

## INFORME DE GESTIÓN INEXMODA 2020

### **SOBRE INEXMODA**

Somos un instituto (no somos un gremio) apasionado por el Sistema Moda, que trabaja para promover su crecimiento y desarrollo a partir de estrategias innovadoras. Existimos para transformar los negocios y conectarlos con el mercado desde investigaciones, formaciones, transformaciones y plataformas de conexión.

Para lograrlo, la actualización constante, conocer las tendencias claves del mercado y entender las necesidades del consumidor, son insumos esenciales que nos permiten desde Inexmoda construir un portafolio dinámico, para llegar asertivamente a la industria. Como Instituto faro del Sistema Moda, buscamos ofrecer herramientas de conocimiento que lleven a las empresas de América Latina a estar a la vanguardia y escalar al siguiente nivel, siendo mucho más competitivas y productivas.

### **CONCEPTO INEXMODA 2020 REVOLUCIONAR PARA EVOLUCIONAR**

**2020:** un año más optimista donde las sociedades se volvieron más consciente. Un año que nos permitió entender cómo el pasado se une con la tecnología, revalorando lo cotidiano y dándole mayor valor. Las nuevas experiencias que queríamos vivir encontraron un balance entre lo *Online* y lo *Offline* con una tecnología más ética. La preocupación por el planeta nos permitió abrir horizontes y nos deja ver un mundo que creíamos imposible. La compasión por la humanidad se volvió eje fundamental para vivir en comunidad.

Cada individuo fue parte de la transformación a través de actos conscientes que permitieron la evolución del entorno. Iniciativas desde el ser que invitaron a creer en la intuición. El consumidor consciente, el cual es social y vive activo en la comunidad, entendió la importancia de la construcción colectiva. Es por esto que las acciones que se tomaron partieron de la buena intención de hacer un mundo mejor, siempre y cuando, la persona lograra ponerse en el lugar del otro y tomar decisiones que estuvieran acorde a nuestras creencias.

El 2020 fue un año que nos invitó a tener pensamientos reflexivos y a tener la capacidad de entender que cada variable que aparezca en el camino siempre creará un nuevo universo de posibilidades, ya que la incertidumbre nos seguirá acompañando de aquí en adelante.

### CONSEJO DIRECTIVO INEXMODA 2018 - 2020

**Luz Eugenia Gallo Vélez**  
Gerente De Mercadeo Crystal S.A.S

**Jorge Andrés López De Mesa**  
Vicepresidente De Ventas Enka De Colombia

**Irina Jaramillo Muskus**  
Gerente Carulla

**Roy Azout Abadi**  
Gerente Corporativo Lafayette

**Adolfo Botero Machado**  
Presidente Comertex

**Lina Escobar Hurtado**  
Brand Manager Leonisa

**Juan Luis Mejía Arango**  
Rector Universidad EAFIT

**Armando Castillo Builes**  
Independiente

**Eduardo Gaitán Parra**  
Independiente

## EQUIPO DIRECTIVO INEXMODA

Durante el 2020, el equipo directivo se caracterizó por su adaptabilidad y capacidad de ser generadores de cambio ante los difíciles retos que planteaba dicho año, donde Inexmoda debía actuar de manera rápida para transformar y moldear cada uno de los productos activos, adecuándolos a las necesidades que enfrentaba el mundo a raíz del COVID-19. Es así, como desde el liderazgo de cada uno, acompañado del apoyo fundamental de los integrantes de equipo que componen las áreas de trabajo, se materializaron productos caracterizados por ser disruptivos y coherentes con los diferentes llamados que estaban haciendo los consumidores y actores del Sistema Moda.

Adicionalmente, en diciembre de 2020, se sumó un nuevo integrante al equipo directivo, quien ingresó a asumir el nuevo cargo de Director Comercial, una apuesta para seguir enriqueciendo la estrategia y el propósito superior de Inexmoda.

**Carlos Eduardo Botero Hoyos**  
Presidente Ejecutivo

**Maria Fernanda Piedrahita Trujillo**  
Directora Financiera y Administrativa

**Leonor Hoyos Toro**  
Directora de Conexión

**Gabriel Jaime Gallo**  
Director Comercial

**Lorenzo Velásquez Vélez**  
Director de Conocimiento y Transformación

**Sebastian Diez Vargas**  
Director de Mercadeo y Comunicaciones

**Paola Lince Gaviria**  
Directora de Talento Humano

## **HOMENAJE ESPECIAL** **GUILLERMO VALENCIA, FUNDADOR DE INEXMODA**

En noviembre de 2020, Inexmoda despidió a **Guillermo Valencia Jaramillo** tras su fallecimiento, uno de los líderes más importantes para la industria de la moda colombiana y empresario que estuvo detrás de la creación del Instituto. Este economista y filósofo, **fue la mente maestra que fundó a Inexmoda**, quien desde su visión y liderazgo hizo que el nombre del instituto y sus estatutos fueran establecidos para que la organización se hiciera realidad.

Su trayectoria, aporte y grandes contribuciones en temas de exportación para el país, como su participación en el lobby para la firma del TLC con Estados Unidos, lo acreditaron como un líder sagaz y visionario, reconocido por su trabajo incansable en busca de la competitividad y fortalecimiento de la industria Textil-Confección colombiana.

Fue un hombre clave en la historia de la moda de Colombia, pues siempre quiso mostrar el potencial del país ante el mundo para posicionar a Medellín, junto con Colombia, como epicentro de moda Latinoamericana y que, de esta manera, se activará toda la cadena de producción.

Valencia, fue un empresario emblemático pionero en las exportaciones de confecciones como presidente de Industrias e Inversiones El Cid; además, fue miembro de la Junta Directiva de Analdex, Grupo Éxito, Bancoldex, y vicepresidente de la Junta Seccional de la Andi en Antioquia.

Con esta misma determinación y empuje, fue como en **1987 Guillermo Valencia plantea la creación de Inexmoda en la ciudad de Medellín**, como una apuesta por construir y fortalecer la industria Textil-Confección de Colombia. Fue él quien estructuró el proyecto, el nombre de la institución, los estatutos donde se plasmó su visión, y quien por más de 20 años acompañó al instituto como presidente del Consejo Directivo de Inexmoda.

*“Guillermo era un hombre sereno y brillante; un ejemplo a seguir. Él era un visionario que transformó la industria de la moda, que incluso hizo que fuera considerado como el ‘decano de las exportaciones colombianas’. Representa para Inexmoda el comienzo de su historia, así que agradecemos profundamente todas sus enseñanzas, consejos, experiencia y determinación. Lo recordaremos por el gran legado que dejó para Inexmoda y la industria de la moda colombiana”,* afirmó Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente ejecutivo de Inexmoda.

## GESTIÓN INEXMODA DURANTE EL 2020

### EL MUNDO CAMBIÓ E INEXMODA ENTENDIÓ CÓMO REACCIONAR ANTE EL CAMBIO

Para Colombia la realidad se transformó a partir del 6 de marzo cuando llegó el primer caso de COVID-19 al país. A partir de este momento, Inexmoda empezó a monitorear la situación para entender cómo enfrentar la crisis. La primera decisión se tomó el 16 de marzo, día en el que se comunicó que se cerrarían las oficinas de Inexmoda y los colaboradores empezarían a trabajar desde un modelo de teletrabajo; días después, ocurre una noticia de impacto nacional, el 20 de marzo, el país inicia el aislamiento preventivo obligatorio.

A partir de estas nuevas medidas, la vida y el mundo cambió, dejando de ser lo que comúnmente se conocía. Cambiaron las reglas de juego, tanto para las personas como para las organizaciones. La forma de pensar, interactuar y actuar dejó de ser la que habitualmente aplicábamos. La agilidad, adaptabilidad y resiliencia, fueron las mejores herramientas para ir actuando a la medida con cada acontecimiento que ocurría, pues no hubo manual, sino que, por el contrario, cada uno lo fue construyendo a partir del entendimiento de cada acontecimiento. Las colaboraciones, trabajo en equipo y ser empáticos, fueron fundamentales para las marcas.

