitividad en la industria local. De acuerdo con esta breve descripción del mercado en Colombia, este documento consiste en elaborar a detalle el comportamiento de las importaciones, buscando información específica para el producto t-shirts, y así poder identificar factores que representen fortalezas, oportunidades y potencialidades para el exportador peruano de esta línea de productos.

Metodología de estudio

Para la realización del presente documento se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos, junto con un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte realiza una breve descripción del sector textil y confecciones, se profundiza el comportamiento del mercado de t-shirts en Colombia, teniendo en cuenta la producción colombiana, las exporta-

ciones y las importaciones desde el mundo y desde el Perú. En segundo lugar, se plantean las características generales del consumo de este producto en Colombia, también las tendencias y auditoría en tiendas. La tercera parte define las normas y requisitos para el acceso al mercado colombiano. Se detallan los canales de distribución y comercialización de t-shirts y por último se da información de interés para que el exportador tenga en cuenta.



01

Mercado-Descripción del sector

En los primeros resultados del año 2015 sobre la producción industrial, los sectores textil y confecciones; y electrodomésticos fueron los que más crecieron en el primer mes del año, y coadyuvaron en el crecimiento de la industria, el cual fue de 2,2% en el mes de enero.

Específicamente, el sector textil y confecciones en Colombia representó el 7,4 % del PIB en el año 2014. Las ventas del sector textil y confecciones para el mismo año fueron de USD 8 000 millones; para el año 2015 se prevé ventas por más de USD 8 548 millones, aumentando alrededor del 6,4% respecto al 2014. El consumo anual per cápita de ropa de un colombiano aún es pequeño en relación a otros países de América Latina. Sin embargo, pasó de ser USD 76 en 2009 a USD 114 en 2013. La industria de la vestimenta en Colombia se actualiza continuamente en sus diseños, de acuerdo a las tendencias en moda, y cambian sus colecciones tres o cuatro veces al año.

Las prendas de vestir elaboradas localmente tienen una presencia fundamental en el mercado colombiano. Considerando los valores de consumo y de importaciones de ropa, se puede señalar que en el año 2014, la industria colombiana obtuvo más del 80% de las ventas de estos productos en el país.

Un número importante de fabricantes colombianos de prendas se han integrado verticalmente teniendo sus propios puntos de ventas hacia el consumidor final, manejando marcas propias, y cada vez hay más marcas extranjeras que instalan sus tiendas en diferentes centros comerciales de Colombia; la oferta de estas tiendas por departamentos está conformada en gran medida por productos importados y entre ellos resaltan los productos de origen chino. Colombia tiene importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, Cali ExpoShow, Footwear and Leather Show, entre otras. A continuación se especifica la partida arancelaria que se va a analizar en el mercado de destino (Colombia):

Tabla 1: Partida arancelaria de los T-shirts y camisetas interiores de punto, de algodón

Partida arancelaria	Descripción arancelaria
6109.10.00.00	T-shirts y camisetas interiores de punto, de algodón

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Elabora: MINCETUR

1.1. Tamaño de mercado

Para el año 2015, el presidente del Instituto para la exportación y la moda en Colombia (Inexmoda), Carlos Eduardo Botero, dijo al periódico El Tiempo “que para el mercado local de vestuario, calzado y otras confecciones (tanto nacionales como importadas), en todos los canales, inclusive en línea, se prevén ventas por un valor de USD 6,2 millones (COP 17,1 billones), con un aumento del 7% respecto al 2014, año en que sumó USD 5,8 millones (COP 16 billones)”.

El directivo explica que el poder adquisitivo de los consumidores de la clase media y el incremento del consumo, hacen que marcas internacionales y locales vean oportunidades de crecimiento en el país, y por ello la apertura de tiendas de pequeño y gran formato sigue siendo una cotidianidad en el mercado colombiano.

Entre las fortalezas del sector está el conocimiento técnico en destrezas y habilidades del potencial humano; el hecho de ser una

industria con casi cien años de tradición y el tener entre sus oportunidades el desarrollo de procesos de especialización de productos con unidades estratégicas de negocios y empresas generadoras de servicios, de esta manera permite resolver el problema de estructura de costos.

Entre los factores que ayudan a mejorar la productividad del sector y la competitividad de los productos provenientes de países con los cuales Colombia tiene acuerdos comerciales, se cuenta con la aplicación del sobre arancel a las importaciones de ropa y calzado procedentes de países con los cuales Colombia no tiene acuerdos comerciales, como es el caso de China. Esto se trata del decreto 074 del 2013, que impuso durante 12 meses un sobre arancel ad valorem del 10%, más un arancel específico de USD 5 por cada kilogramo de confecciones o cada par de zapatos importados de ese esquema de países, y que fue renovado hasta el 2015. Los colombianos se destacan por ser grandes consumidores de moda, la cultura

de la moda en este país cuenta con más de 100 años de tradición textil; además, se caracterizan por ser consumidores globales gracias a la innovación tecnológica. Respecto a las características del mercado colombiano, se destaca el deseo constante de un producto nuevo, innovador, con un alto contenido de moda, de gran diseño y vanguardista. De acuerdo con lo anterior, para precisar como está compuesto la estructura del mercado de t-shirts en Colombia, se analizará la producción local y el volumen de sus exportaciones, de tal manera se realizará el análisis respectivo al nivel de importaciones de este producto y la partición que tiene el Perú en las mismas.

1.1.1. Producción colombiana

Tras dos décadas de altibajos, los sectores textil y confecciones; cueros y calzado; pese a ser afectadas por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y la lenta reconversión tecnológica, entre otros males, podrían ver en el 2016 un buen año. Debido a que se ha trazado una propuesta para buscar mercados que generen mayor valor agregado y continuar fortaleciendo el mercado local.

Para el caso del sector textil en general (comprenden telas, confecciones y calzado), la producción tuvo un crecimiento de 17,8% en el inicio del año, pero sus ventas totales cayeron 16,6% y las internacionales bajaron 8,7% durante el año 2013. De tal forma es claro que el crecimiento en la producción fue gracias a los aranceles a confecciones y calzado. Se abrió un espacio a la industria que no estaba teniendo. En diciembre del año 2014, en Cali hubo un crecimiento de más de 25%. "La gente sigue trabajando fuertemente y se va a ver reflejado en ventas", dijo Carolina Blackburn, directora de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines (CCCYA).

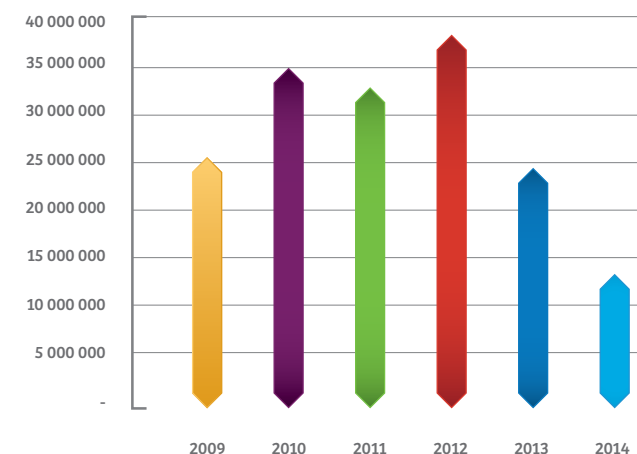
El sector textil y confecciones se desarrolla en casi todo el territorio colombiano; sin embargo, existen unos focos principales, como las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali, en donde se concentra la mayor parte de la actividad industrial.

Según el boletín del sector textil de Colombia del CBI - 2014, Medellín representa el 70% en la producción de prendas de vestir, seguido de Cali y Bucaramanga; en el caso de la producción textil, Medellín presenta una participación del 38%. Asimismo, la industria de prendas de vestir de Colombia produce más de 250 millones de piezas de ropa al año.

1.1.2. Exportaciones colombianas

Las exportaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 que corresponde a "T-shirts y camisetas interiores de punto, de algodón". Se detallan a continuación:

Gráfico 1: Evolución de las exportaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 en valor FOB (USD)



Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –DIAN. Año 2014
Elaboración: MINCETUR

Tabla 2: Evolución de de las exportaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 (2009 - 2014)

Partida	Partida: 6109.10.00.00							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% 2014/2009	% 2014/2013
Valor FOB USD	26 816 863	36 574 558	35 457 554	39 880 767	26 042 886	14 277 986	- 46,76	- 45,18

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia
Elaboración: MINCETUR

Se puede observar que el nivel exportable de esta partida en específico tiene una tendencia creciente desde el año 2009 hasta el año 2012, en los siguientes años (2013 y 2014), las exportaciones colombianas empezaron a decrecer.

Se debe resaltar que las exportaciones colombianas de t-shirts de algodón en el año 2014 (USD 14 mil aproximadamente)decrecieron en 46,76% con respecto al año 2009 y en 45,18% en comparación con el año 2013. Los principales países de destino y el precio promedio se detallan a continuación:

Tabla 3: Principales países de destino de las exportaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 (2015)

Principales Países de Destino Exportaciones Colombianas 2015 PARTIDA: 6109.10.00.00			
País de Destino	Peso Neto (kg)	Valor FOB USD 2015	Precio USD /kg
Estados Unidos	66 466	2 379 093	USD 35,79
Ecuador	41 328	1 829 121	USD 44,26
Venezuela	34 750	1 055 988	USD 30,39
Costa rica	35 345	1 013 271	USD 28,67
Perú	21 208	702 581	USD 33,13
México	10 261	594 120	USD 57,90
Holanda	7 978	234 395	USD 29,38
Panamá	8 530	200 196	USD 23,47
Francia	10 290	188 720	USD 18,34
Bolivia	12 955	167 800	USD 12,95
Guatemala	3 798	148 267	USD 39,04
Colombia	3 474	128 675	USD 37,04
Honduras	2 526	103 521	USD 40,98
República dominicana	2 205	79 033	USD 35,85
Chile	2 041	66 518	USD 32,60

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia
Elaboración: MINCETUR

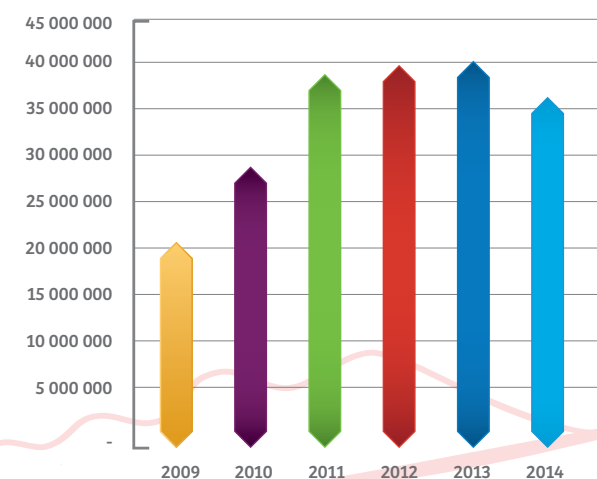
1.1.3. Importaciones colombianas

En el período 2010-2014, China ha sido el principal proveedor de textiles y confecciones para Colombia, al concentrar el 37,4% del mercado, que equivale aproximadamente a USD 876,2 millones, seguido de Estados Unidos con USD 278,9 millones, India con USD 211,9 millones, México con USD 141,7 millones y Perú, con USD 103,9 millones. Estos países concentraron el 68,9% del total de las importaciones colombianas de este sector durante este período de tiempo.

Durante el año 2014 las importaciones de textiles se redujeron en un 20%, contras-

tando con la inversión de USD 109 mil por parte del Gobierno para aumentar la productividad y competitividad. Por otra parte, la Policía Fiscal y Aduanera afirmaron que el mayor contrabando llega de Ecuador, así como China, India, Honduras, Estados Unidos, Panamá, Perú y Venezuela e ingresa a través de los puertos de Cartagena, Buenaventura y Barranquilla. En el caso de la partida 6109.10.00.00 correspondiente a "T-shirts y camisetas interiores de punto de algodón" se detalla la evolución que ha tenido durante los últimos seis años el comportamiento de las importaciones de esta partida.