Inexmoda para este momento entendió con mayor claridad el concepto Revolucionar para Evolucionar y lo empezó a aplicar, generándose preguntas que se convirtieron en nuevos retos, entre ellos estaba: ¿Cómo ser sostenibles financieramente?, ¿cómo mantenernos vigentes con la comunidad?, ¿cómo mantener viva la cultura organizacional en tiempos de aislamiento?, ¿qué hacer con el portafolio de transformación en tiempos de aislamiento? Y ¿qué hacer con Colombiamoda en momentos de restricción a los eventos masivos? Lo anterior hizo que se construyera un diagrama el cual se centró en: la crisis, la comunidad y el negocio.

### CRISIS

Desde el área administrativa y financiera, se tomaron medidas como:

- El 16 de marzo de 2020 se cierran las oficinas de Inexmoda y empieza una faceta de teletrabajo.
- Se trabajó con todo el flujo de caja y se autorizó un endeudamiento de \$3.000.000.0000, donde se aceptaron \$2.500.000.000, los cuales se negociaron con Bancolombia y el Banco de Bogotá.
- Se centralizó la autorización del gasto en la Dirección Financiera y la Presidencia Ejecutiva para lograr una reducción y control de este.

- Se tomó la decisión de reducir salarios entre un 10% y 15%, así como eliminar la prima extralegal y se continuó con los aportes a pensiones con el salario que se tenía a enero de 2020.
- El Instituto se acogió al PAEF, programa del Gobierno Nacional para apoyar y proteger el empleo formal a través de un subsidio directo al pago de nómina. Este subsidio en el 2020 cubrió los meses de abril a diciembre, dando continuidad en la presente vigencia.

### **COMUNIDAD (PÚBLICO INTERNO)**

**El área de Talento Humano estuvo a disposición de los colaboradores para apoyarlos en sus necesidades**

La transición del entorno laboral al entorno familiar, en el que se requería una productividad igual o superior a la acostumbrada dentro de las instalaciones, representó un cambio de paradigmas tanto para directivos como para subordinados; pues sin importar el lugar desde el que se estuviera trabajando, el logro de los objetivos continuaría siendo el denominador común.

Para que dicho propósito pudiera verse reflejado, Inexmoda debió dotar a los colaboradores de todos los implementos necesarios para realizar su trabajo desde casa; razón por la que se puso a disposición de ellos no solo herramientas tecnológicas básicas como computadores, teclados y diademas; sino también, artefactos que pudieran optimizar el desarrollo de sus actividades como módems o adaptadores para una conexión de internet más estable, e inmuebles como sillas y mesas que les permitieran conservar las normas de ergonomía al momento de trabajar.

Desde el área de Talento Humano la finalidad fue siempre la misma: acompañar a los colaboradores y sus familias en todo el proceso de transición, teniendo en cuenta que las dinámicas familiares y de trabajo cambiarían al “trasladar su oficina al hogar”.

Por esta razón, desde la figura de socio estratégico, el área planteó la necesidad de un acompañamiento personalizado a cada colaborador, en el que constantemente:

- Se abrieron espacios de conversación para conocer de primera mano su estado de salud y el de su familia
- Se ayudó con la gestión de trámites médicos como solicitud de citas y pruebas COVID-19
- Se brindó acompañamiento emocional

Asimismo, continuó con la ejecución del plan de formación propuesto para el año 2020, llevándolo a un escenario virtual donde el colaborador pudiera obtener conocimientos para potenciar su ritmo de trabajo y la obtención de resultados.

En línea con ello, desde el mes de febrero al mes de diciembre, realizó un total de **68 formaciones equivalentes a 182,5 horas**; las cuales estuvieron enfocadas tanto en temáticas de **crecimiento personal y habilidades para la vida**, como de **crecimiento profesional y optimización de perfiles para cada uno de los cargos**.

Por otra parte, Talento Humano enfocó sus esfuerzos en la creación de espacios de diversión, interacción y esparcimiento para los colaboradores y sus familias, desde un nuevo formato, teniendo en cuenta que el equipo se encontraba realizando trabajo en casa y donde el aspecto emocional de todos se encontraba altamente impactado por esta realidad.

Se realizaron actividades de reconocimiento y celebración de fechas especiales, se tuvieron conversaciones del equipo completo de forma periódica para compartir historias que cada uno vivía durante este tiempo. Fueron más de **15 encuentros** desligados del ámbito laboral entre los que se pueden mencionar: **Día de la Madre, Día del Padre, Amor y Amistad, Halloween, compartir con una copa de vino y Bingos**.

Entender la cultura como modo de relación, facilitó la búsqueda de un buen clima laboral; por esto la Fundación Inexmoda y el área de Talento Humano, vio la importancia de conocer y cuantificar cómo están impactando las políticas, los procedimientos y los cambios que se implementan en la organización en los colaboradores y que impacto tienen en su día a día. Es así como en el 2020, se realizó la medición de *Engagement*, a través de la utilización de las baterías definidas por el proveedor.

En esta medición, la Fundación Inexmoda evidenció cómo se sienten los colaboradores en aspectos fundamentales, entre los cuales están:

- Condiciones físicas
- Reglas y procedimientos de la organización
- Modelos de participación
- Niveles de autonomía
- Innovación, dinamismo y adaptación
- Beneficios y recompensas
- Balance trabajo - vida
- Percepción de las relaciones sociales
- Grado de comunicación, compromiso e integración entre los colaboradores
- Apoyo y cooperación
- Liderazgo

- Satisfacción con el trabajo

Esta medición se realizó de **forma voluntaria y participaron 63 colaboradores (88%)** entre **directos e indirectos** con más de seis (6) meses de antigüedad prestando sus servicios.

El resultado fue muy positivo, hoy los colaboradores de la Fundación Inexmoda se sienten motivados, orgullosos y tienen un sentido de pertenencia importante para realizar sus actividades diarias. Sienten que hoy la compañía se esfuerza por tener unas instalaciones apropiadas y en óptimas condiciones; así mismo, encuentran un ambiente de trabajo agradable y de buenas relaciones tanto con sus compañeros como con sus superiores.

Abordando ahora el aspecto de bioseguridad -tema que requería de constante mención en los colaboradores por la situación de pandemia vivida-; el área de Talento Humano diseñó campañas alrededor del mensaje clave “Cuida de ti, cuida del otro”, en las que, a través de formatos como piezas gráficas, cápsulas informativas, videos y podcasts difundidos a través del WhatsApp, la intranet corporativa, Teams o el correo electrónico, se planteaba educar en medidas de prevención y autocuidado frente al COVID-19.

También cabe señalar que, con la intención de ir en línea con el discurso de prevención y autocuidado, se realizó la entrega de elementos de protección personal a cada persona, entregando aproximadamente **170 tapabocas** entre los colaboradores; esto con la intención de mantenerlos protegidos y disminuir la probabilidad de contagio a causa del virus.

Del mismo modo, se adecuaron las oficinas con elementos de bioseguridad como termómetros, antibacteriales, alcohol y sustancias para la limpieza y desinfección en todos los puestos de trabajo y espacios comunes de los colaboradores.

Para nuestra feria Colombiamoda Digital 2020, se diseñaron e implementaron todos los protocolos de bioseguridad requeridos, atendiendo las disposiciones gubernamentales y buscando en todo momento preservar la salud y el bienestar de todos los participantes. Se destacó la entrega de tapabocas, trajes antifluido y caretas de protección para los colaboradores y equipo de apoyo externo; puestos de control de temperatura, lavado y desinfección de manos en los espacios donde se realizaron las puestas en escena y otras actividades del evento.

Lo expuesto hasta este punto encaminado a perseguir un único objetivo: proteger a todas las personas del COVID-19 y brindarles a ellos y su familia el acompañamiento necesario para afrontar una crisis social y sanitaria que tomó por sorpresa al mundo entero, y desde Inexmoda siempre se puso en primer nivel a los colaboradores.



## COMUNIDAD (PÚBLICO EXTERNO)

El área de Comunicaciones y Mercado empezó a crear estrategias orientadas a mantener activa y actualizada a la comunidad del Sistema Moda

La situación por la que se estaba atravesando hizo que las marcas se comunicaran con sus audiencias desde la empatía, siendo cercanos y humanos frente a los mensajes que se transmitían donde era fundamental mitigar el miedo y ser transmisores de optimismo y esperanza.

Desde Inexmoda se realizaron diferentes campañas:

1. El AVANT, símbolo que representa la marca Inexmoda, se separó de su logotipo (Inexmoda), como iniciativa para enviar a los diferentes públicos un mensaje de aislamiento social, a través de mensajes como:
  - a. Nos aislamos para juntos transformarnos
  - b. No seremos iguales: tendremos la misma esencia con más consciencia
2. #QuedateEnCasa: a través de un video a cargo de diferentes colaboradores, Inexmoda hizo un llamado al cuidado de la salud propia y la de los demás, evitando riesgos y cumpliendo el llamado obligatorio de no salir de casa desde el mensaje:

En este tiempo de incertidumbre, Inexmoda hace un llamado para que todos nos cuidemos.

Para que los niños puedan volver a estudiar.

Para que las personas puedan volver a trabajar.

Para que podamos salir a pasear con nuestra mascota.

Para que podamos volver a disfrutar de un encuentro con nuestros amigos.

Para que regresen las reuniones familiares.

Para recibir ese abrazo que nos alegra el día.

Cuidarnos no es moda, es nuestro compromiso.

Por ti.

Por mí.

Por todos nosotros.

Quédate en casa.

3. #EstáEnTusManos: en mayo el Instituto junto con diferentes aliados, lanzó la campaña #EstaEnTusManos, una iniciativa conectada con la reactivación parcial que empezaría a tener el comercio a partir del 1ro de junio, un momento esperanzador para los empresarios, pues llegaba una nueva oportunidad para que las marcas del Sistema Moda volvieran a brillar. Este motivo llevó a realizar un trabajo en conjunto con la industria de la moda,

donde Fenalco, Centro Unido, Asomacalza, Cámara Colombiana de la Confección, Cámara de la Moda y Textiles de la ANDI, Élite de la Moda y el Clúster Textil Confección de Medellín, Bogotá, Cali e Ibagué, Corporación Textilgrupo, quienes junto con Inexmoda, se unieron para crear la campaña #EstáEnTusManos, una invitación que nació para compartir un mismo mensaje: mantener vivo el presente del Sistema Moda.

Durante el 2020 la industria de la moda hizo grandes esfuerzos por mantenerse vigente a través de la innovación en sus modelos de negocio, dándole vida a nuevos productos y canales de comercialización, otra razón por la cual surgió la campaña #EstáEnTusManos, una iniciativa donde se hizo un llamado a la unión para que entre todos se apoyara a la industria.

4. **Conocimiento gratuito a un clic:** para Inexmoda entregar conocimiento hace parte de su propuesta de valor, pues es el vehículo que le permite a los actores del Sistema Moda estar actualizado ante los diferentes sucesos que ocurren tanto a nivel global como dentro de la industria. Es por ello que, durante la pandemia, se trabajó con la comunidad empresarial, donde se gestionaron Webinars e Instagram Lives gratuitos, los cuales lograron impactar a cerca de 15.000 personas, quienes se conectaron a dichos espacios para aprender sobre temáticas como estado económico de la industria, consumidor, marketing digital, macro tendencias, entre otros, conceptos que cobraron mayor valor e importancia durante el 2020 por el COVID-19.

## NEGOCIO

**Actuar con rapidez fue la esencia de Inexmoda para proponer nuevas soluciones a sus productos**

Durante la crisis, Inexmoda conformó unos equipos de trabajo que estuvieron dedicados a estudiar las tendencias del mundo, según las nuevas realidades, para definir el camino a seguir en las líneas estratégicas de la organización. Este planteamiento llevó a obtener respuestas como: Colombiamoda 2020 digital, Colombiatex 2021 omnicanal y la adecuación del Modelo de Negocio del área de Transformación hacia la virtualización, estrategias que se empezaron a ejecutar en el transcurso del año.

## TECNOLOGÍA

**El recurso que cobró mayor valor en época de pandemia**

La infraestructura tecnológica del instituto permitió migrar sin traumatismos los entornos de trabajo fuera de la Torre Inexmoda; contar con servicios publicados en la nube, equipos portátiles robustos, actualizados y seguros, herramientas colaborativas, conexiones privadas para la información corporativa, *backups*

continuos y soporte remoto para los colaboradores, fue clave para que Inexmoda se adaptara a un modelo flexible de trabajo, convirtiendo el teletrabajo en una realidad para el Instituto, desde el mismo día que se cerraron las oficinas. El hecho de contar desde el área de Tecnología con plataformas que no estuvieran limitadas a un espacio físico permitió que la productividad, la interacción entre equipos de trabajo y el cumplimiento de los objetivos se lograra desde la virtualidad.

El Instituto solía relacionar este concepto con el trabajo realizado únicamente desde las oficinas; midiéndolo de acuerdo con el número de horas laboradas y la cantidad de tareas desarrolladas (de ahí, que el trabajo en casa se considerara una alternativa poco fiable para la ejecución de las actividades diarias), sin embargo, como consecuencia de una pandemia que obliga a trasladar la oficina al hogar de cada colaborador, Inexmoda replanteó el concepto de productividad; entendiendo el trabajo en casa como una alternativa viable y sostenible en el tiempo que permite el desarrollo de las funciones propias de cada cargo de una manera novedosa, eficiente y eficaz.

Por otra parte, es importante destacar que la receptividad de cada colaborador a migrar a nuevas herramientas digitales, softwares y plataformas, convirtió el trabajo en casa en una experiencia más amena. Se evidenció un acompañamiento a cada uno de los equipos, comprendiendo las limitaciones respecto al uso de la tecnología y buscando las formas de acercarlos a ella.

Asimismo, se observó un alto espíritu de servicio y una buena capacidad de apertura a las sugerencias y ayudas que se pudiera brindar entre colaboradores, con la intención de mejorar los tiempos en la realización de las actividades diarias. Y lo que es más importante, se percibió un amplio deseo de aprender, de conocer más, de no limitarse con el conocimiento, optar por la investigación, por consultar e innovar, llegando así nuevas apuestas por la actualización en conocimiento.

En definitiva, aunque en un inicio el panorama fuera incierto y dicho cambio se interpretara como un reto difícil de asumir, la actitud de los colaboradores y la capacidad tecnológica con la que contaba el Instituto -caracterizada por los constantes *backups* realizados por el área de TI, la compra de licencias y softwares, el soporte remoto y la puesta a disposición de todos los equipos, permitió que el trabajar desde casa se convirtiera en una experiencia memorable y con posibilidades de continuar aplicando.

## LAS ÁREAS DE INEXMODA EVOLUCIONARON SEGÚN LAS NUEVAS REALIDADES

### CONOCIMIENTO Y TRANSFORMACIÓN:

El área de Conocimiento y Transformación mantuvo activo su portafolio de productos, los cuales se volcaron a un formato virtual para seguir impartiendo conocimiento a pequeñas, medianos y grandes empresarios del Sistema Moda. Inexmoda, durante el 2020, evidenció que independientemente de estar viviendo una pandemia, sus servicios de conocimiento seguirían activos, más en un momento donde estos serían clave para entender el contexto global que se vivía y poder actuar de manera rápida según las nuevas realidades.

#### 1. ÉPICA: RETO DE INNOVACIÓN

La Alcaldía de Medellín e Inexmoda le apostaron en el 2020 al crecimiento y desarrollo de **55 emprendedores** de Medellín, quienes tuvieron la oportunidad de recibir un proceso de formación virtual para fortalecer sus modelos de negocio, llevándolos a ser más competitivos, innovadores y rentables.