Gráfico 2: Evolución de las importaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 en valor FOB (USD)



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia 2009 a 2014
Elaboración: MINCETUR

Tabla 4: Evolución de las importaciones colombianas de la partida 6109.10.00.00 (2009 - 2014)

Evolución de Importaciones del Producto 2009 – 2014								
Partida	6109.10.00.00							
Período	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% 2014/ 2009	% 2014/ 2013
Valor FOB USD	22 385 216	30 593 181	40 349 729	40 981 485	41 586 350	38 139 259	70,38	-8,29

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia 2009 a 2014
Elaboración: MINCETUR

Se resalta el buen comportamiento que han tenido las importaciones de la partida 6109.10.00.00 desde el año 2009 al año 2014, período en que se ha incrementado el volumen importado en 70,38 %, lo que representó USD 22,3 millones en 2009, para 2014 esa cifra fue de USD

38,1 millones. La tendencia es buena y las posibilidades de participación en este mercado son favorables a pesar de que en 2014 las importaciones totales cayeron en 8,29%, es una partida con un comportamiento favorable, creciente y con valores importantes.



1.1.4. Importaciones desde Perú

En la siguiente tabla se exponen los valores importados por Colombia según país de origen para la partida 6109.10.00.00

correspondiente a "T-shirts y camisetas interiores de punto, de algodón":

Tabla 5: Evolución de las importaciones colombianas desde Perú de la partida 6109.10.00.00 (2010 - 2014)

Partida	6109.10.00.00					
País de origen	2010 Valor FOB USD	2011 Valor FOB USD	2012 Valor FOB USD	2013 Valor FOB USD	2014 Valor FOB USD	% Participación promedio de Perú, 2010 - 2014
China	9 233 350	14 328 399	16 446 316	15 296 658	14 677 532	20,22
Perú	9 494 007	11 288 728	9 023 588	4 703 084	3 335 109	
Filipinas	--	--	--	--	2 819 626	
Honduras	--	573 049	1 107 432	3 031 395	2 736 525	
Bangladesh	793 801	1 382 327	2 327 813	2 577 898	2 637 739	
Portugal	1 476 038	2 126 070	2 368 985	2 207 894	2 077 182	
India	779 285	1 207 632	1 679 715	1 818 355	1 960 962	
Turquía	1 405 780	1 971 852	1 864 675	1 777 070	1 533 664	
Indonesia	--	--	681 597	2 481 589	1 444 766	
Vietnam	--	734 121	835 319	3 047 185	1 092 001	
Participación de Perú en las importaciones	31,03 %	27,98 %	22,02 %	11,31 %	8,74 %	
SUBTOTAL	23 182 261	33 612 178	36 335 440	36 941 129	34 315 106	
OTROS	7 410 920	6 737 551	4 646 045	4 645 221	3 824 153	
TOTAL	30 593 181	40 349 729	40 981 485	41 586 350	38 139 259	

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia 2010 a 2014
Elaboración: MINCETUR

En la tabla anterior, se destaca que el Perú es el segundo país del cual Colombia importa este producto.

Además, es importante mencionar que Perú durante el período 2009-2014 ha perdido participación de este producto importado por Colombia de manera considerable, a tal punto que en el 2014 solo representó el 8,74% del total importado

por Colombia; mientras que en el 2010 tuvo una participación de 31,03%.

En promedio, durante los el período analizado el 20,22% de las importaciones de la partida 6109.10.00.00 provenían del Perú. También resalta la participación de Filipinas, que aunque no presentaba antecedentes en el año 2014 se ubicó en el tercer lugar en importancia como lugar de origen de las importaciones.

Tabla 6: Comparación de los precios del producto importado (USD/kg) proveniente de China, Perú, y Filipinas

Partida: 6109.10.00.00					
País de origen	Total Peso Neto kg	Total Valor CIF USD	Total Valor FOB USD	Total Arancel USD	Precio USD / kg
China	322 503	8 726 037	8 507 923	1 999 652	\$ 21
Perú	57 668	2 107 179	2 041 053	58 891	\$ 36
Filipinas	11 749	398 163	376 072	76 087	\$ 27

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia
Elaboración: MINCETUR

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

Se han identificado durante los últimos años los motivos por los cuales los colombianos han adquirido algún tipo de prenda. Basados en información del observatorio textil de Inexmoda, el 42,1% de los colombianos adquirió algún producto de

vestuario tipo blusa o camisa (t-shirt) por antojo, le siguieron la necesidad con el 18,7%, la promoción con 18,9% y la moda con el 14,7%. Estos principales cuatro motivos ocupan el 95,6%.

Tabla 7: Principales motivos de compra de los colombianos , según tipo de prenda

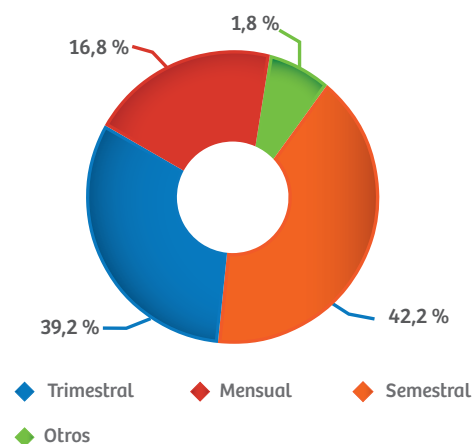
Motivo de compra	Ropa Interior y Vestidos de Baño	Jeans y Pantalones	Blusas y Camisas
Antojos	37,3 %	33 %	42,1 %
Necesidad	23,9 %	32 %	18,7 %
Promoción	23,2 %	12,4 %	18,9 %
Moda	6,8 %	9,9 %	16 %
Precio	2,7 %	5,7 %	2,5 %
Marca	5,8 %	6,4 %	1,7 %
Otro	0,3%	0,6 %	0,1%
Total	100 %	100 %	100 %

Fuente: Legiscomex.com con información de Inexmoda 2014

Según el observatorio Raddar de Inexmoda, el 42,2% de la población hace compras cada seis meses. Por otra parte, el 39,2% adquiere nuevos productos cada tres meses, y el 16,8% realiza sus compras

mensualmente, entre esta información se resalta que el 37,8% de las prendas que adquieren son blusas y camisas (t-shirts). Esta segmentación puede observarse a continuación:

Gráfico 3: Frecuencia de compra de los colombianos



Fuente: Legiscomex.com con información de Inexmoda 2014

Ahora bien, la Directora del laboratorio de moda y económico de Inexmoda, Martha Cálad, asegura sobre los hábitos y tendencias de consumo de los colombianos lo siguiente: “Hemos evolucionado impresionantemente y la mujer es mucho más receptiva y más sensible a la moda, pero el consumidor masculino está evolucionando a una velocidad maravillosa”.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Las t-shirts de punto de algodón para niños y adultos en Colombia, vienen determinados por tallas de la siguiente manera:

- T-shirts línea infantil (Niño) Talla: 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16
- T-shirts línea Adulto Talla: XS, S, M, L, XL

Especificaciones del producto

Para entender las especificaciones del producto, es necesario detallar la calidad, etiquetado y materiales:

Calidad:

Las especificaciones del producto deben detallar la calidad del producto en su forma de lavado (temperatura, si debe lavarse por separado o desprende algún color)

- Se debe detallar el porcentaje de algodón del producto.

El mercado colombiano busca calidad al momento de adquirir cualquier prenda de vestir y la compra de t-shirts no es la excepción; sin embargo, es fundamental resaltar que la calidad puede variar debido al segmento al cual va dirigido (la estratificación¹, que determina la variación del

poder adquisitivo) que también determina el precio final de venta del producto.

- El sector se divide en diferentes segmentos de precio, como se muestra a continuación

Tabla 8: Segmentos de precio

Segmento	Criterios Relativos del Producto
Estrato 5 y 6	Este segmento conforma el 5% de la población total. Las colecciones son de lujo, con materiales de excelente calidad, con diseños y marcas exclusivas.
Estrato 3 y 4	Este segmento conforma el 29% de la población total. Son colecciones con una buena calidad en los materiales, los diseños son novedosos y variados, con buen acabado
Estrato 1 y 2	Este segmento conforma el 66% de la población total. Tiene una alta rotación, son diseños que siguen tendencias de moda pero son básicos, y los materiales son de baja calidad.

Se ha podido verificar que en el comercio de productos textiles dirigidos al estrato medio y alto existen almacenes de cadenas que venden marcas impor-

tadas, cuyas prendas están hechos de 100% algodón, o 65% algodón y 35% polyester. Mientras el producto procedente de Filipinas es solo 100% polyester.

¹ La estratificación socioeconómica es una clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Los estratos socioeconómicos en los que se pueden clasificar las viviendas y/o los predios son 6, denominados así: 1. Bajo-bajo; 2. Bajo; 3. Medio-bajo; 4. Medio; 5. Medio-alto y 6. Alto.

Cabe destacar que en el 2015 el producto chino participó con el 31% del total importado por el sector textil y confecciones de

Colombia, Perú con un 7%, Filipinas con 1%, también se detallan otros países en la siguiente tabla:

Tabla 9: Participación porcentual de las importaciones del sector textil y confecciones de Colombia (2015)

País Origen	Valor FOB USD 2015	Participación %
China	8 507 923	31,9
Bangladesh	3 310 851	12,0
Perú	2 041 053	7,4
Portugal	1 884 196	6,9
Vietnam	1 478 887	5,4
Turquía	1 422 375	5,2
Indonesia	1 412 902	5,1
India	1 353 686	4,9
Honduras	1 035 951	3,8
Camboya Kampuchea	1 024 249	3,7
México	412 869	1,5
Corea del Sur	382 115	1,4
Filipinas	376 072	1,4
Demás países	2 853 846	10,4
Total	27 496 976	100

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia
Elaboración: MINCETUR

Etiquetado y formas de presentación

La forma de presentación de las t-shirts en términos generales viene dentro de un empaque plástico hasta el punto de comercialización final (tienda de venta), que luego es retirado por el vendedor para ser expuesto directamente al consumidor final (por razones de facilidad a la hora de medir las prendas en la compra), por lo que es obligatorio que el producto tenga una etiqueta externa con su debida descripción y el país de procedencia, así como el detalle de sus materiales de elaboración.

También es importante que se especifique el nombre y logotipo de la empresa fabricante, y la talla, esta etiqueta debe ir en un lugar visible donde el consumidor identifique rápidamente las características del producto.

La prenda debe tener también una etiqueta interna, debido a que es fundamental que el fabricante establezca la composición del producto, formas de lavado, cuidados y la talla. Debe ser durable y legible durante el tiempo completo de vida útil del artículo textil, es decir, debe soportar procesos de lavado y secado. También el producto debe tener una etiqueta interna en un lugar visible donde se note fácilmente y sin interferencia de alguna costura; sin embargo no debe verse a través del artículo textil ni dañar su apariencia.

A continuación se detalla cómo puede ser el etiquetado sobre la composición de la prenda de vestir t-Shirt:

a) Si el producto tiene un solo componente

La prenda de vestir podrá señalar la inscripción "100%", "puro", seguido el nombre del material, por ejemplo: 100% algodón.

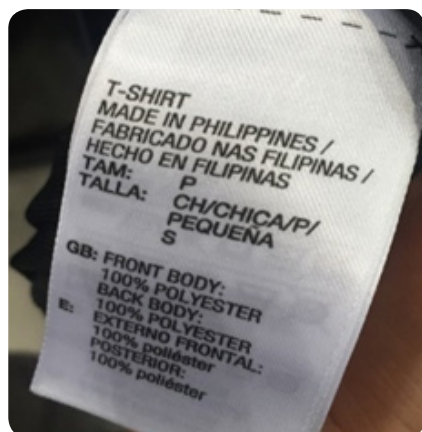
b) Si el producto tiene varios componentes

La prenda de vestir que tenga dos o más componentes y alguna de ellas tenga la mayoría de material en la prenda tendrá un etiquetado de alguna de las siguientes maneras:

- Nombre de la fibra y su porcentaje en peso, por ejemplo: 90% algodón
- Nombre de la fibra y la indicación, por ejemplo: 90% mínimo.
- Nombre de todos los componentes ordenados por su grado de composición, por ejemplo: 90% algodón y 10% lycra.