### MODELOS DE NEGOCIO PARTICIPANTES:

- Vestuario: 43
  - Marroquinería y calzado: 10
  - Joyería y bisutería: 9
  - Ropa hogar: 3
  - Insumos y servicios: 3
  - Retailer: 3
  - Cosmética: 2
  - Paquete completo: 2
  - Diseño y mobiliario: 1
- 
- Se generaron **\$ 20.2 mil millones en ventas** (estimadas a 31 de diciembre de 2020)
  - Se logró generar **268 puestos de trabajo**; y **20 nuevos empleos**, alcanzando un aumento del **8%**.
  - **42%** de los participantes trabajaron con madres cabeza de familia

### EL CONOCIMIENTO COMPARTIDO PERMITIÓ QUE:

- 53% accedieron a nuevos mercados nacionales
- 31% accedieron a nuevos mercados internacionales
- 82% ampliaron sus canales de comercialización

- 80% diversificaron sus clientes
- 71% estructuraron o modificaron su modelo de negocio
- 12% desarrollaron nuevo producto o servicio
- 90% definieron como política de la empresa la investigación e innovación
- 100% crearon nuevas estrategias de comunicación con sus clientes

## LA PARTICIPACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN ÉPICA ABRIÓ NUEVAS OPORTUNIDADES:

**Colombiamoda 2020**, plataforma de visibilidad y conexión donde **46 emprendedores participaron**, relacionándose con: **20 países** (Ecuador, México, Puerto Rico, Panamá y Estados Unidos) y **13 ciudades** (Medellín, Bogotá, Cartagena, Barranquilla y Cali).

## 2. ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS FORMALES

El desarrollo económico de Medellín continúa fortaleciéndose, gracias al trabajo en conjunto de Inexmoda y la Alcaldía de Medellín para potencializar las empresas productivas de la ciudad. **70 empresarios** fueron partícipes de Encadenamientos Productivos Formales, quienes recibieron, de manera virtual, herramientas para aumentar la productividad y generar relaciones sostenibles entre empresas ancla y proveedoras, logrando así agregar valor en su cadena de producción.

### MODELOS DE NEGOCIO PARTICIPANTES:

- Maquila: 54
  - Paquete completo: 31
  - Marca propia: 12
  - Proveedor: 2
  - Servicios para la confección: 2
- El programa generó \$ **139.6 mil millones en ventas** (estimadas a 31 de diciembre de 2020).
  - Se lograron **3.605 puestos de trabajo**; **117 nuevos empleos**, aumentando en un **3%**.
  - **65%** de los participantes trabajaron con madres cabeza de familia

### EL CONOCIMIENTO COMPARTIDO PERMITIÓ:

- 14% incrementó su productividad
- 19% disminuyó sus unidades defectuosas
- 10% disminución los tiempos de entrega
- 58% estructuraron o modificaron su modelo de negocio
- 91% implementaron mejoras en los procesos productivos de la empresa

Los participantes de Encadenamientos Productivos Formales lograron conectarse con la plataforma Colombiamoda 2020, logrando obtener nuevas oportunidades de negocio:

- **25 empresarios** participaron, quienes se relacionaron con **13 países** (como Chile, República Dominicana, Estados Unidos, Guatemala y México) y 25 ciudades del país como (Medellín, Bogotá, Ibagué y Cali).

### 3. PROYECTA NUEVOS MERCADOS

Inexmoda y la Gobernación de Antioquia entregaron herramientas de capacitación y formación para que las empresas antioqueñas llegaran a nuevos mercados internacionales. De esta manera, **107 empresas** se transformaron y recibieron formaciones en un formato virtual.

#### PARTICIPARON EMPRESARIOS DE LAS REGIONES ANTIOQUEÑAS:

- 52 participantes de Oriente
- 14 participantes del Norte
- 14 participantes de Urabá
- 7 participantes de Occidente
- 6 participantes de Bajo Cauca
- 6 participantes de Nordeste
- 6 participantes de Suroeste
- 2 participantes de Magdalena Medio

#### LOS PARTICIPANTES HACIAN PARTE DE LAS CATEGORÍAS:

- Vestuario: 143
- Marroquinería y Calzado: 20
- Joyería y Bisutería: 13
- Paquete Completo: 11
- Ropa Hogar: 8
- Insumos y Servicios: 5
- Cosmética: 3
- Diseño y Mobiliario: 1

*\*Una empresa podía pertenecer a más de una categoría.*

- Los empresarios lograron ventas por **\$16.7 mil millones** (estimadas a 31 de diciembre de 2020)
- Se generaron **903 puestos de trabajo** y **65%** de los participantes trabajaron con madres cabeza de familia.

Gracias a Proyecta, Nuevos Mercados, **30 empresas** participaron en Colombiamoda 2020, La Semana Digital de la Moda, quienes se conectaron con países como: Estados Unidos, Panamá, El Salvador, México y Guatemala; y ciudades como: Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cúcuta, Manizales y Pereira.

Adicionalmente, **20 empresas** recibieron asesorías personalizadas sobre Identidad de marca, canales y omnicanalidad, estrategia para llegar a nuevos mercados, exportación, estructuración de portafolio, análisis de mercados, mercadeo digital y negociación.

#### **SEIS MESES DE FORMACIÓN QUE PERMITIERON ALCANZAR RETOS COMO:**

- 60% Accedieron a nuevos mercados nacionales
- 30% Ampliaron canales de comercialización
- 95% Cambiaron o mejoraron el proceso de distribución
- 100% Diversificaron sus clientes
- 80% Desarrollaron nuevo producto o servicio
- 35% Estructuraron o modificaron su modelo de negocio
- 100% Definieron como política de la empresa la investigación e innovación
- 95% Crearon nuevas estrategias de comunicación con sus clientes
- 95% Implementaron mejoras a un producto o servicio existente
- 6% Aumento de empleados fijos

#### **4. VALIENTE, EL CAMINO DEL HEROE**

Inexmoda, USAID y ACDIVOCA, desarrollaron la primera edición de Valiente, programa que tenía como objetivo, desarrollar talentos entre las poblaciones de migrantes venezolanos, colombianos retornados y/o colombianos víctimas del conflicto armado emprendedores que habitan Medellín, buscando que pudieran acceder a nuevos mercados laborales, trabajando desde el ser para empoderarlos y conectarlos con el Sistema Moda de la ciudad.

Adicionalmente, Valiente se creó para beneficiar a los participantes desde un acompañamiento psicosocial para prepararlos para su futuro laboral o en la definición de sus modelos de negocio, así como desde la gestión de conexiones con aliados y empresas del sector con el objetivo de apostarle a la sostenibilidad del emprendimiento.

Para esta edición fueron **111 los participantes**, los cuales recibieron formación psicosocial y estratégica durante el proyecto.

### Los participantes estaban divididos en tres grupos:

1. **MODA COMO SERVICIO:** contó con 53 participantes, los cuales eran:
  - Venezolanos: 32
  - Colombo Venezolanos: 4
  - Colombianos: 17
    - Colombianos retornados: 5
    - Desplazados: 12

### INDICADORES GENERALES OBTENIDOS:

- El 91% de los participantes sintieron que después del proyecto cuentan con las herramientas necesarias para acceder a un empleo en puntos de venta del Sistema Moda.
- El 66% de los participantes lograron identificar empresas en las que les interesaría trabajar.

### INDICADORES ENFOCADOS EN LA INNOVACIÓN:

- El 96% de los participantes lograron desarrollar habilidades blandas para lograr un buen acercamiento con el consumidor.
- El 96% de los participantes reconocen el *visual merchandising* como herramienta de exhibición de los productos para captar la atención del público.
- El 94% de los participantes identifican la importancia de conocer las bases textiles existentes para brindar la asesoría adecuada al consumidor.

### INDICADORES DE IMPACTO Y APRENDIZAJE:

- El 88% de los participantes lograron identificar las tendencias de moda existentes actualmente.
- El 84% de los participantes lograron entender los factores que determinan las Macrotendencias.
- El 79% de los participantes identifican los diferentes eslabones de la cadena de valor de la industria textil.
- El 78% de los participantes aprendieron a identificar los tipos de tela a partir de sus características.
- El 70% de los participantes aprendieron a identificar el contenido y utilidad de una carta de color.