Es importante señalar que la etiqueta debe tener los cuidados generales y advertencias de lavado, secado y limpieza.

A continuación se muestran algunas etiquetas, especificando los países de procedencia:



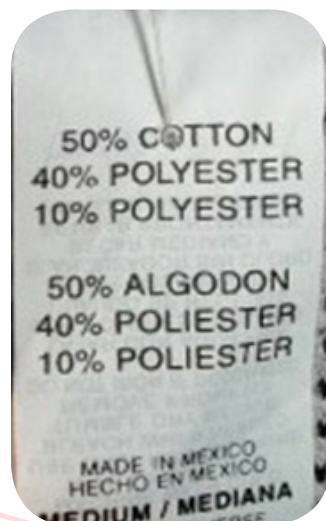
Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR

1.2.3. Auditoría en tiendas

Tabla 10: Auditoría en tiendas

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Marca exclusiva	T-Shirt bordada con cuello redondo	Juvenil	Masculino	USD 11,6	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo y estampado localigado.	Juvenil	Masculino	USD 8,89	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt cuello redondo, sin mangas.	Juvenil	Masculino	USD 9,67	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello en V	Juvenil	Masculino	USD 11,6	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt básica	Juvenil	Femenino	USD 5,4	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampado	Juvenil	Femenino	USD 10,4	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampado	Juvenil	Femenino	USD 11,6	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt deportiva de silueta atlética	Juvenil	Femenino	USD 7,73	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt deportiva	Juvenil	Femenino	USD 10,8	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga	Juvenil	Femenino	USD 11,6	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga sisa	Juvenil	Femenino	USD 5,8	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt en jersey	Juvenil	Femenino	USD 13,5	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt de silueta amplia	Para Mujer	Femenino	USD 6,9	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con escote curvo	Para Mujer	Femenino	USD 29,2	100% Algodón

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Marca exclusiva	T-Shirt de pijama	Para Mujer	Femenino	USD 8,11	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt deportiva con manga sisa	Para Mujer	Femenino	USD 6,95	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello en U	Para Mujer	Femenino	USD 7,73	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con diseño clásico	Para Mujer	Femenino	USD 8,50	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt manga sisa	Para Mujer	Femenino	USD 9,67	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello bandeja y silueta amplia	Para Mujer	Femenino	USD 14,3	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con diseño asimétrico	Para Mujer	Femenino	USD 19,3	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo	Para Mujer	Femenino	USD 10,4	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga ¾	Para Mujer	Femenino	USD 8,89	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt	Para Mujer	Femenino	USD 9,67	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo	Para Hombre	Masculino	USD 15,5	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello en V	Para Hombre	Masculino	USD 15,1	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga larga	Para Hombre	Masculino	USD 15,5	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga corta	Para Hombre	Masculino	USD 12,7	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo y estampado	Para Hombre	Masculino	USD 17,4	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampado en el frente	Para Hombre	Masculino	USD 13,5	100% Algodón

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Marca exclusiva	T-Shirt cuello V con estampado	Para Niña	Femenino	USD 9,67	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampado localizado	Para Niña	Femenino	USD 10,8	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampado localizado	Para Niña	Femenino	USD 7,73	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga larga	Para Niña	Femenino	USD 9,67	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt	Para Niña	Femenino	USD 6,17	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt	Para Niña	Femenino	USD 15,5	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello V	Para Niño	Masculino	USD 6,17	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 11,6	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 10,8	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con manga larga	Para Niño	Masculino	USD 8,89	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 6,48	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt Polo	Para Niño	Masculino	USD 10,4	100% Algodón
Marca exclusiva	T-Shirt con estampados llamativos	Para Niño	Masculino	USD 13,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto pre-teñido	Para Niño	Masculino	USD 9,09	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto pre-teñido	Para Niño	Masculino	USD 6,99	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto pre-teñido con gráfico	Para Niño	Masculino	USD 4,66	100% Algodón

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto pre-teñido con gráfico y cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 7,57	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto	Para Niño	Masculino	USD 13,6	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt manga corta tipo polo	Para Niño	Masculino	USD 10,6	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga corta	Para Niño	Masculino	USD 8,74	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa	Para Niño	Masculino	USD 5,82	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto	Para Niño	Masculino	USD 14,2	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga corta	Para Niño	Masculino	USD 11,2	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto con cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 12,7	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto tipo polo	Para Niño	Masculino	USD 14,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga corta	Para Niño	Masculino	USD 6,79	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto tipo polo	Para Niño	Masculino	USD 15,2	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa	Para Niño	Masculino	USD 8,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto cuello redondo	Para Niño	Masculino	USD 7,57	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto tipo polo	Para Niño	Masculino	USD 19,4	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto tipo polo	Para Niño	Masculino	USD 18,1	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga corta cuello redondo	Para Niña	Femenino	USD 11,6	100% Algodón

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto con fajón bordado	Para Niña	Femenino	USD 11,6	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga larga	Para Niña	Femenino	USD 19,4	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa	Para Niña	Femenino	USD 10,1	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa	Para Niña	Femenino	USD 13,9	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa	Para Niña	Femenino	USD 10,8	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga larga	Para Niña	Femenino	USD 15,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto doble prenda	Para Niña	Femenino	USD 10,7	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto con nudo	Para Niña	Femenino	USD 18,1	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga larga	Para Niña	Femenino	USD 11,6	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto tipo esqueleto	Para Niña	Femenino	USD 5,82	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga sisa con estampado	Para Niña	Femenino	USD 9,32	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto con capucha	Para Niña	Femenino	USD 11,2	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto con nudo	Para Niña	Femenino	USD 6,52	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt de tejido de punto manga corta	Para Niña	Femenino	USD 4,35	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt Cuello V	Para Hombre	Masculino	USD 17,4	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt básica	Para Hombre	Masculino	USD 23,3	100% Algodón

Tipo de Establecimiento	Descripción	Segmento	Género	Precio	Composición
Tienda especializada	T-Shirt con cuello redondo	Para Hombre	Masculino	USD 29,1	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt con diseño	Para Hombre	Masculino	USD 32,9	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt manga corta	Para Hombre	Masculino	USD 34,9	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt manga larga	Para Hombre	Masculino	USD 38,8	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt manga sisa	Para Mujer	Femenino	USD 15,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt top básico	Para Mujer	Femenino	USD 5,78	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt top básico	Para Mujer	Femenino	USD 8,89	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt	Para Mujer	Femenino	USD 10,8	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt con estampado	Para Mujer	Femenino	USD 11,6	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt con estampado	Para Mujer	Femenino	USD 15,8	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt	Para Mujer	Femenino	USD 17,4	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt con estampado	Para Mujer	Femenino	USD 23,3	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt con estampado	Para Mujer	Femenino	USD 29,1	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt sport fit	Para Mujer	Femenino	USD 32,9	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt tejido de punto	Para Mujer	Femenino	USD 46,5	100% Algodón
Tienda especializada	T-Shirt tejido de punto	Para Mujer	Femenino	USD 66	100% Algodón

NOTA: No se identificaron establecimientos peruanos de t-shirts, pero si se hallaron productos de origen peruano en un considerable número de establecimientos.

1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo

Según el estudio realizado por Inexmoda, el 66,8% de los colombianos prefirió hacer compras en los centros comerciales, continúan las tiendas de marca con el 13,98%, los almacenes especializados con el 10,6%, y los hipermercados con el 4,03%. En la Tabla 11, se evidencia que el 69,1 % de los consumidores colombianos adquieren blusas y camisas en los centros comerciales.

Tabla 11: Lugar de preferencia de los consumidores colombianos, según tipo de prenda

Lugar	Ropa Interior y Vestidos de Baño	Jeans y Pantalones	Blusas y Camisas
Centros comerciales	30,6 %	70,2 %	69,1 %
Tiendas de la marca	14,9 %	11,7 %	18,6 %
Almacenes especializados	13,0 %	9,7 %	6,1 %
Hipermercados	6,8 %	2,6 %	5,1 %
Tiendas particulares	0,3 %	2,9 %	0,1 %
Tiendas por departamento	0,1 %	1,6 %	0,4 %
Catálogo	4,2 %	0,1 %	0,4 %
Otro	0,1 %	1,2 %	0,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

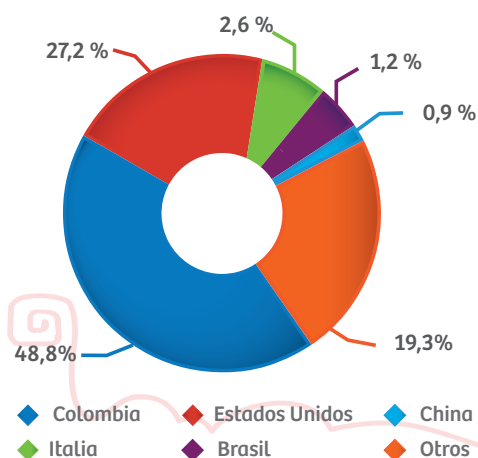
Fuente: Inexmoda 2014

Elaboración: Legicomex.com con información

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

El consumidor colombiano tiene preferencia por las marcas nacionales, con un 48,8%, seguido de los productos americanos con un 27,2%. Entre las características más importantes por las cuales se inclinan hacia los productos nacionales están la calidad con 42,6%, economía con 11,6%, diseño con 7,4%, control de gastos 6,3%, estética con 4,6%, horma 3,3%, comodidad 3%, moda 2,6% y otros con 18,6%. En el siguiente gráfico puede apreciarse los países por los cuales el consumidor colombiano se inclina a la hora de comprar.

Gráfico 4: Participación de la demanda colombiana, según país de origen de las prendas.



Fuente: Elaborado por Legicomex.com con información de Inexmoda 2014

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

1.4.1. Atributos del producto peruano

El producto peruano se diferencia del producto local por la alta calidad de sus insumos (PIMA, Tangüis, fibras peinadas y otros), lo que la distingue de las prendas colombianas, cuya calidad del algodón no es igual, además en la composición de las prendas se incluyen mezclas de otros materiales acrílicos, sintéticos y otros. La característica principal del producto terminado del Perú hace que las prendas sean mucho más frescas y cómodas, teniendo mayor demanda en las zonas más cálidas del país.

1.4.2. Percepción del producto peruano

El consumidor colombiano percibe el producto peruano, como un producto de alta calidad, con alta confección, reconoce las propiedades de los insumos que se utilizan y lo consideran como una gran alternativa frente a otros productos con los cuales compite directamente y no cuentan con la opinión positiva, como es el caso de las prendas importadas desde China; sin embargo, se debe trabajar más frente a la producción local que es bien percibida por los consumidores; también

reconocen que a las prendas peruanas les hace falta trabajar más en la innovación de los diseños, situación que empieza a asimilar el productor peruano y en la cual muchos se han interesado en trabajar. Por otro lado, el exportador peruano tiene una imagen de ser cumplido en la entrega de sus productos.

1.4.3. Sugerencias comerciales

Se recomienda diversificar los sitios del país donde se quiere realizar negocios y considerar ciudades secundarias, las cuales cuentan con poblaciones importantes y nichos de mercado desatendidos, donde a pesar de ser mercados pequeños, no están saturados y pueden tener un crecimiento importante.

Al mismo tiempo, es importante no desatender los contactos o clientes ya establecidos, estar actualizado constantemente con relación al portafolio de productos y mantener comunicación constante para captar información del mercado, como tendencias de consumo que les pueda suministrar el mismo cliente.

También se debe visitar el mercado preferentemente para conocer sus cambios o variación en la oferta, tanto nacional como importada.

Además, participar en ferias y misiones especializadas del sector, lo que da también oportunidad de relacionarse con compradores nacionales y extranjeros.

1.4.4. Análisis de la competencia

La competencia principal del Perú son los productores locales, debido a que en los hábitos de consumo se destaca la preferencia por el producto nacional sobre los productos con procedencia de otros países, y las importaciones provenientes de China por su bajo costo.