2. **MODELO DE NEGOCIO:** contó con 58 participantes, los cuales eran:

- Venezolanos: 6
- Colombo Venezolanos: 2
- Colombianos: 50
  - Colombianos retornados: 1
  - Desplazados: 49

#### **INDICADORES GENERALES OBTENIDOS:**

- El 45% de los participantes contaban con producción activa al finalizar el proyecto.
- El 62% de los participantes reestructuró o modificó su modelo de negocio.
- El 26% de los participantes accedieron a nuevos mercados.

#### **INDICADORES ENFOCADOS EN LA INNOVACIÓN:**

- El 95% de los participantes definieron la innovación como política de la empresa para lograr un mejoramiento continuo en los procesos.
- El 81% de los participantes crean, entregan y capturan más valor para su cliente.
- El 93% de los participantes lograron identificar a su consumidor y/o usuario.
- El 67% de los participantes desarrollaron nuevos productos o servicios.
- El 86% de los participantes implementaron estrategias y/o nuevos procesos al interior de la empresa.

#### **INDICADORES DE IMPACTO Y APRENDIZAJE:**

- El 70% de los participantes lograron identificar los seis (6) pilares de la transformación del Sistema Moda.
- El 72% de los participantes lograron identificar la diferencia entre ADN de marca y perfil del consumidor.
- El 79% de los participantes identificaron que, el posicionamiento de la marca es el lugar que ocupa en la mente del consumidor.
- El 58% de los empresarios aprendieron los factores claves de éxito del triángulo de la planeación estratégica.

#### **GESTIÓN VALIENTE FRENTE AL COVID-19**

El proyecto Valiente con el fin de mitigar la deficiencia de tapabocas, insumo de salud esencial para combatir el COVID- 19, realizó la producción de tapabocas para apoyar al personal de la salud de la ciudad.

- **Cantidad de tapabocas producidos:** 42.200
- **Emprendimientos impactados:** 12 beneficiarios
- **Número de impactados con la actividad:** 45 empleados de los talleres
- **Beneficiario del apoyo:** Hospital Pablo Tobón Uribe

## 5. SONNAR, EL ECO DIGITAL

En el marco de la pandemia, fortalecer los canales digitales, se convirtió en el reto principal de los empresarios de todas las industrias, puesto que este pasó a ser el canal principal de los consumidores, entendiendo que los accesos a los servicios estaban limitados desde la presencialidad debido al aislamiento obligatorio.

De esta manera surge Sonnar, El Eco Digital, programa entre Inexmoda y FEDEX, donde se seleccionaron **30 empresas de Medellín, Bogotá y Cali**, quienes tuvieron la oportunidad de formarse y explorar nuevos mercados, gracias a los aprendizajes obtenidos, los cuales estuvieron enfocados en marketing digital.

### CATEGORÍAS QUE PARTICIPARON:

- Joyería y bisutería
- Paquete Completo
- Vestuario masculino
- Vestuario femenino
- Vestuario infantil
- Insumos y servicios para la confección
- Marroquinería y Calzado
- Cosmética

### DURANTE LOS MESES DE FORMACIÓN, LOS PARTICIPANTES APRENDIERON SOBRE:

- Tendencias de consumo
- Marketing Digital
- Identidad de marca
- Internacionalización

### EL 100% DE LOS EMPRESARIOS ACEPTÓ EL RETO Y POTENCIÓ SUS HERRAMIENTAS DIGITALES, GENERANDO:

- **472** puestos de trabajo

- Ventas estimadas por \$ 35.000 millones de pesos para cierre de 2020

**SE ALCANZARON RETOS COMO:**

- 73% reestructuró su modelo de negocio
- 27% replanteó su ADN marca
- 83% desarrollo nuevas estrategias de comunicación
- 67% desarrollo nuevos productos y servicios
- 43% accedió a nuevos mercados internacionales
- 80% implementó nuevos procesos al interior de la empresa
- 57% abrió al menos un nuevo canal de comercialización
- 57% cambió o mejoró el proceso de distribución

## 6. PREGRADO NEGOCIOS ESTRÁTEGICA DE MODA

En el 2020, Inexmoda y la Escuela de Moda de la Universidad Sergio Arboleda presentaron su primer pregrado en Negocios Estratégicos de Moda, un programa con un enfoque único en Colombia, creado para preparar los futuros gerentes y empresarios de la industria y de esta manera seguir proyectando el legado de un país que es considerado epicentro de moda en América Latina. El programa iniciará en enero del 2021 en la ciudad de Bogotá.

En Colombia, la industria de la moda cuenta con una tradición textil de más de 100 años, que ha visto crecer marcas emblemáticas y reconocidas en diferentes países del mundo como Fabricato, Manufacturas Elliot, Leonisa, GEF, Punto Blanco, Studio F, Arturo Calle, Koaj, entre muchas otras, que hoy requieren profesionales con conocimientos específicos del negocio de la moda.

Por esto nace el Pregrado Negocios Estratégicos de Moda, un programa que lanzó Inexmoda y la Universidad Sergio Arboleda, con el fin de formar profesionales con las habilidades necesarias para dirigir o emprender en el negocio de la moda, con el conocimiento específico que esta industria requiere para seguir posicionando a Colombia como referente de moda a nivel mundial a través de modelos de negocio competitivos.

Una iniciativa que sentará las bases para construir un Sistema Moda más fortalecido desde la profesionalización del tejido empresarial en Colombia.

## CONEXIONES

Para Inexmoda el 2020 fue un año retador, pues tuvo que entender el contexto global que se vivía para lograr adaptar cada uno de sus productos, entre ellos las plataformas de conexión, que hacen parte del área de Conexiones del Instituto, las cuales tienen un gran peso para la sostenibilidad de la organización.

Esta razón impulsó a que el eje de conexiones tuviera que replantear el modelo de negocio convencional de las Ferias, el cual estaba enfocado en formatos físicos, teniendo que transformarlos en formatos completamente digitales, pero conservando la misma propuesta de valor: conectar a compradores, expositores y consumidores con la industria de la moda.

El 2020 inició con una puesta contundente por parte del Instituto, que consistió en la realización presencial de Colombiatex de las Américas, sin embargo, el impacto diferenciador lo recibió Colombiamoda, que después de hacerse por 31 años de manera ininterrumpida en formato físico, se transformó por primera vez a un formato digital.

### 1. COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS

La edición número 31 de Colombiatex de las Américas 2020, tuvo como protagonista los negocios, las tendencias y el conocimiento, pero, además, se convirtió en un escenario para hacer un llamado a construir una industria textil-confección más sostenible, siendo un **espacio de educación y discusiones en torno a la sostenibilidad ambiental. La Feria logró:**

#### NEGOCIOS

- Reunir a **546 expositores de 21 países**, quienes presentaron sus innovaciones en materia de sostenibilidad y tecnología.
  - o Participaron **328 expositores colombianos** provenientes de **Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca.**
  - o Desde el frente internacional, contó con **218 expositores** que llegaron principalmente desde **India, Brasil e Italia.**
  
- Los expositores evidenciaron propuestas como:
  1. **Sostenibilidad ambiental:** el reúso del plástico, tratamientos para purificar el agua y la reducción de emisiones de gases.
  2. **Tecnología:** brazos robóticos, modelación 3D y la transformación digital de la industria.
  3. **Textiles técnicos:** fibras inteligentes que no pierden su forma con el uso de materiales amigables con el medio ambiente.

- **13.682** compradores llegaron al evento, de los cuales:
  - o **12.587** fueron colombianos de regiones como: **Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca.**
  - o **1.542** compradores internacionales visitaron el evento desde países como **Ecuador, Perú y México.**
- En el eje de negocios, la Feria también se resaltó la creatividad y la producción 100% colombiana. Por esto, 18 diseñadores e ilustradores gráficos ofrecieron sus creaciones a través del **Mercado Gráfico**; y se incentivaron los negocios de expositores colombianos a través del **Sello Origen**, que diferenciaba a **114 marcas** que contaban con líneas de producto fabricadas en Colombia.

## TENDENCIAS

### **SOSTENIBILIDAD: EL LLAMADO DE INEXMODA A LA INDUSTRIA DE LA MODA**

- Colombiatex de las Américas 2020 presentó avances en materia de **Sostenibilidad** donde se destacaron prácticas como:
  - o Reciclaje de materiales como el PET y la ropa usada para crear nuevas fibras
  - o Tratamiento de aguas para ser reutilizadas en el proceso productivo o regresarlas a los ríos
  - o Uso de nuevas fuentes de energía como pantallas solares
  - o Implementación de químicos o sustancias certificadas para generar impacto cero sobre el medio ambiente
- Para centralizar las prácticas sostenibles que se encontraban exponiendo las marcas participantes, se realizó la **Ruta de la Sostenibilidad Ambiental**, donde se logró visibilizar las innovaciones y procesos de **57 empresas**, las cuales 54% eran colombianas y el 46% internacionales de países como Brasil y España.

### **TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA EL NEGOCIO DE LA MODA**

- La muestra comercial de Colombiatex de las Américas 2020 presentó grandes avances en tecnología para la industria de la moda, que no solamente logran aumentar la productividad, eficiencia y competitividad de las organizaciones, sino que mejoran las condiciones de trabajo de las personas, y en algunos casos pueden hasta reducir los problemas médicos de los trabajadores. Se presentaron:
  - o Brazos robóticos para automatizar procesos productivos
  - o Sistemas de modelación 3D para reducir reprocesos y sobrecostos

- Sistemas de producción con inteligencia artificial

## **TENDENCIAS DE MODA SE DESCUBREN EN COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS**

- El **Foro de Tendencias** presentó información de moda para la temporada Primavera-Verano 2020 a través de la exposición de textiles e insumos pertenecientes a los expositores de la Feria, y conferencias diarias sobre el tema, que convocó cerca de **2.000 personas** durante los tres días del evento.
- Para esta edición, Inexmoda a través de su Feria, realizó una vez más un tributo al Denim, con el **Denim Day**, una invitación a los asistentes de Colombiatex de las Américas para usar su mejor atuendo en este material y vivir dentro de la Feria diferentes actividades que llevaban a celebrar la existencia de este icónico tejido.

## **CONOCIMIENTO**

### **ENFRENTANDO EL FUTURO DE LA INDUSTRIA, A PARTIR DEL CONOCIMIENTO**

El Pabellón del Conocimiento Inexmoda-UPB, contó con **29** expertos quienes compartieron sus saberes sobre el **ser, la sostenibilidad y el negocio de la moda**, a partir de conferencias y talleres que reunieron cerca de **7.000** personas en sitio y más de **7.400** personas conectadas a través de *streaming*.

### **UNA FERIA QUE ACTIVÓ LA DINÁMICA DE LA CIUDAD**

- La derrama económica del evento para la ciudad de Medellín estuvo calculada en **\$9.4 millones de dólares**
- La ciudad logró una ocupación hotelera del **91%**
- Según los estudios de la firma investigadora Invamer, las expectativas de negocio fueron de **\$753 millones de dólares**, de los cuales **56%** se materializaron durante el evento. Las categorías que activaron estos negocios fueron los textiles (43%), la maquinaria (12%), los insumos químicos (11%), paquete completo (8%) y las fibras textiles (6%).

*Aliados Colombiatex 2020: Alcaldía de Medellín, ProColombia, Universidad Pontificia Bolivariana.*

## **2. HEIMTEXTIL COLOMBIA 2022**

En el marco de Colombiatex de las Américas 2020, **Inexmoda y Messe Frankfurt** anunciaron su alianza para conquistar las Américas con la realización de **Heimtextil Colombia**, una feria que se posicionará como el evento de diseño de interiores y hogar más importante del continente.

Messe Frankfurt, uno de los organizadores de eventos más importantes del mundo, concedió la licencia de este evento a Inexmoda ante el crecimiento en la construcción de hogar y hotelería en América, donde se esperan:

- 110 expositores
- La participación de expositores de países como: **Turquía, España, Italia, Portugal, Colombia, Francia, Grecia, Brasil, México, entre otros.**
- La participación de visitantes de las Américas, especialmente de aquellos países con el mayor potencial de mercado: **Estados Unidos, Brasil, México, Perú, Colombia, entre otros.**

El desarrollo del turismo y la movilidad en las Américas ha impulsado un sorprendente aumento en la demanda de servicios de hospedaje y ha aumentado las tasas de construcción, lo que crea nuevas oportunidades para empresas y compradores profesionales en estas categorías, que podrán reunirse en Heimtextil Colombia.

La llegada de Heimtextil Colombia a las Américas representará el primer paso para posicionar a este país como el lugar de encuentro de minoristas, mayoristas, diseñadores, tiendas de muebles y ropa de cama, decoradores de interiores, arquitectos de interiores, arquitectos, proveedores de hoteles y muchos otros responsables de la toma de decisiones, y un lugar para encontrar nuevas oportunidades para un mercado en crecimiento.

Heimtextil Colombia abrirá sus puertas por primera vez del **26 al 28 de abril** de 2022, mostrando tendencias e innovaciones para las categorías más atractivas de América, como **ropa de cama inteligente, moda de baño, alfombras y tapetes, decoración de paredes, telas decorativas, textiles a contrato y el negocio de hotelería y hospedaje.**

### ¿Quién es Messe Frankfurt?

Messe Frankfurt es el mayor organizador de ferias, congresos y eventos del mundo con su propio recinto ferial. El grupo emplea a más de 2.600 personas en 30 ubicaciones en todo el mundo. El programa de Messe Frankfurt cubre automotriz, movilidad y logística, textiles, tecnología textil, medios de entretenimiento, industria creativa, eficiencia energética, tecnología, seguridad, bienes de consumo, hogar, belleza y otros eventos bajo los más altos estándares en planificación y organización de eventos. Con alrededor de 150 ferias por año, Messe Frankfurt está constantemente explorando la mejor manera de reunir a empresas y compradores profesionales de diferentes industrias.

### ¿Qué es Heimtextil?

Es el evento mundial más importante de la industria y la mayor feria internacional de textiles para el hogar y por contrato celebrada en Frankfurt, Alemania. Con sus nuevos productos y tendencias, comienza la próxima temporada y da importantes impulsos tanto a las empresas expositoras como a los visitantes profesionales y a los encargados de tomar decisiones de todo el mundo. El evento se ha centrado especialmente en los textiles por contrato, que son cada vez más atractivos para una audiencia interesada de arquitectos, diseñadores de interiores, planificadores de objetos y expertos en hotelería que constantemente exigen textiles con prácticas funcionales en el mundo. Por lo tanto, Messe Frankfurt ha creado una red de ferias comerciales en diferentes países del mundo en respuesta a las crecientes oportunidades de mercado en países como Rusia (Heimtextil Rusia), China (Intertextile Shanghai), EE. UU. (Home Textiles Sourcing) y Japón (Interior Estilo de vida Tokio)

### 3. COLOMBIAMODA, LA SEMANA DIGITAL DE LA MODA

Uno de los retos más grandes para Inexmoda durante la pandemia, fue enfrentar la tarea de cómo sería la transformación de una de las ferias más representativas del país: Colombiamoda 2020, en un contexto donde estaban prohibidos los eventos presenciales y la aglomeración de personas en un mismo recinto ferial; las ventas en la industria cayeron en un -44% (abril 2020 vs 2019); el comercio se cerró a cabalidad, al igual que las fronteras; y el PIB se contrajo -15,7% (segundo trimestre de 2020) y según la fuente Eventforce, el 27% de los eventos de moda internacionales se estaban cancelando, el 46% se estaba posponiendo y el 25% estaba buscando nuevas soluciones para llevarlos a cabo.

A partir de esta realidad, Inexmoda decidió ser parte del 25% de buscar nuevas alternativas y empezó a trabajar en un nuevo modelo de negocio para Colombiamoda, orientando completamente a la virtualidad. A partir de ese momento, surge un equipo que se dedicó a estudiar las tendencias del mundo para definir el camino a seguir en las líneas estratégicas, entre ellas Colombiamoda, siendo la evolución de un sueño, que el momento menos esperado, se hizo realidad.

Esta decisión abrió nuevas oportunidades, fortaleció a los equipos en nuevas capacidades y evidenció el talento, compromiso y creatividad del equipo Inexmoda.

### ¿Cómo ocurrió?

- **20 de abril:** el equipo directivo decide continuar con la realización de la feria en las mismas fechas del evento.



- **21 al 29 abril:** estructuración del modelo de negocio de Colombiamoda Digital
- **30 de abril:** El consejo directivo de Inexmoda aprueba la realización del proyecto
- **14 de mayo:** se lanza oficialmente Colombiamoda, La Semana Digital de la Moda al público. Este mismo día, el Presidente de la República, Iván Duque, invita a Carlos Eduardo Botero, Presidente de Inexmoda, a hacer parte del programa “Prevención y Acción” donde a diario se reportaba cómo se estaba trabajando la pandemia desde diferentes frentes de Gobierno. Esta invitación surgió como un reconocimiento a Inexmoda para dar a conocer cómo había transformado una Feria como Colombiamoda, mostrando así su capacidad de resiliencia y reacción.

De esta manera, Inexmoda a pesar de las situaciones que se vivían, continuó con su misión de transformar el negocio de la moda y conectarla con el mercado, cumpliéndole a la industria Textil-Confección y al Sistema Moda con Colombiamoda, La Semana Digital de la Moda, una feria que se siguió haciendo de manera ininterrumpida y que desde su nuevo formato evolucionó como plataforma comercial manteniendo su misma esencia y con una nueva consciencia, adaptada a los contextos actuales.

Es así como los tres meses de conceptualización de Colombiamoda 2020 permitieron que, desde ideas innovadoras, los negocios, la moda y el conocimiento se democratizara, reuniendo a través de [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com), cerca de **220.000 visitantes** provenientes principalmente de países como Perú, Ecuador, Costa Rica, Estados Unidos y México; y desde regiones colombianas como Antioquia, Bogotá y Valle del Cauca, Caldas y Atlántico. Una labor que fue posible gracias a los **69 integrantes del equipo Inexmoda**, las **405 personas empleadas** y las **85 entidades aliadas** que se arriesgaron e hicieron realidad Colombiamoda 2020.

#### NEGOCIOS:

Fechas: 27 de julio a 6 de agosto

En: [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com)

- Se logró reunir a **455 marcas** oferentes.
- Las marcas participantes hacían parte de países como: **Estados Unidos, Brasil, Perú, Portugal, Uruguay**; y de regiones colombianas como: **Antioquia, Cundinamarca, Santander, Valle del Cauca y Norte de Santander.**

- La plataforma de negocios virtual contó con **3.200 compradores**, **2.500 de ellos nacionales** de departamentos como: **Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca y Santander** y **700 internacionales** de países como: **Ecuador, México, Estados Unidos, Perú, Panamá, Costa Rica y Puerto Rico**.
- Este espacio se extendió hasta el **6 de agosto** con el fin de darle más tiempo a los participantes para seguirse reuniendo virtualmente con los oferentes y compradores, buscando nuevas formas de activar la dinámica económica de la industria.
- Se pactaron cerca de **4.400 citas** donde se destacó principalmente categorías de interés como: **Accesorios, Vestuario, Textiles, Bioseguridad y Calzado**.
- Dentro de las novedades de este eje, se destacó la participación de marcas con productos orientados a **Moda Consciente (33%), Bioseguridad (20%), Protección (17%) y Textiles Económicos (3%)**, llegando a Colombiamoda 2020 con unas interesantes propuestas acordes a las necesidades actuales de los consumidores.
- En el **Foro de Tendencias** contó con **29 conferencias** correspondientes a la temporada **Otoño-Invierno 20/21**, conectando en una misma plataforma a alrededor de **5.100 personas**, quienes, además, pudieron conocer por parte de los oferentes de Colombiamoda 2020, **las 200 muestras textiles e insumos** que fueron expuestas a través de recursos como fotografías.

### **MARKETPLACE TIENDA ONLINE COLOMBIAMODA 2020**

Fechas: 27 de julio a 9 de agosto

En: [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com)

- Este nuevo escenario de la Feria se creó en alianza con Mercado Libre como estrategia para incentivar el comercio electrónico, más en un momento donde se fortalecían a diario los canales digitales para la adquisición de productos/servicios. Para esta ocasión 85 marcas colombianas participaron con sus diferentes categorías de producto como Femenino, Masculino, Íntimo, *Beachwear*, Calzado, accesorios entre otros.
- Durante la pandemia, Mercado Libre evidenció la importancia de los artículos de moda dentro de su Marketplace, con un incremento de más del 70% en ventas de enero a julio en la categoría, siendo una razón para que Colombiamoda fuera la ocasión perfecta para lograr vincular a más de 70 marcas dentro de la plataforma, sumando más de 1.000 artículos vendidos.

## CONOCIENTO ENTREGADO A TRAVÉS DE LA VIRTUALIDAD

Fechas: 27 a 31 de julio

En: [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com)

- **Pabellón del Conocimiento Inexmoda-UPB:** para esta edición estuvo centrado en las temáticas de tendencias, modelo de negocio, transformación digital y sostenibilidad. En total se tuvieron **27 conferencias** de expertos de Colombia, Estados Unidos, España, México, Francia, entre otros, que se conectaron con cerca de **74.000 visitantes**, destacando la participación de países como **Colombia, Estados Unidos, Ecuador y Perú**. Desde Teleantioquia, como canal oficial, se lograron conectar **206.660 hogares** a este eje de conocimiento.
- **Masterclass, Talleres y Asesorías:** Inexmoda, creó un nuevo espacio para Colombiamoda 2020 creado para seguir compartiendo conocimiento a través de diferentes expertos. Se tuvieron **5 Masterclass, 15 talleres y 21 expertos asesores**, los cuales reunieron gracias a la virtualidad a cerca de **2.000 personas**, quienes se **capacitaron** en temáticas como consumidor, tendencias de moda, marketing digital, sostenibilidad, entre otros.

## MODA, UNA EXPERIENCIA EN PRIMERA FILA

Fechas: 30 de julio a 1 de agosto

En: [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com)

- Colombiamoda, La Semana Digital de la Moda contó con **18 Puestas en Escena y 31 actividades de Entretenimiento** que estuvieron acompañados de moda, tendencias, bienestar y cultura.
- Las marcas presentaron propuestas creativas que recorrían diversos conceptos, como los video juegos, *fashion films*, los años dorados, el Amazonas y hasta las fases de la luna. La dinámica de la moda para esta edición de la Feria se adaptó al contexto que vivía el mundo, así que siguiendo la estrategia *See Now Buy Now*, las marcas y diseñadores buscaban generar emoción a través de sus propuestas y conexión inmediata con las plataformas de venta en línea de cada marca, que se encontraban disponibles inmediatamente después de la salida al aire de las puestas en escena de moda.
- AVON, por tercer año consecutivo fue el encargo de llenar de color y estilo las Puestas en Escena de Moda, evidenciando a través del maquillaje y el *styling* las tendencias para la temporada; pero además se encargaron de compartir un mensaje de *Libertad* a través del maquillaje y la propuesta de creatividad realizada entre Diego Guarnizo y la Fundación AVON que dio apertura a las Puestas en Escena de Colombiamoda 2020, entregando un mensaje de respeto hacia la mujer.

- Diseñadores como como **Guio Di Colombia, Lugó Lugó y Andrés Pajón** y marcas representativas de la industria como **Leonisa, Mercedes Campuzano, GEF, Punto Blanco, Vélez y Chamela**, hicieron parte de este **ejercicio**. También las colaboraciones se destacaron dentro de esta edición, donde se percibieron propuestas entre alianzas como **Diego Guarnizo y Fundación Avon para la Mujer; Banco de Bogotá y Pink Filosofý, Arkitect y Beatriz Camacho**, entre otras.
- El talento joven también se expresó desde diferentes ideas creativas que reflejaron el potencial de la industria, entre ellas se contó con los estudiantes de la **Universidad Pontificia Bolivariana y La Colegiatura Colombiana; Religare**, fue la marca de Medellín selecciona para tener su Puesta en Escena de Moda desde el programa **Épica: Reto de Innovación**; mientras que **Mompossina, Guillermo Castro, SieteOchenta y LaBloom**, también fueron seleccionados desde este programa, que se realiza en alianza con la Alcaldía de Medellín para fortalecer los modelos de negocio de las marcas participantes. Estos cuatro emprendedores evidenciaron su creatividad a través de la Puesta en Escena El Cubo Medellín Futuro.

### **ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO SE DISFRUTARON DESDE CASA**

Fechas: 30 de julio a 1 de agosto

En: [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com)

- Para esta edición del evento, tanto Inexmoda como las marcas participantes le apostaron a la democratización de la moda a través de nuevos contenidos como el entretenimiento, que buscaban que las personas en sus casas pudieran divertirse y encontrar momentos de esparcimiento. Clases de baile, cocina, enfrentamientos de maquillaje y talleres de vestuario, fueron algunos de los espacios que propició Inexmoda de la mano de marcas como **AVON, Leonisa, Falabella, Alcaldía de Medellín, Gobernación de Antioquia, Americanino, Chevignon**, entre otras.
- Además, con una mirada cultural de la moda, Inexmoda presentó minidocumentales que se encargaron de evidenciar la tradición textil que existe a nivel local, regional y departamental. Expertos y diseñadores como **ALADO, Diego Guarnizo, Miguemo**, entre otros, fueron los responsables de contar las historias que existen detrás de esta importante industria.

El eje de Moda y Entretenimiento de Colombiamoda 2020, reunió a cerca de **79.000 visitantes** quienes se conectaron a través de [www.colombiamoda.com](http://www.colombiamoda.com) y redes sociales. Desde Teleantioquia y TeleMedellín, como canales aliados, **419.000 hogares** se conectaron a esta experiencia, siendo testigos de la creatividad de la industria nacional, la cual se reflejó desde diferentes propuestas audiovisuales que se encargaron de utilizar la moda como vehículo de comunicación para ser transmisores de mensajes sociales y culturales.

*Aliados Colombiamoda 2020: Gobernación de Antioquia, Alcaldía de Medellín, ProColombia, Universidad Pontificia Bolivariana, AVON, Teleantioquia, TeleMedellín y Banco de Bogotá, hicieron posible la edición número 31 de Colombiamoda.*

#### 4. UNIQUE, EDICIÓN ESPECIAL FASHION TRUST ARABIA

Durante Colombiamoda 2020, la Semana Digital de la Moda, Inexmoda, ProColombia y Fashion Trust Arabia celebraron la alianza creada para llevar el diseño colombiano a Qatar en el 2021 para proyectarlo a mercados internacionales. El proyecto llamado UNIQUE, Edición Especial Fashion Trust Arabia 2021, tiene como objetivo potenciar las capacidades de los diseñadores colombianos para ingresar a las principales casas de moda del mundo a través de mentorías y acompañamiento en el cierre de negocios.

Este proyecto surge debido a que Fashion Trust Arabia puso los ojos en el diseño colombiano, es así como esta organización sin ánimo de lucro con base en Qatar que ofrece apoyo financiero, acompañamiento en negocios y reconocimiento a diseñadores, en cabeza de su alteza Sheikha Moza Bint Nasser y su excelencia Sheikha al Mayassa, madre y hermana del actual Emir de Qatar, cada año convocan a 25 diseñadores de diferentes categorías de producto para que concursan por la oportunidad para recibir mentorías y acompañamiento en el cierre de negocios con distintas casas de moda en el mundo. En ediciones anteriores, el concurso ha tenido jueces reconocidas como Victoria Beckham y Olivier Rousteing.

Para el 2021 el país invitado será Colombia, es por ello que Fashion Trust Arabia abrió una nueva categoría en el concurso enfocada al diseño colombiano donde participarán cuatro diseñadores del país para competir por el primer puesto. El programa UNIQUE, edición Fashion Trust Arabia 2021, busca que los diseñadores que tengan el mayor potencial para enfrentarse a los mercados internacionales, participando en estos espacios de visibilidad y como plataformas de negocios que les permitirá conectarse con compradores del mundo.

La convocatoria que se abrió la misma semana de Colombiamoda 2020, logró que **89 marcas y diseñadores** del país se registrarán, de estas se seleccionaron un grupo de **20** como preseleccionados, siendo este el grupo de donde saldrán los cuatro finalistas que viajarán a Qatar en el 2021. Los finalistas se darán a conocer en el marco de Colombiatex de las Américas 2021.

#### Diseñadores y marcas preseleccionados:

- A New Cross
- Alado Group
- Aldea
- Amodo Mio

- Andrea Landa
- Andrés Pajón
- Carlo Carrizosa
- Cubel
- Daniella Battle
- Erika Quizena
- Infinia Estamp
- The Shirt Lab
- La Petite Mort
- Laura Laurens
- Lugó Lugó
- Natalia Londoño
- Oropéndola
- Pdhs
- Priah
- Jhoan Sebastián Grey

La definición de los finalistas fue realizada bajo las votaciones de un jurado internacional compuesto por 21 expertos del mundo de la moda entre los que se encuentran: Johanna Ortiz, Nina García, Hamish Bowles, Sarah Andelman, Natalie Kingham, Carmen Busquets, Fabio Piras, Patti Wilson, Gabriela Hearst e Inexmoda.

El ganador del concurso tendrá la oportunidad de recibir mentorías y acompañamiento estratégico en su negocio por parte de expertos del mundo; además, Fashion Trust Arabia lo conectará con compradores de diseño de autor del mundo, para abrir oportunidades de negocio; y también recibirá un apoyo económico para seguir fortaleciendo su marca.

*Aliados Unique, Fashion Trust Arabia: Fashion Trust Arabia y ProColombia*

## ¿QUÉ VIENE PARA INEXMODA EN EL 2021?

Después de vivir un año como el 2020, Inexmoda decidió poner en marcha a finales del presente año, un plan de reactivación económica para el Sistema Moda que espera ejecutar durante el 2021. Esta iniciativa estará orientadas a fortalecer el tejido empresarial e industrial, visibilizar el diseño colombiano en mercados internacionales e impulsar sus escenarios feriales según el contexto actual.

Como se evidenció en el transcurso de este documento, Inexmoda se encuentra realizando programas de transformación empresarial, parte esencial de la misión del Instituto, donde están participando cerca de **260** empresas del Sistema Moda, que se encuentran recibiendo diferentes formaciones orientadas al emprendimiento, canales digitales, procesos de innovación en sistemas productivos y exportaciones. Estos programas les darán las herramientas necesarias a los empresarios para ser más competitivos y enfrentar los desafíos de 2021.

Otra de las iniciativas en las que se enfocará el Instituto para fortalecer al Sistema Moda será el programa Unique, edición especial Fashion Trust Arabia 2021,

liderado por Inexmoda, ProColombia y Fashion Trust Arabia. Cinco diseñadores colombianos participarán en la categoría *Ready to Wear* Colombia y el ganador tendrá la oportunidad de recibir mentoría por un año y acompañamiento para conectarse con importantes casas de moda del mundo.

Durante el 2021, Inexmoda contará con una nutrida agenda comercial a través de sus ferias, que, en el marco del contexto global, se han adaptado para seguir conectando a oferentes, compradores y el consumidor final con la industria de la moda. Las reconocidas ferias Colombiatex de las Américas y Colombiamoda, La Semana de la Moda de Colombia, harán parte de esta agenda.

De esta manera, Inexmoda se prepara para contribuir a la reactivación económica enfocando sus esfuerzos en el fortalecimiento del Sistema Moda, a través de sus programas de formación, transformación empresarial y plataformas de conexión, que seguirán creando nuevas oportunidades para la dinamización de la industria.