El precio, como ya se mencionó, es el principal factor competitivo frente a China, que es potencia mundial en el sector textil y confecciones, pero el producto peruano tiene como principal atributo la mayor calidad, la cercanía del Perú con Colombia que se traduce en menores costos logísticos.

Tomando en consideración estas características, se debe prestar atención en que nicho del mercado se desea participar, por lo que se recomienda apuntar a los consumidores de clase media – alta, donde el producto chino tiene una percepción negativa.

En el caso de la competencia local, la producción colombiana ha mejorado notablemente y se ha vuelto muy dinámica en la oferta de sus productos y ha disminuido sustancialmente sus costos, lo cual se traduce en mejores precios para el consumidor; esto se presenta especialmente en los mercados de consumo masivo de clase media – baja, donde la competencia directa del producto nacional son las importaciones chinas.

02

Condiciones de Acceso

Se recomienda incursionar al mercado colombiano de la mano de empresas grandes con reconocimiento en el país.

En cuanto a los precios promedio, la competencia maneja productos con precios competitivos de diferentes calidades, composiciones y texturas, siendo el canal informal uno de los eslabones más importantes para su distribución, como por ejemplo, los establecimientos de ropa

independientes, tiendas multi-marca, distribución al por mayor en las zonas de venta de ropa masiva.

El segmento al que se dirige es el medio, siendo el grupo poblacional que está aumentando las compras de este producto, gracias al aumento de su poder adquisitivo y el seguimiento a las tendencias de pronto-moda.



2.1. Aranceles y otros

En los últimos tres años (2013-2016) el sector textil ha sido impulsado mediante la imposición de medidas arancelarias; ahora último, a través del decreto 456 (ex decreto 0074), que indica que las importaciones colombianas de confecciones y calzado originarios de aquellos países que no cuentan con acuerdos comerciales con Colombia (esta medida no afecta a Perú, beneficiándose con un arancel preferencial de 0%), están sujetas a un sobre arancel ad valorem más un arancel específico. En el caso específico de las confecciones, por

cada kilogramo se cobrará un arancel ad valorem de 10% más un arancel específico de USD 5, siempre que el precio FOB sea menor o igual a USD 10 por kilogramo. Ahora si el precio FOB es mayor a USD 10, las confecciones estarán sujetas a un arancel ad valorem de 10% con un arancel específico de USD 3 por cada kilogramo.

Esta medida arancelaria estará en vigencia hasta el 1 de noviembre de 2016. Para mayor información, se debe ingresar al siguiente link: goo.gl/ofAcrV

Tabla 12: Aranceles y otros

Régimen de Importación	
Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	6109.10.00.00
Gravamen	15%
IVA	16%
Gravamen por acuerdos internacionales	0 % (Procedente de Perú, con certificado de origen)
Régimen de comercio	Libre Importación
Índice alfabético	Camisetas de punto, de algodón.
	T-shirts, de punto, de algodón.
Descripción de Mercancía	Nombre Comercial, Denominación de la prenda, Tipo de tejido y composición son obligatorios

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Elaboración: MINCETUR

03

Debe considerarse que no existe ningún tipo de gravamen para la importación colombiana de t-shirts y camisetas de punto de algodón desde Perú, debido al Acuerdo de Cartagena.

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Para que los t-shirt califiquen como originarias dentro del territorio de Perú o Colombia y de ese modo logren beneficiarse de las preferencias arancelarias de la Comunidad Andina, se tiene que cumplir con ciertos requisitos de origen. Para el caso de los textiles, la Resolución 506² de la Comunidad Andina determina que normas de origen se deben cumplir para este tipo de mercancía.

Por lo tanto, la norma a aplicar es la del cambio de "clasificación arancelaria", la cual estipula que se exigirá sólo al material que otorgue el carácter esencial para la clasificación arancelaria de la prenda. Es decir, la tela través de la cual se confeccionó los t-shirt deberá satisfacer el siguiente requisito de cambio arancelario:

(*) "Un cambio a las partidas 61.01 a 61.17 de cualquier otro capítulo, excepto de las partidas 50.07, 51.11 a 51.13, 52.08 a 52.12, 53.09 a 53.11, 54.07 a 54.08, 55.12 a 55.16 ó Capítulo 60". (Comunidad Andina :1997)

Por lo tanto, la tela como insumo, por cual se confecciona los t-shirt, no deberá estar clasificada en las partidas arancelarias descritas anteriormente, a fin de cumplir con esta norma. De esta manera, si cumple con el requisito específico de origen, los t-shirt pueden considerarse como originarios de algunos de los países andinos.

Para mayor información en relación a normas de origen en la Comunidad Andina visitar la dirección web:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/can/decision_nro_416.pdf

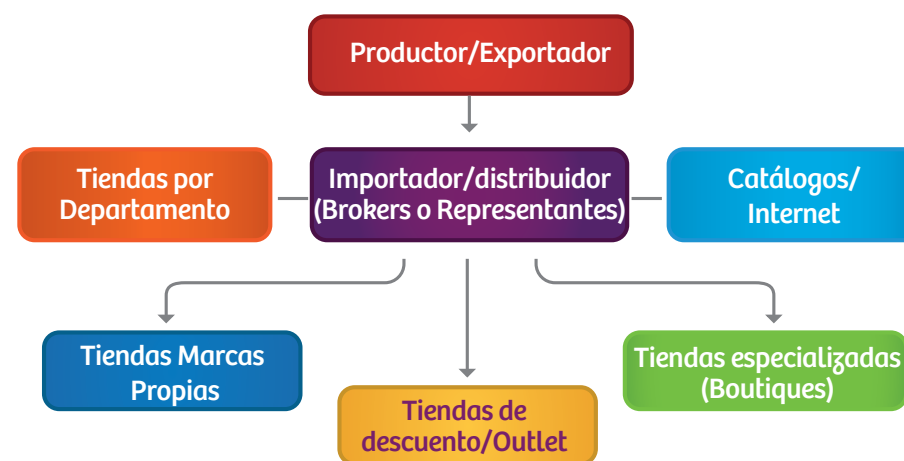
2.3. Requisitos de importadores colombianos

Normalmente los compradores de Colombia solicitan que la mayoría de la mercancía se encuentre en un punto de distribución en el país, para que sea más eficiente la distribución a los diferentes puntos de comercialización en todo el territorio, también en las negociaciones pueden solicitar que los precios incluyan el costo de la mercancía puesta en sitios de distribución, lo cual al transferir esos costos al exportador hace, en muchos casos, que no se concreten negocios.

Canales de Distribución y Comercialización

La forma en la que están compuestos los canales de comercialización en el mercado colombiano se detallan en el siguiente gráfico.

Gráfico 5: Estructura de distribución y comercialización en el mercado colombiano



Fuente: MINCETUR

² www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/comercio/certif_origen/CAN/REOS_Resolucion506.pdf

04

Información Adicional

Las tiendas por departamento imitan tendencias de moda de marcas reconocidas, buscando posicionar en sus tiendas estos artículos y generar competencia como es el caso de la marca “Urb” de almacenes Cencosud y “Arkitekt” de almacenes Éxito.

Las tiendas marcas propias por lo general buscan proveedores para sus marcas fuera del país mayormente pueden ser boutiques o espacios pequeños exclusivos establecidos dentro de las tiendas por departamento, las cuales se abastecen por medio de mayoristas. Se caracterizan por la búsqueda de marcas que representen el estilo de la compañía, como es el caso de las tiendas Falabella y la marca “Sybilla”.

La tiendas por catálogo e internet es una tendencia creciente en el mercado colombiano, se caracterizan por realizar compras a mayoristas de diferentes marcas y distribuir desde puntos de acopio sus productos directamente al consumidor, utilizando diferentes mecanismos de pago y envío, entre estas se destacan “Dafiti” y “Linio”.

Se puede señalar que el canal con mayor posibilidad de ingreso del una marca internacional es a través del canal de distribución, si es una a través de establecimientos ubicados en centros comerciales, y/o en las principales zonas de comercio textil y confección de Colombia, especialmente en la ciudad de Medellín (la zona del hueco, CEDEMODA, la zona industrial) y Bogotá (San Andresito, San Victorino, zona de los outlets).

4.1. Oficinas/Gremios en el mercado

A continuación se detallan las oficinas y/o gremios que existen actualmente en Colombia:

Tabla 13: Oficinas/Gremios en el mercado

Oficina/Gremio	Ubicación	Teléfono	Web
ASCOLTEX Asociación Colombiana de Productores Textiles	Calle 72 N°9 -55 oficina 903	Tel: (571)2126234-8571 2126036 Fax: 2103894	--
CCCyA Cámara Colombiana de la confección y Afines	Calle 59 A Bis # 5-53 Of 402, Bogotá - Calle 48 # 57 87 oficina 701, Medellín	Tel: (571) 211 1179 - (574) 448 25 45 Celular: 314 7522 208	www.camacolombianade-laconfeccion.com
FENALCO Federación Nacional de Comerciantes	Carrera 4 N° 19-85	Tel: 350 0699	www.fenalcobogota.com.co
ACOLTEX Asociación Colombiana de Técnicos y Profesionales Textiles y de la Confección	Calle 49B # 63 - 21 Edificio Camacol, Medellín	--	--

4.2. Ferias comerciales

A continuación se detallan las principales ferias comerciales que se realizan en Colombia:

Tabla 14: Ferias comerciales

Feria	Sector	Descripción	Fecha	Enlace de Interés
Colombiamoda	Textil y confección	Es un espacio comercial incluyente para los actores del Sistema de la Moda y una plataforma contundente para marcas de sectores sensibles al diseño y a la moda que quieran actuar y potenciar su marca. Es el escenario ideal para el encuentro entre la oferta y la demanda del sector textil, confección, diseño y moda del continente americano.	Julio (Anual)	colombiamoda.inexmoda.org.co
Colombiatex de las Américas	Textil y confección	Los fabricantes de ropa y los diseñadores de moda de Latinoamérica se dan cita en Colombiatex para acceder a las novedades y tendencias del mundo textil y de la confección. Este salón tiene lo último en tejidos, insumos, equipos y maquinaria para la industria de la moda, el calzado, la marroquinería y el menaje para el hogar, sino también participar en las conferencias y foros de debate que organiza Colombiatex.	Enero (Anual)	colombiatex.inexmoda.org.co
Cali Exposhow	Textil y confección	Es uno de los eventos más importantes de belleza, salud y moda en Colombia, se desarrolla anualmente en la capital del departamento del Valle del Cauca, Cali.	Octubre (Anual)	www.caliexposhow.com
Footwear and Leather Show	Textil y confección	Es catalogado como una de los más importantes eventos (incluye foros, así como plataformas de negocios) para la industria de calzado, cuero y manufacturas de Colombia y de la región Andina, en donde fabricantes, diseñadores y todo tipo de proveedores (de insumos, servicios, maquinaria e tecnología y componentes) se reúnen para mostrar la calidad de sus productos y/o servicios; oferta que se alinea con las últimas tendencias de moda e innovación.	Agosto (Anual) - Bogotá	www.ifts.com.co

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia
Elaboración: MINCETUR

4.3 Links de interés

- Legiscomex

www.legiscomex.com/Banco-Medios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legiscomex.pdf

- Superintendencia de Sociedades

www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf

05

Bibliografía

- DANE (Departamento Nacional de Estadística): tiene la responsabilidad de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas únicas oficiales, que se distribuyen a nivel nacional y para organismos internacionales.
www.dane.gov.co
- ProColombia: entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales de Colombia, brindando apoyo a los empresarios nacionales en sus actividades de internacionalización.
www.procolombia.co
- BACEX: banco de Datos de Comercio Exterior y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones de Colombia. Disponible en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
www.bacex.mincit.gov.co
- DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): entidad encargada de administrar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras; vigila y controla las operaciones de cambio de competencia de la DIAN y facilita las operaciones de comercio exterior.
www.dian.gov.co
- Arancel Armonizado de Colombia.
- Diario económico, empresarial y financiero LA REPUBLICA.
www.larepublica.co
- EL TIEMPO: periódico colombiano de mayor circulación.
www.eltiempo.com
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
www.mincit.gov.co
- TLC
www.tlc.gov.co
- Confecámaras
www.rues.org.co

2016



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo