

OBSERVATORIO DE MODA

2022 FEBRERO

RADDVA Consumer
Knowledge
Group

| **inexmoda**
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

| **sectorial**
www.sectorial.co

REGRESA

26 - 28 JULIO

COLOMBIAMODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA®

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS

2 0 2 2

Porque la energía es más poderosa
cuando las ideas se juntan



inexmoda
CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA

¿QUÉ ENCONTRARÁS?

MACROTENDENCIAS ¿QUÉ ESTAMOS VIVIENDO?
GASTO DE LOS HOGARES COLOMBIANOS EN MODA
CIFRAS DE COMERCIO EXTERIOR
TENDENCIAS PRIMAVERA VERANO 2022
MARCAS PARA TENER EN LA MIRA





WORTH

COLOR OI 21-22

FASHION
SNOOPS

inexmoda
CONOCI, CONECTA Y TRANSFORMA

En este informe, el color **Worth**

En una época en la que cuestionamos constantemente lo que es valioso, Worth es una joya en tono dorado necesaria que representa un nuevo nivel de glamour suavizado.

El tono cálido de amarillo es **optimista sobre los tiempos que se avecinan**, aunque también está firmemente arraigado en expectativas realistas. Proyecta un brillo nutritivo contra otros colores, sin importar si son complementarios o contrastantes.

Aunque el oro está tradicionalmente ligado a la riqueza, Worth ofrece **una alternativa a la riqueza que tiene más que ver con la longevidad** que con los bienes materiales. Todos pueden conectarse con su majestuosidad y opulencia cotidianas.



FASHION SNOOPS | **inexmoda**
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

*¡Información que te inspira a crear
de manera sorprendente!*

maria.correa@inexmoda.org.co

Cel: +57 320 727 7625



¿QUÉ ESTAMOS VIVIENDO?



Buscamos respuestas en una **conciencia superior**.

Las marcas, la política, los medios y el entretenimiento finalmente han comenzado a representar la **inclusión**, pero todavía tenemos un largo camino por recorrer.

Generar confianza se ha convertido en un pilar clave para fortalecer nuestras comunidades y hacer crecer nuestra economía.



La tecnología nos controla, las plataformas sociales difunden desinformación y las regulaciones gubernamentales no están equipadas para protegernos, **esto revela las consecuencias no deseadas de la innovación tecnológica**.

Los municipios deberán **lanzar programas que mejoren el ambiente** entre empresas y trabajadores y las marcas interdependientes deben **resolver problemas compartidos** para trabajadores y consumidores.

WORTH

COMUNIDAD

DECLARACIÓN DE INTERDEPENDENCIA



La interdependencia y la comunidad se convierten en ideas revolucionarias que impactan el cambio cultural. El deseo de unificación impulsa una Cultura de los Comunes en la que una red de personas colabora para asumir grandes desafíos y hacer las preguntas correctas.

Las marcas trabajan al unísono para crear soluciones a problemas globales estratificados. Por lo tanto, cambiamos nuestro espíritu de "cada hombre por sí mismo" a "estamos todos juntos en esto".

EVOLUCIÓN

MONEDA DIGITAL



Los pagos digitales y los sistemas monetarios sin efectivo surgen a medida que las sociedades intentan frenar las pérdidas económicas de operar en efectivo (aproximadamente el 0,5% del PIB nacional).

A medida que aumenta la desconfianza en las instituciones financieras, la tecnología de cadena de bloques de autorregulación de las criptomonedas se vuelve más deseable para los consumidores. Surgen nuevos tokens creados por Facebook, JP Morgan o incluso el Banco Central.



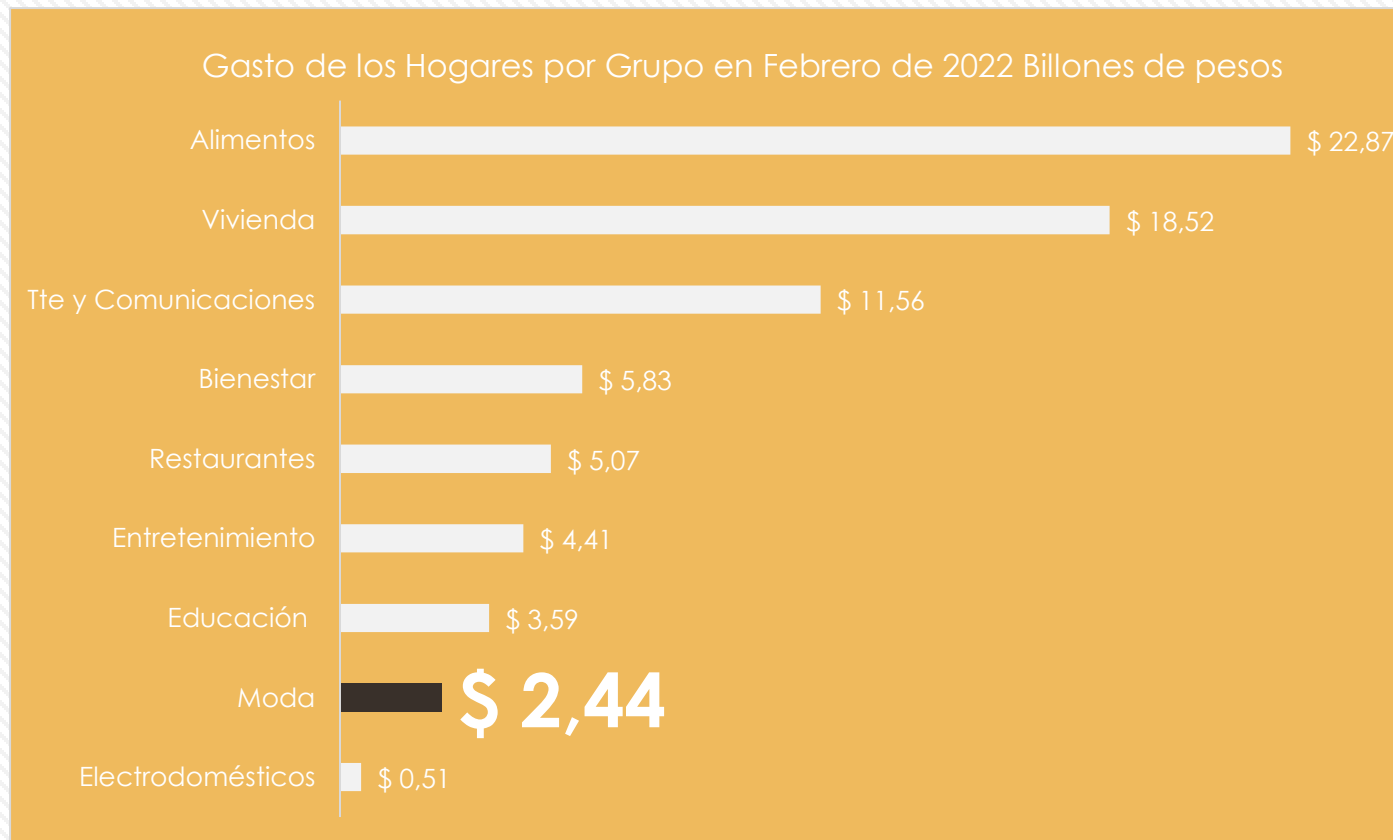
GASTO DE LOS HOGARES EN MODA

En **febrero**, el gasto en moda se ubicó en **2,44** billones de pesos, **un 6,0% más** que el registrado en febrero de 2021.

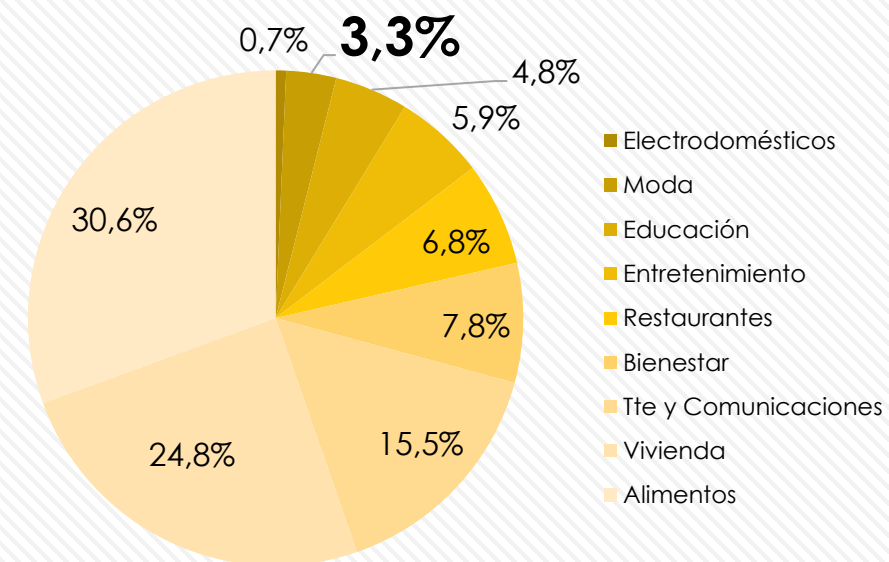
De enero a febrero el gasto de los hogares en moda **creció 7,4%** frente al 2021

La canasta moda representó en febrero el **3,3%** del gasto de los hogares.

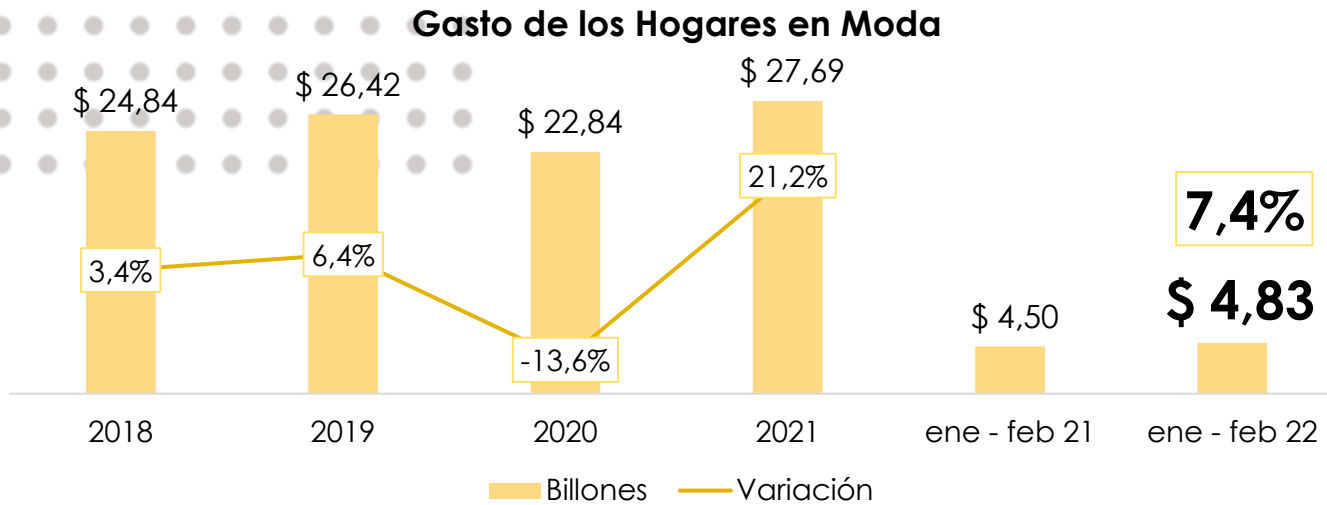
GASTO TOTAL Y POR CANASTAS



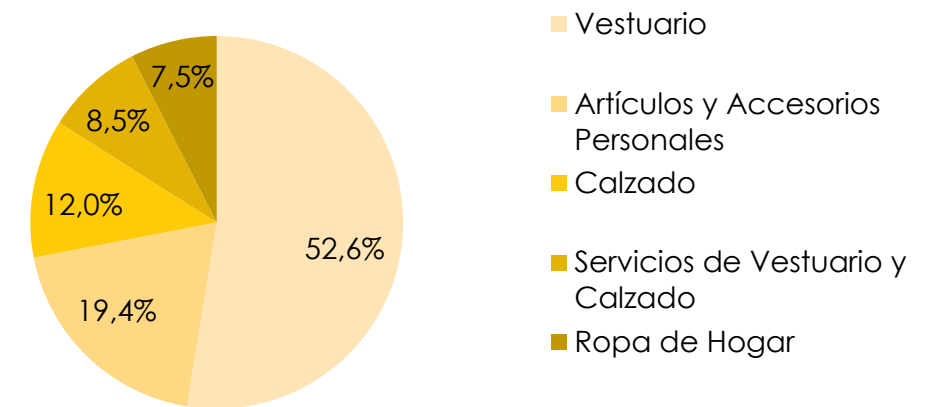
Participación en el Gasto Nacional



GASTO DE MODA POR CATEGORÍAS

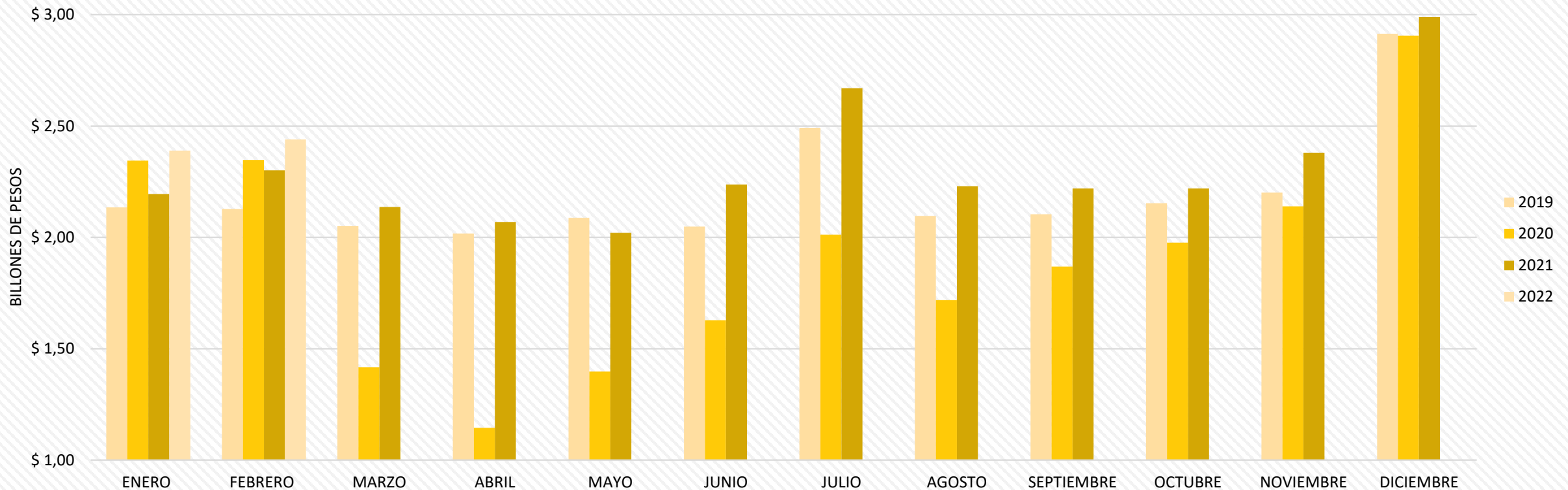


Participación de Categorías en el Consumo de Moda Enero 2021



Crecimiento 2021:
Frente a 2020: (+21%) Frente a 2019: (+4,8%)
Proyección Inicial de Crecimiento 2022: (+5%)

CONSUMO DE MODA EN COLOMBIA



CONSUMO 2019: COP\$26,4 B (+6%)

CONSUMO 2020: COP\$22,9 B (-13%)

CONSUMO 2021: COP\$27,7 B (+21%) **(Frente a 2019:+5%)**

PROYECCIÓN 2022: COP\$29 B (+5%)

Cifras: Raddar. Elaboración: Sectorial

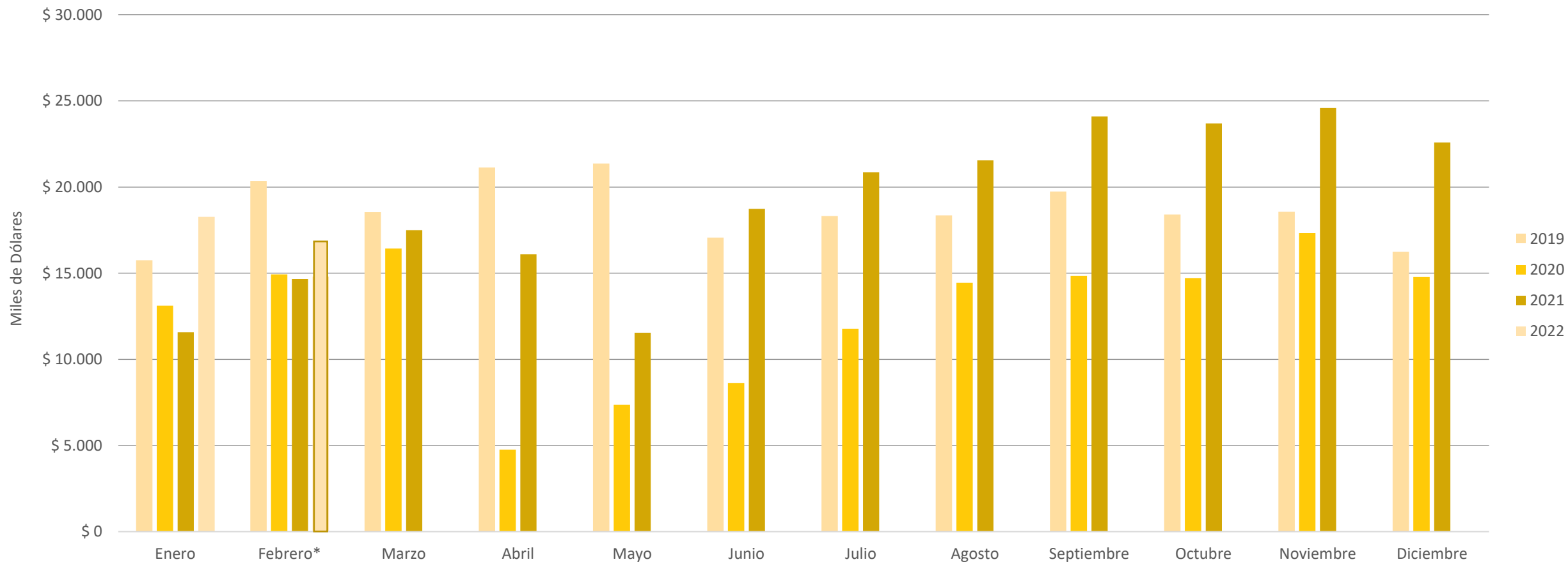


CIFRAS DE COMERCIO EXTERIOR POR SECTOR



TEXTILES

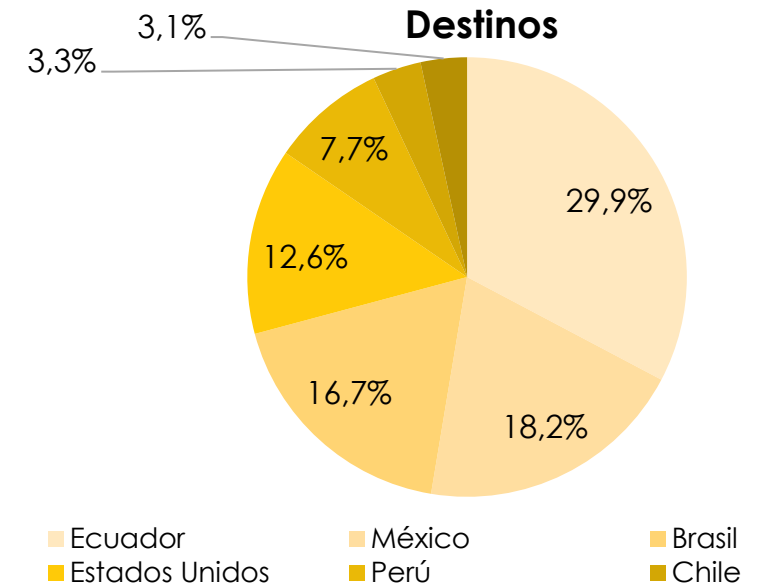
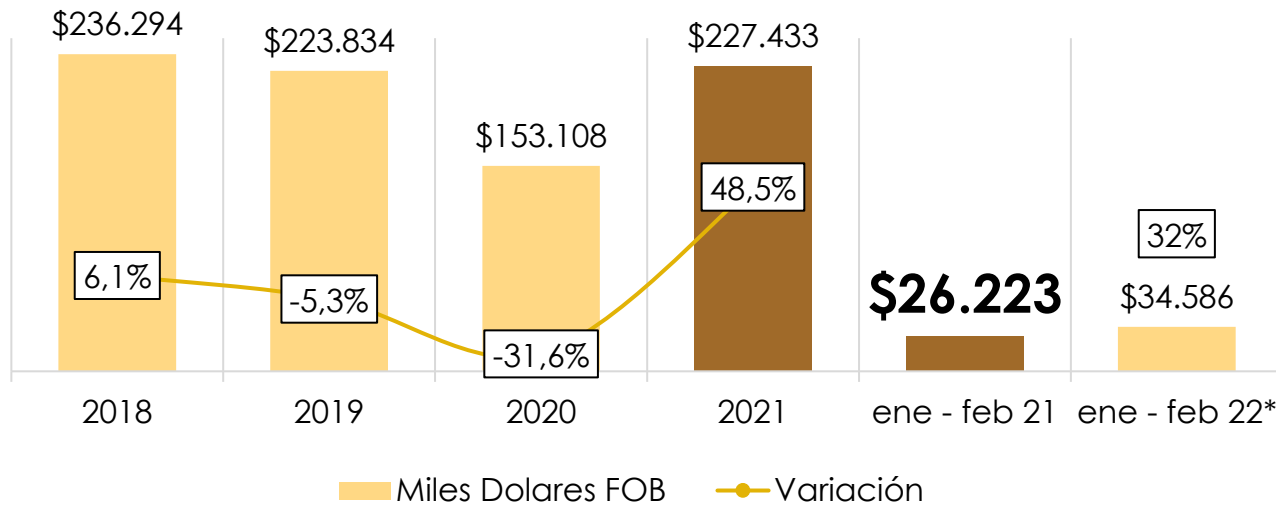
EXPORTACIONES DE TEXTILES



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

EXPORTACIONES DE TEXTILES

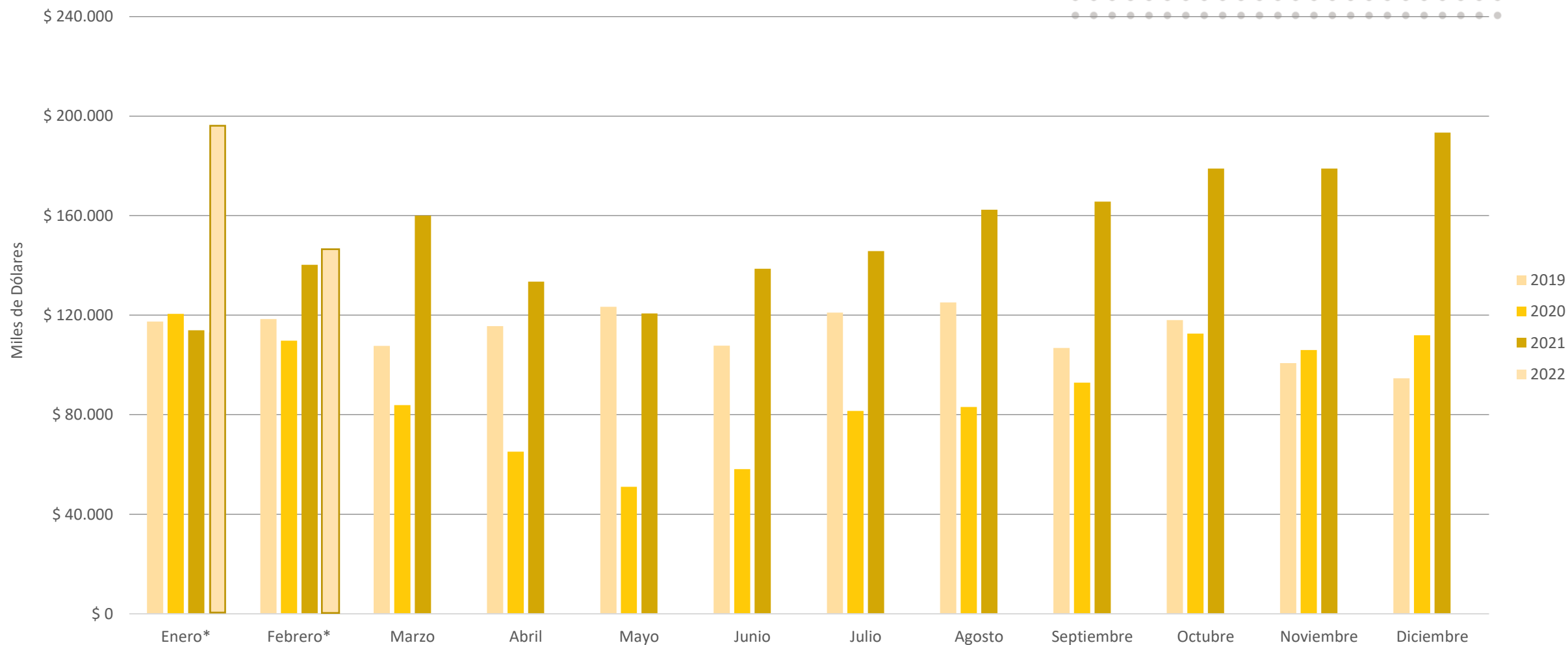
Exportación Productos Textiles y Materias Primas



TOTAL 2021:	US\$227 M	(+49%)
PROYECCIÓN INICIAL 2022:	US\$238 M	(+5%)
PROYECCIÓN ACTUALIZADA:	US\$243 M	(+7%)

(VS 2019: +2%)

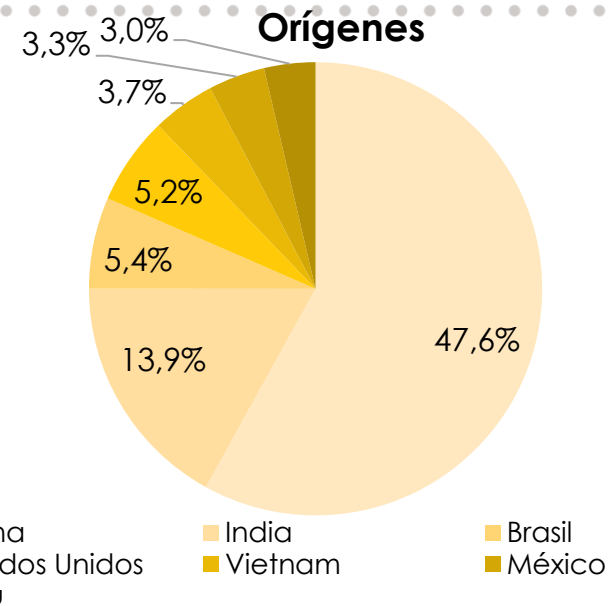
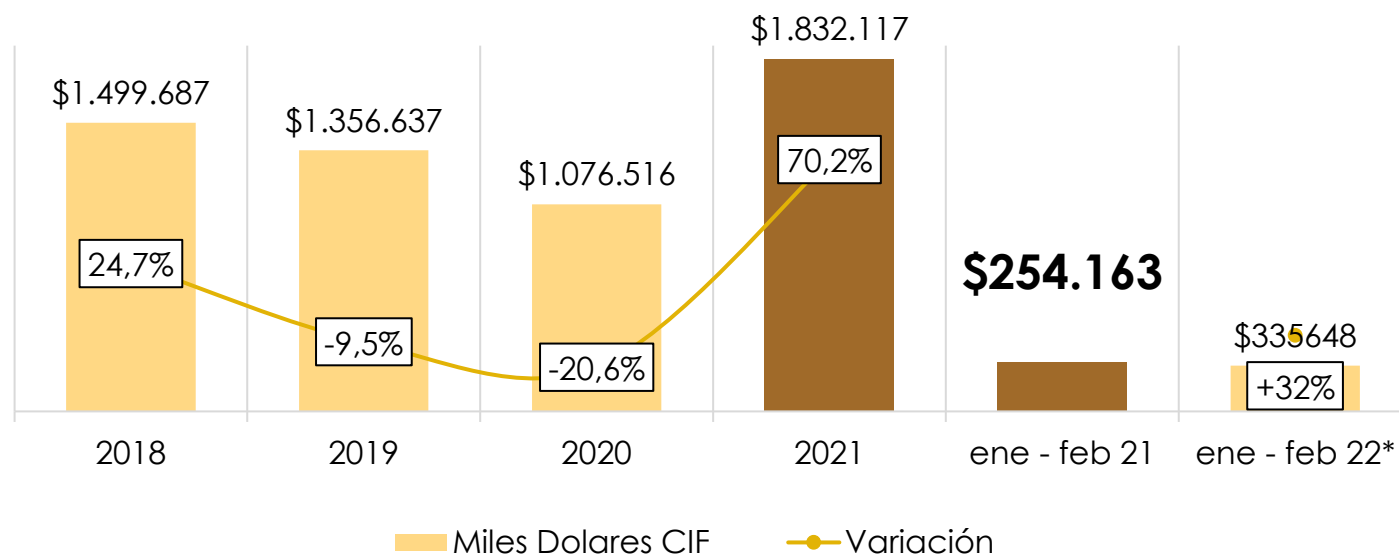
IMPORTACIONES DE TEXTILES



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

IMPORTACIONES DE TEXTILES

Importación Productos Textiles y Materias Primas



TOTAL 2021:
PROYECCIÓN 2022:

US\$1.832 M (+70%)
US\$1.946 M (+6%)

(VS 2019: +35%)

UNA MIRADA HACIA OTRAS TELAS SOSTENIBLES

En un mundo donde cada vez más personas y empresas son conscientes del impacto ambiental que generan al fabricar o consumir un producto, los textiles sostenibles se presentan como una opción viable y alternativa para reemplazar aquellos insumos que van en contravía del cuidado del medio ambiente. Es así como la revolución de las fibras sostenibles va en dos direcciones, por un lado, mirando hacia el pasado donde es posible encontrar telas y textiles en desuso y, por otro, con una visión hacia el futuro en el que la tecnología tiene un rol fundamental.

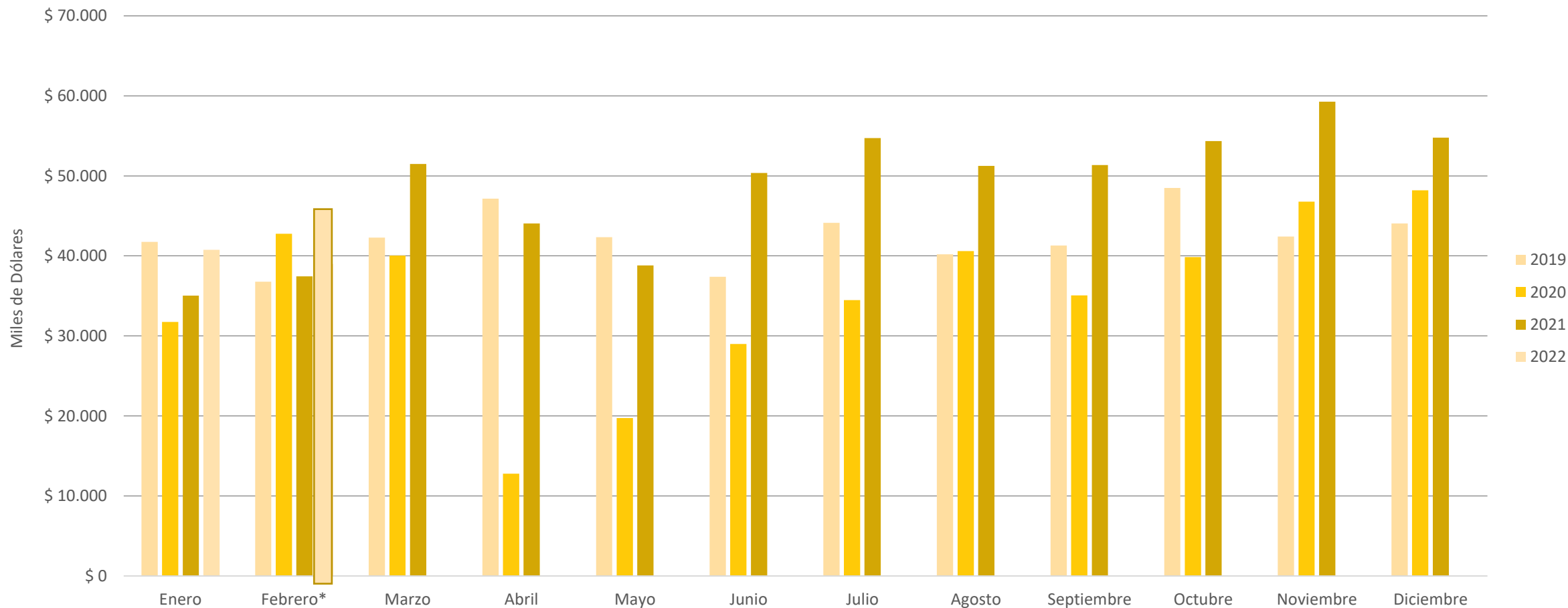
Novedades en insumos: El mud silk o seda de barro se caracteriza por ser una seda duradera y fácil de cuidar; el henequén que se puede utilizar para artículos como telas, bolsas, hamacas, redes y cuerdas; la planta de Sansevieria para la fabricación de hilos; Desserto, un material vegetal elaborado a partir de cactus que se presenta como una alternativa al cuero y por último esta la piñatex que se elabora a partir de las hojas de la planta de la piña y que también se plantea como una opción al cuero y a los materiales sintéticos contaminantes.





CONFECCIONES

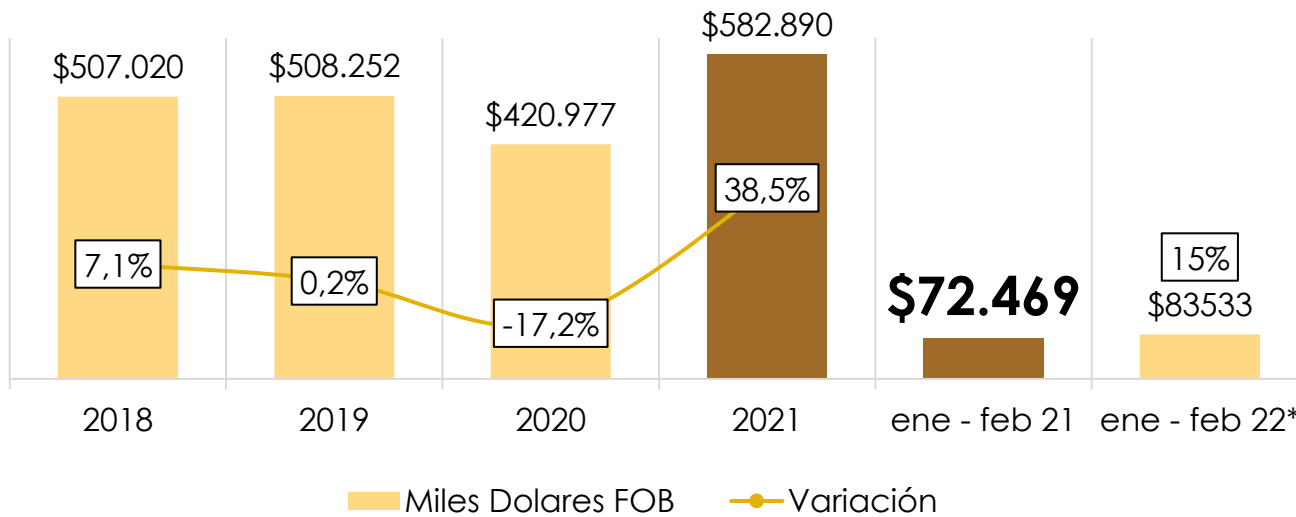
EXPORTACIONES DE CONFECCIONES



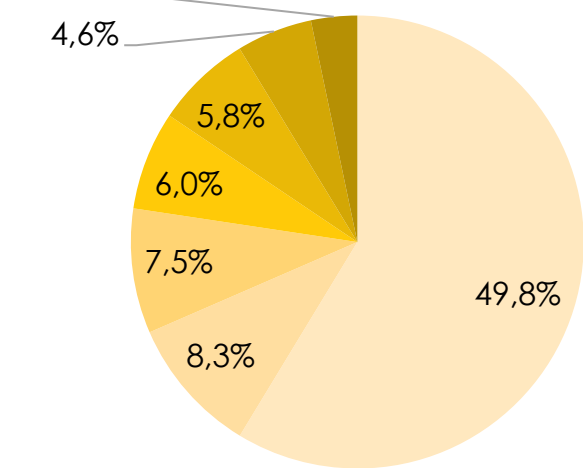
Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

EXPORTACIONES DE CONFECCIONES

Exportación Confección Prendas de Vestir



Destinos

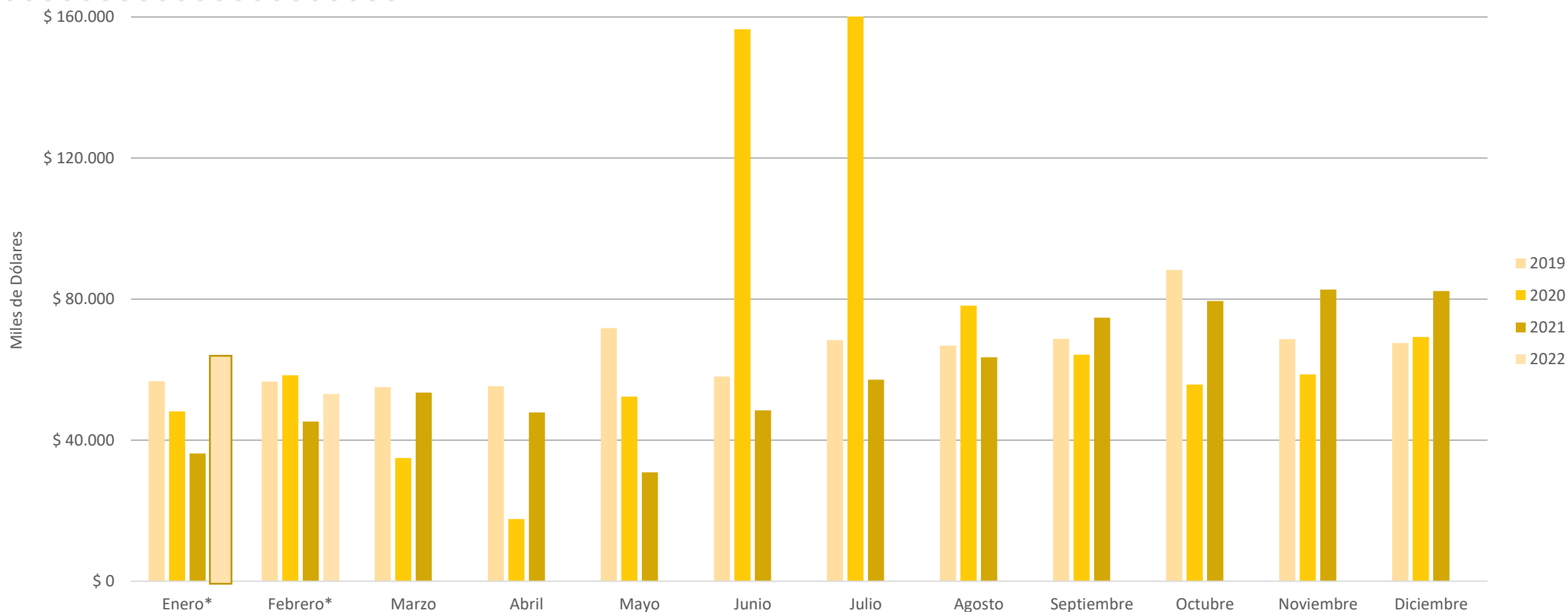


Estados Unidos Ecuador Perú
Chile México Costa Rica

TOTAL 2021: US\$583 M (+38%)
PROYECCIÓN INICIAL 2022: US\$602 M (+3%)

(VS 2019: +15%)

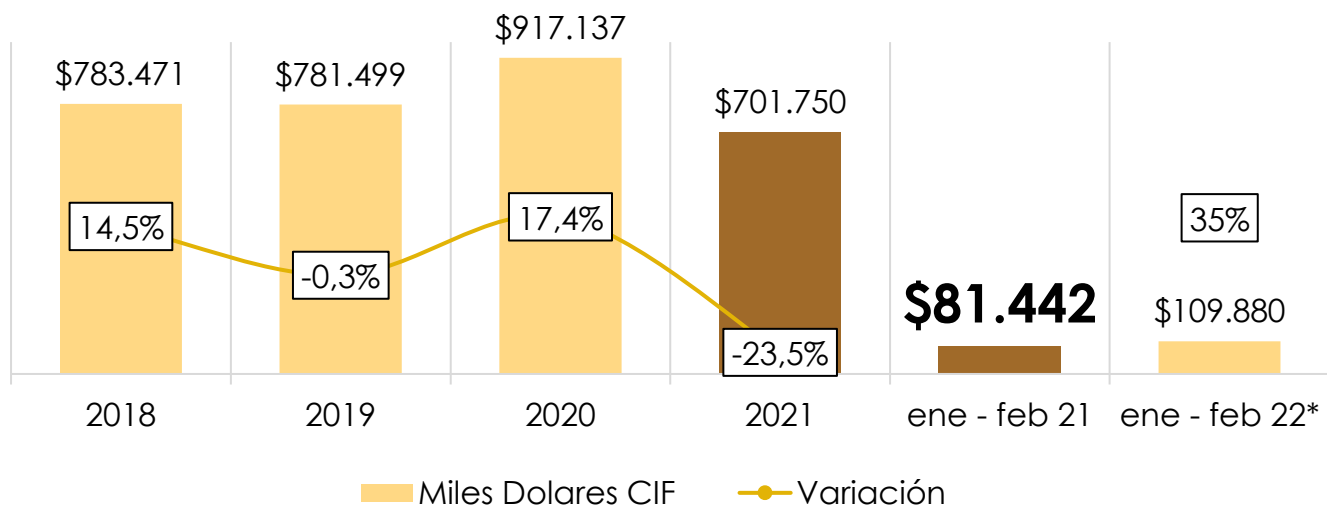
IMPORTACIONES DE CONFECCIONES



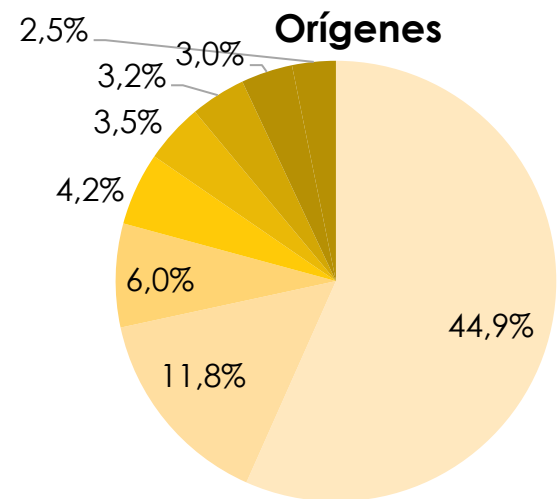
Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

IMPORTACIONES DE CONFECCIONES

Importación Confección Prendas de Vestir



Frente a 2019: -18%



- China
- México
- Bangladesh
- India
- Turquía
- Camboya
- Vietnam
- Pakistán

TOTAL 2021:	US\$702 M	(-23%)
PROYECCIÓN INICIAL 2022:	US\$796 M	(+13%)
PROYECCIÓN ACTUALIZADA:	US\$803 M	(+14%)

(VS 2019: -10%)

UNA MODA SIN GÉNERO

Hace años la moda era “unisex”, ahora es “genderless”. La moda genderless o moda neutra se presenta como una colección que busca hacer que cualquier persona sin importar su género o identidad pueda llevar la moda, permitiendo que las personas se puedan vestir exactamente de la forma en la que se sienten.

La moda sin género se entiende como la forma de vestirse de una manera que no se adhiere a las normas típicas de género. Es una tendencia que está en crecimiento y más aún por el mayor interés de las nuevas generaciones. Los hombres con faldas y vestidos son cada vez más comunes al igual que las mujeres usando corbatas, trajes o ropa que antes estaba destinada solo a los hombres.

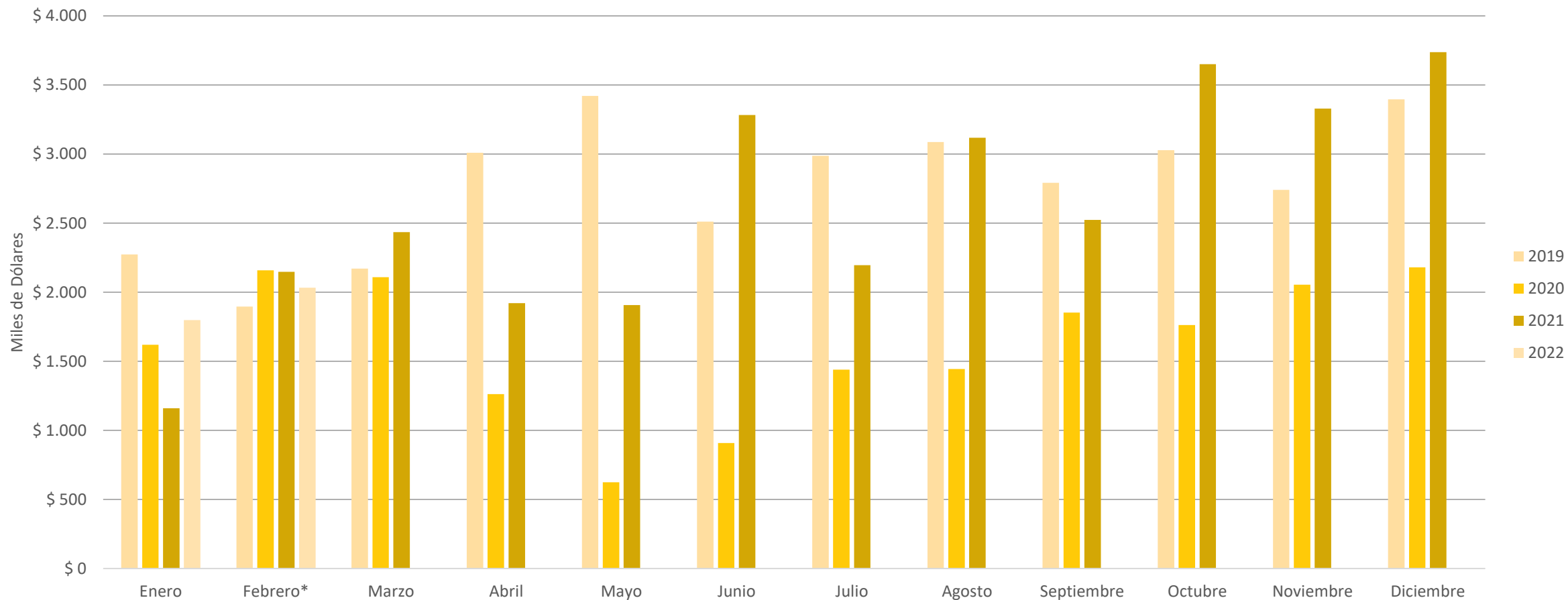
De otro lado, con la pandemia, la mayor estada en casa y el nuevo modelo de teletrabajo, se generó un auge en las colecciones de loungewear, que se caracteriza por ser ropa cómoda para estar en casa. Según un estudio de Retviews by Lectra, las piezas de loungewear crecieron 12% en 2021 frente al 2020 y se espera que esta tendencia continúe y conviva con la ropa elegante independientemente del regreso a la presencialidad y a las interacciones sociales.





CALZADO

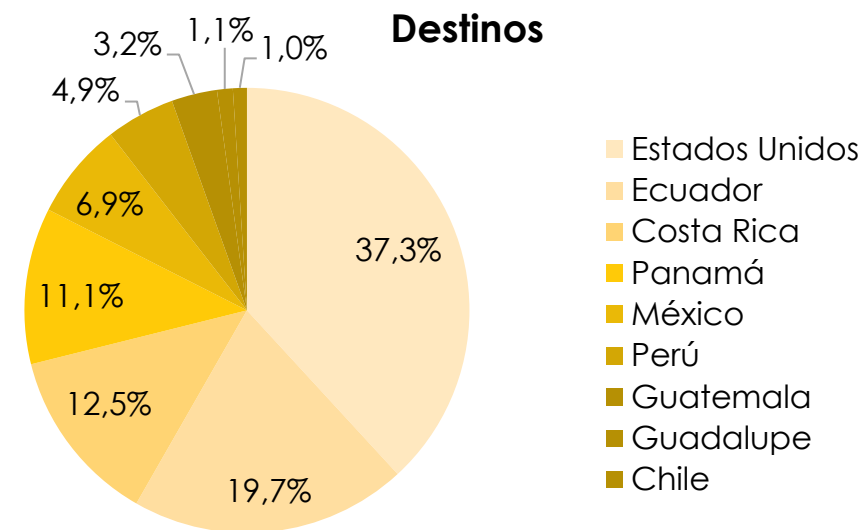
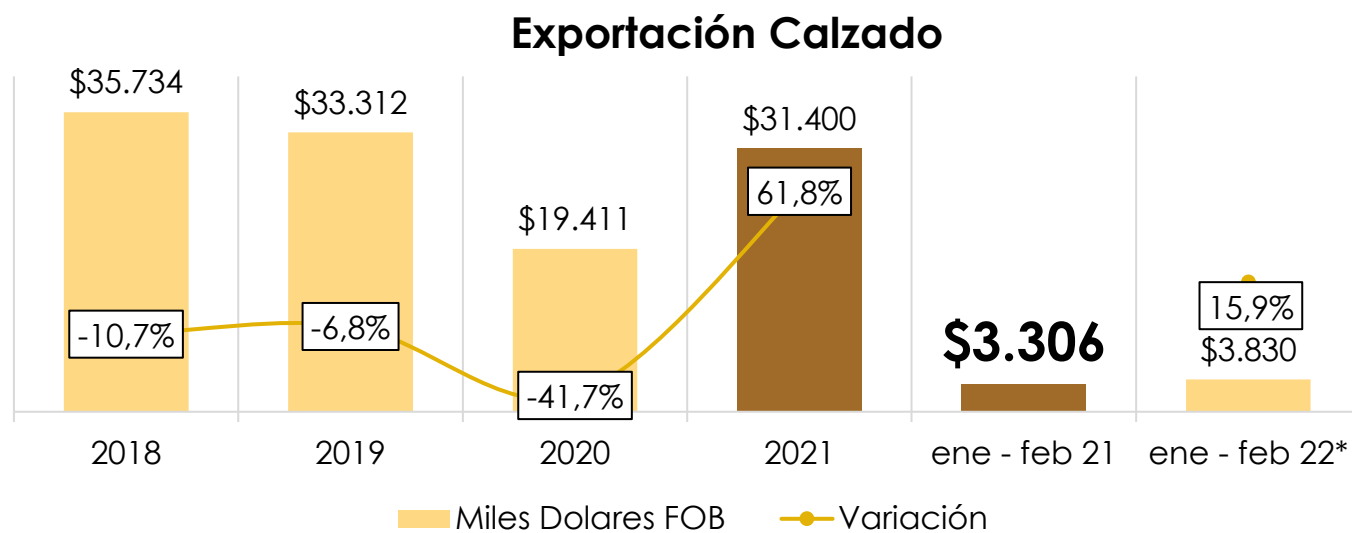
EXPORTACIONES DE CALZADO



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial

* Proyección Sectorial

EXPORTACIONES DE CALZADO



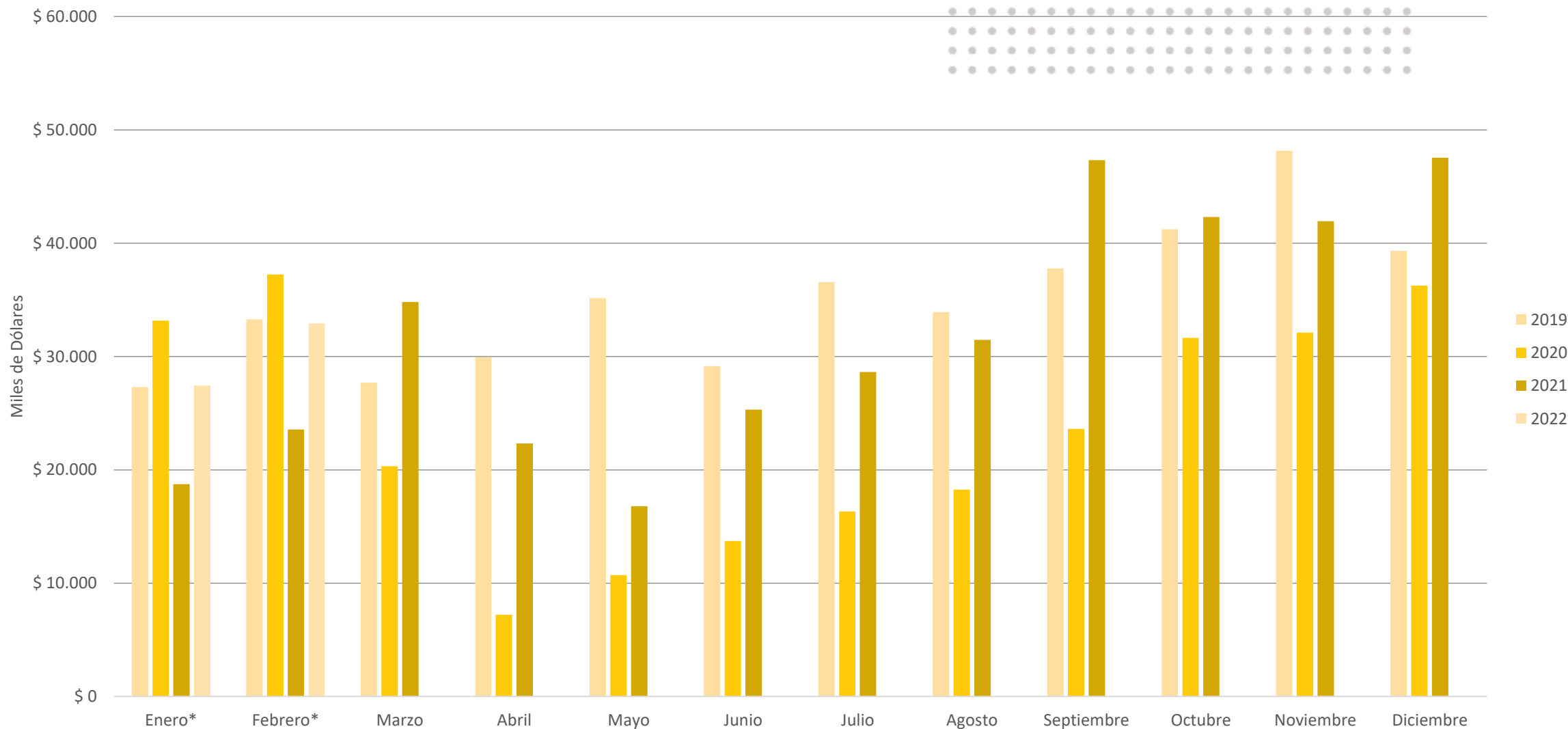
TOTAL 2021:

US\$31 M

(+62%)

(VS 2019: -6%)

IMPORTACIONES DE CALZADO



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial

* Proyección Sectorial

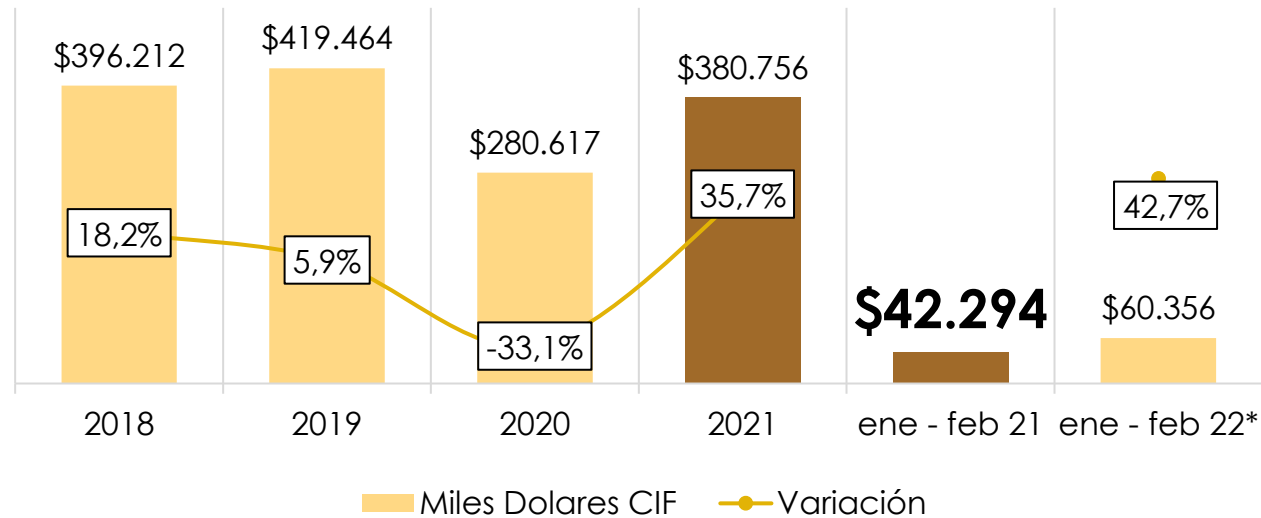
RADDVA Consumer Knowledge Group

inexmoda CHANGE. CONNECT. TRANSFORM.

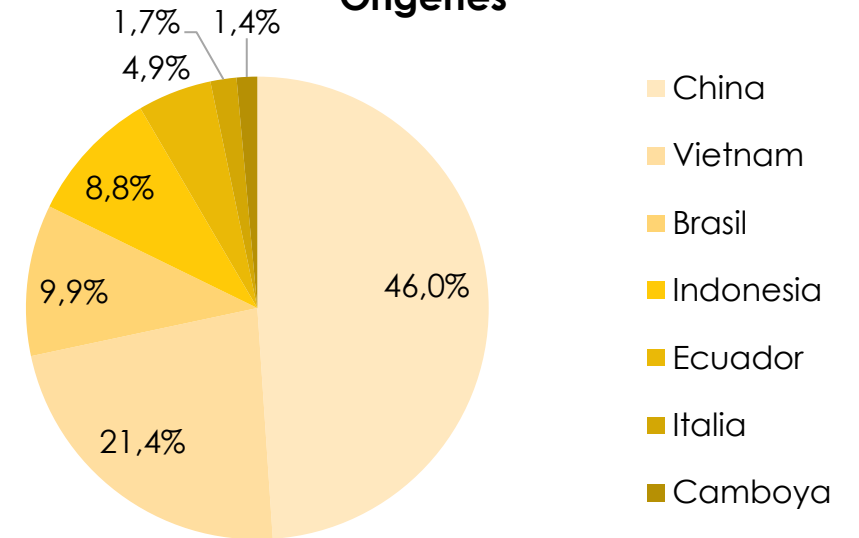
sectorial www.sectorial.co

IMPORTACIONES DE CALZADO

Importación Calzado



Orígenes



TOTAL 2021:

US\$381 M

(+62%)

(VS 2019: -9%)

LA INDUSTRIA DEL CALZADO ESPERA CRECER 5% ESTE AÑO

De acuerdo con Acicam, la industria del calzado tuvo un buen desempeño en 2021, con crecimientos a doble dígito en producción y ventas por lo que para este 2022 hay expectativa de que el consumo de los hogares siga al alza debido al regreso a la presencialidad de colegios y universidades. Por lo anterior, se espera que los estudiantes consuman alrededor de 18 millones de pares de zapatos, de los cuales la industria nacional aporta 39%, lo que equivale a 7 millones de pares. Y se espera que el calzado de dotación tenga un crecimiento importante, lo que impulsará también las ventas del sector. Para 2022, Acicam proyecta un incremento de 5% en producción.

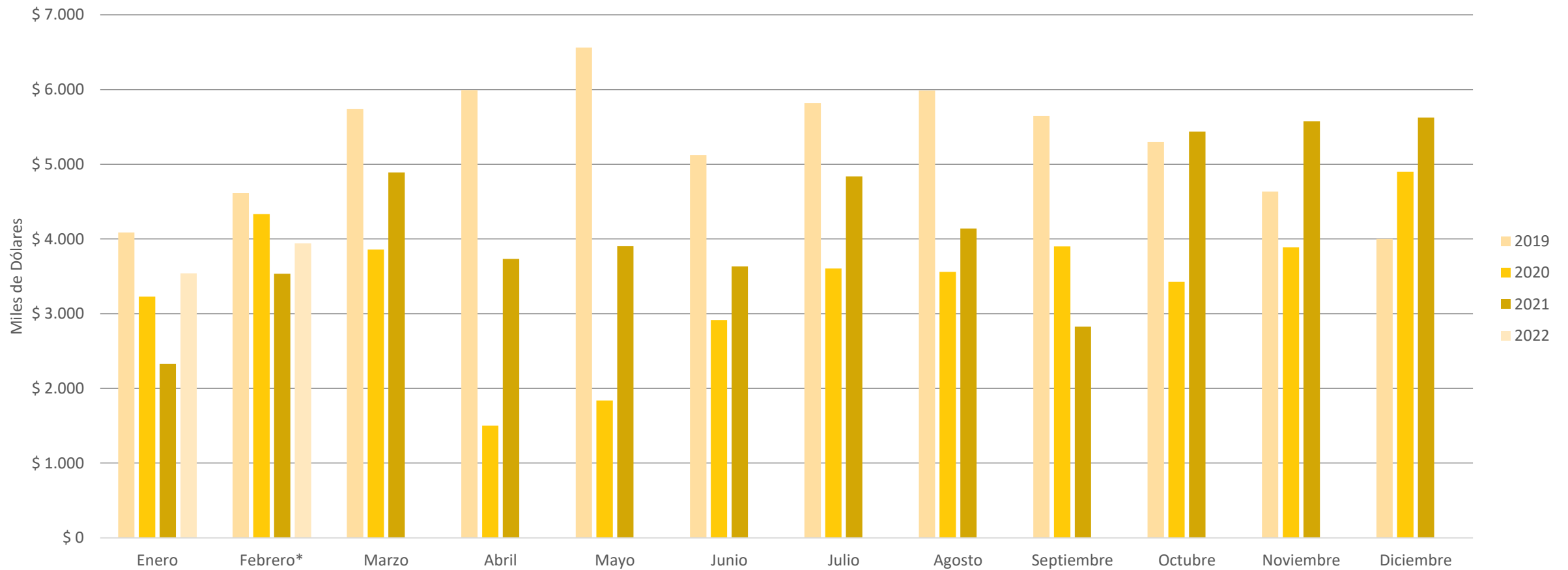
En 2021 las exportaciones de calzado, cuero y marroquinería aumentaron, llegando a 69 países. Este segmento representa más del 16% de las exportaciones totales de moda y textil en el territorio Nacional.





MARROQUINERÍA

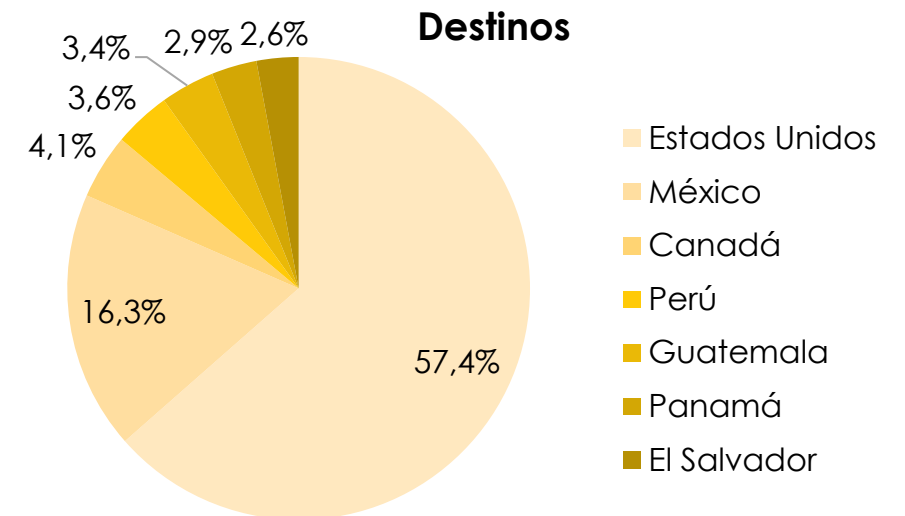
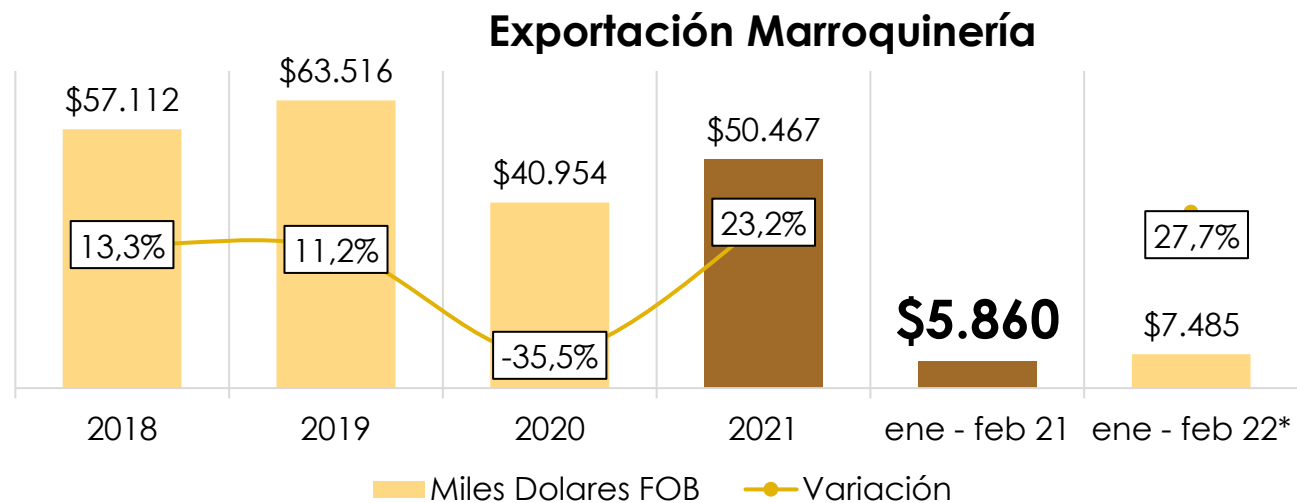
EXPORTACIONES DE MARROQUINERÍA



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial

* Proyección Sectorial

EXPORTACIONES DE MARROQUINERÍA



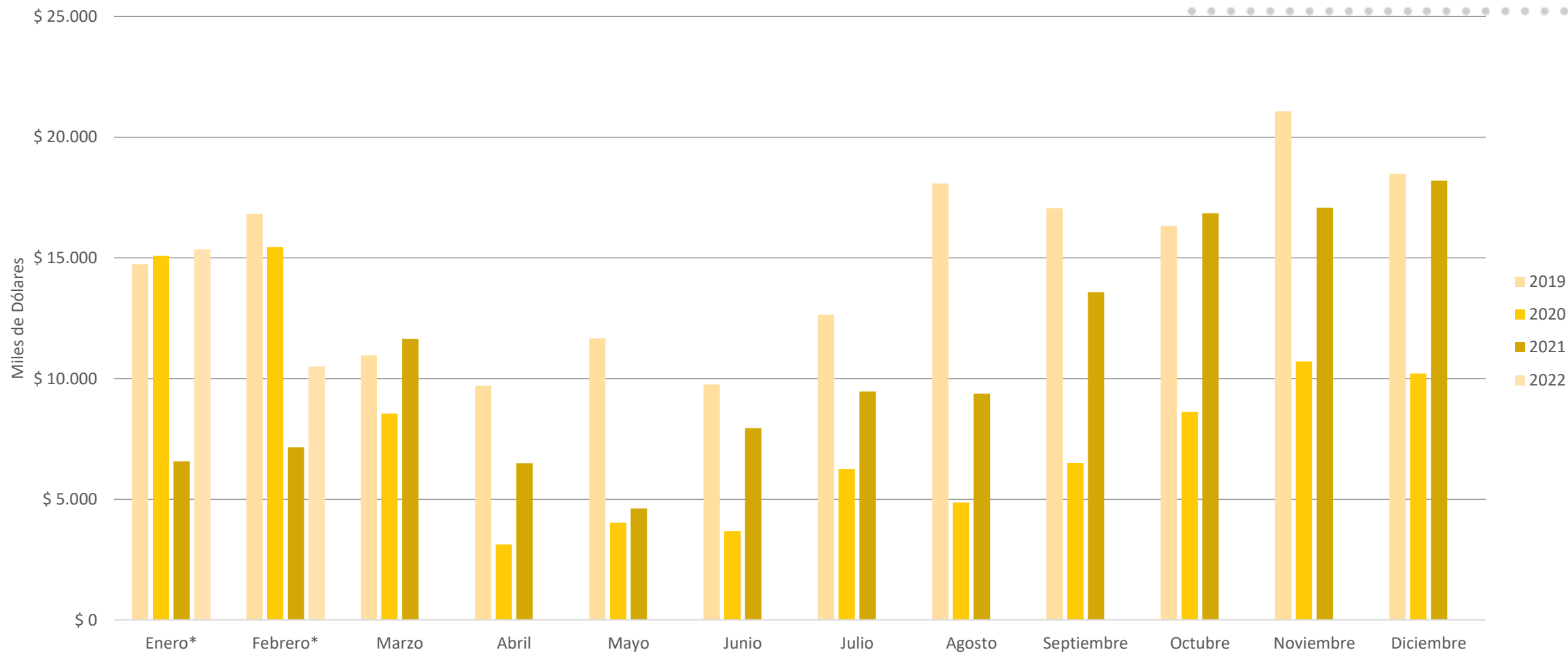
TOTAL 2021:

US\$50 M

(+23%)

(VS 2019: -20%)

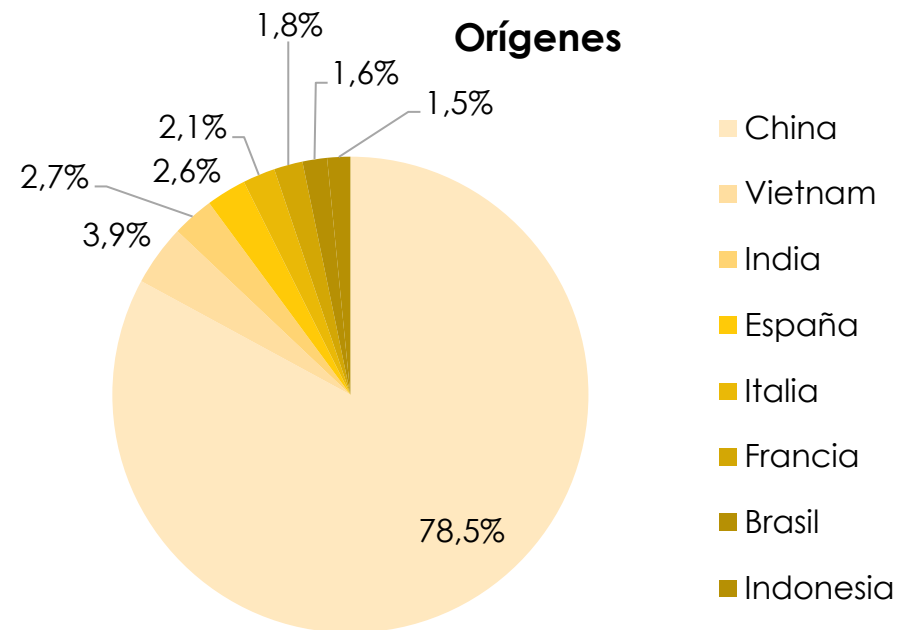
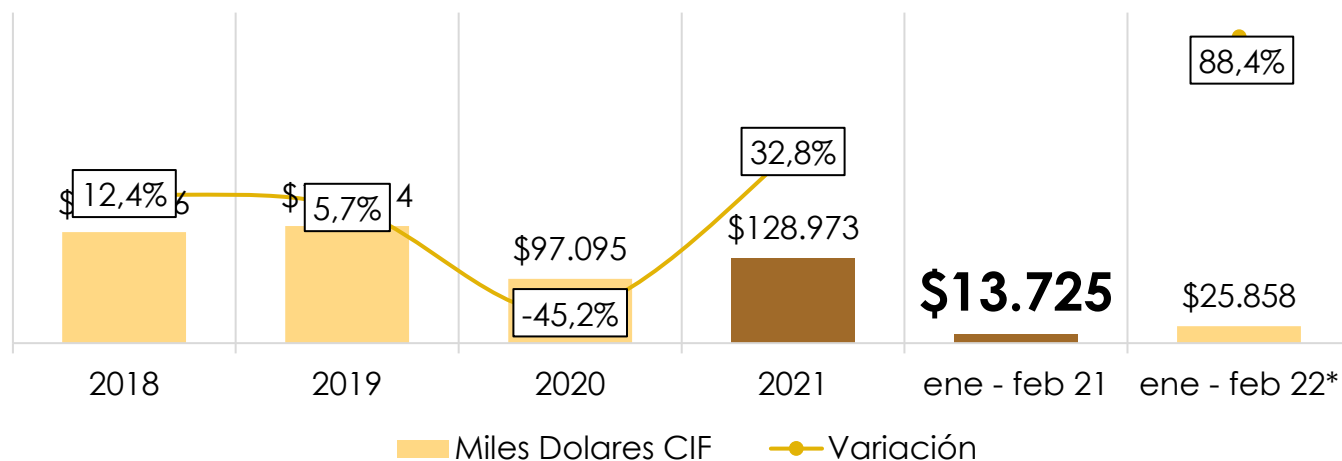
IMPORTACIONES DE MARROQUINERÍA



Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

IMPORTACIONES DE MARROQUINERÍA

Importación Marroquinería



TOTAL 2021:

US\$ 129 M

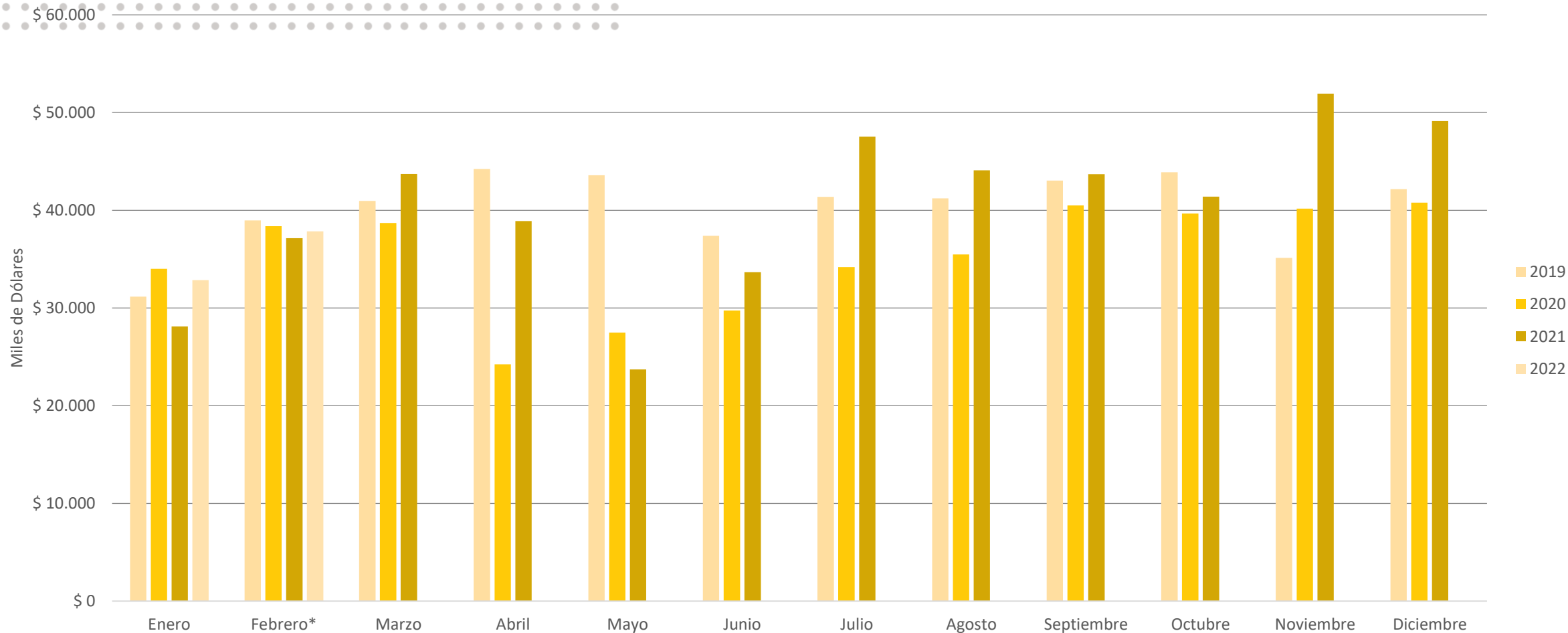
(+33%)

(VS 2019: -27%)



COSMÉTICA

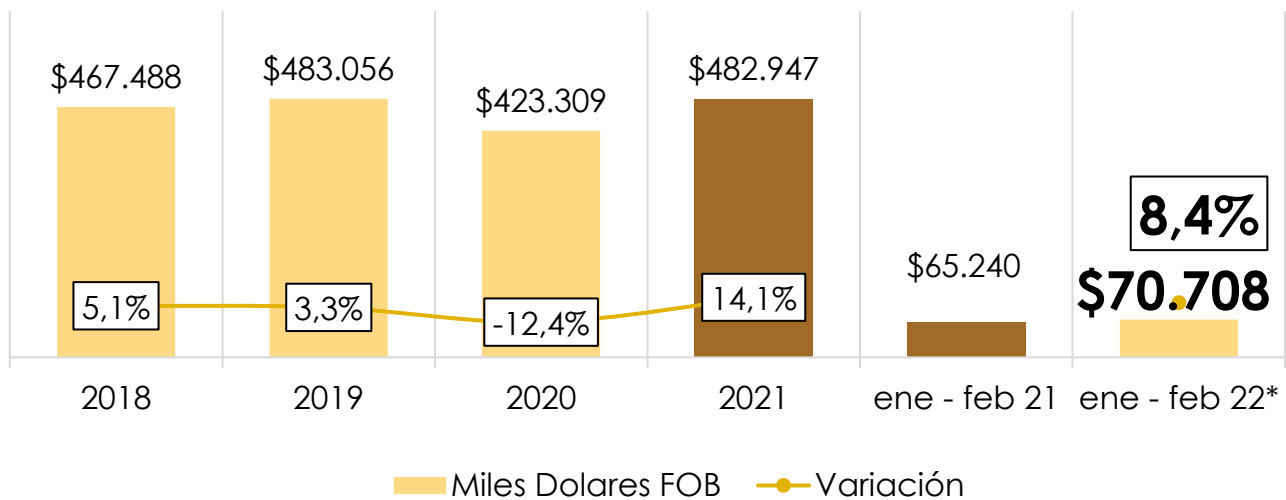
EXPORTACIONES DE COSMÉTICOS



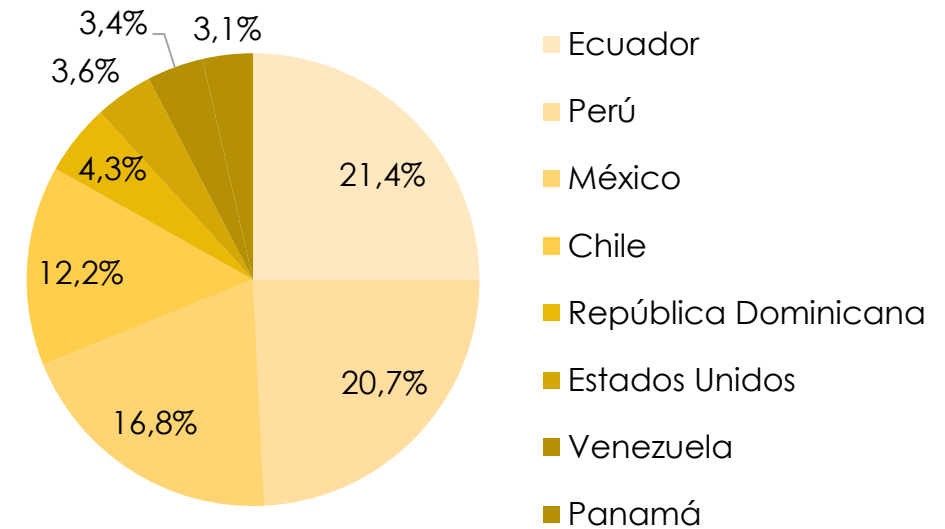
Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

EXPORTACIONES DE COSMÉTICOS

Exportación de Cosméticos



Destinos



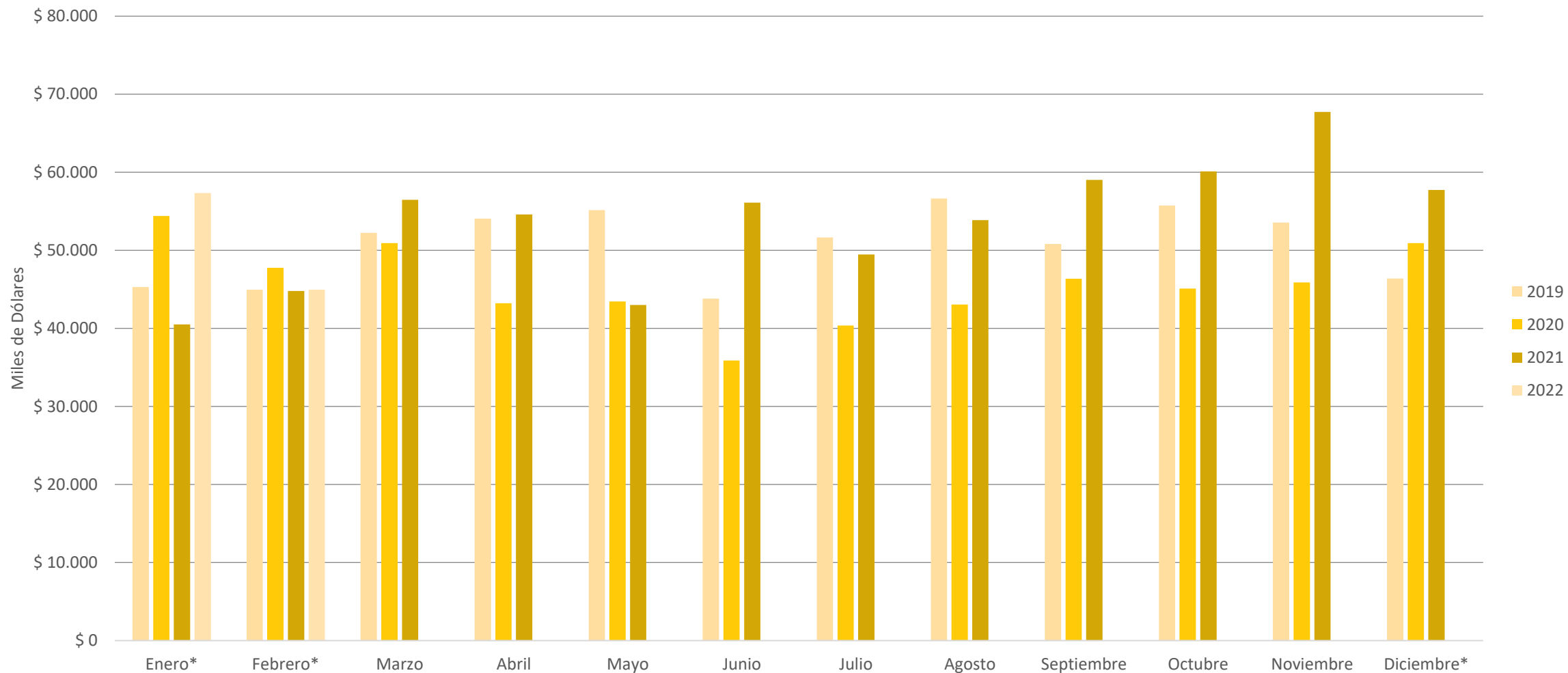
TOTAL 2021:

US\$ 483 M

(+14%)

(VS 2019: +0%)

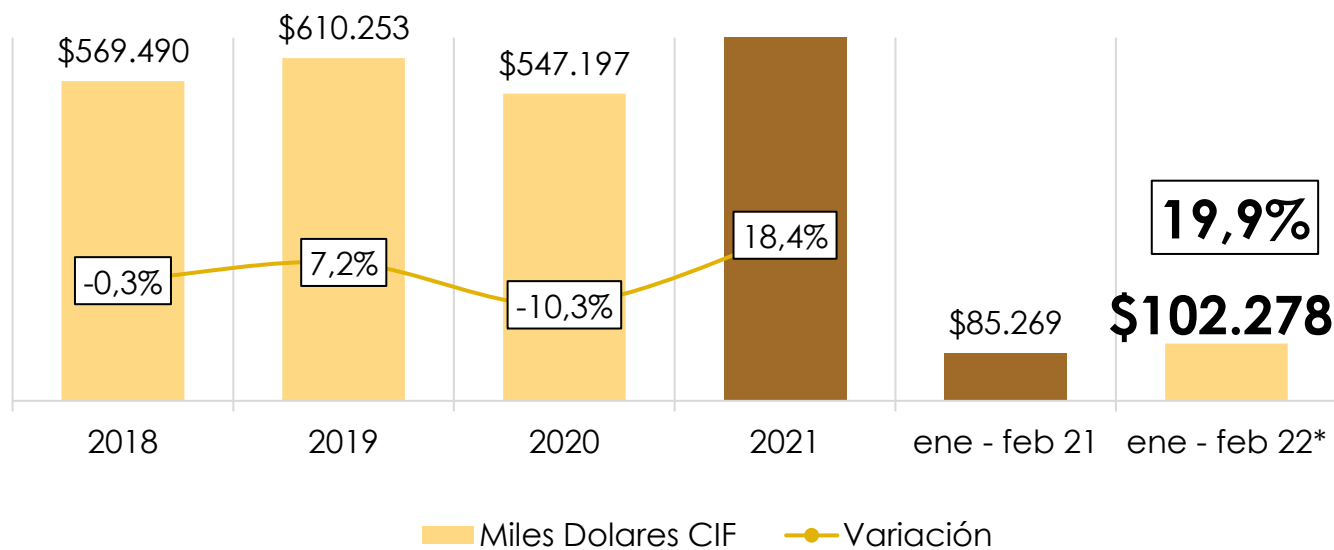
IMPORTACIONES DE COSMÉTICOS



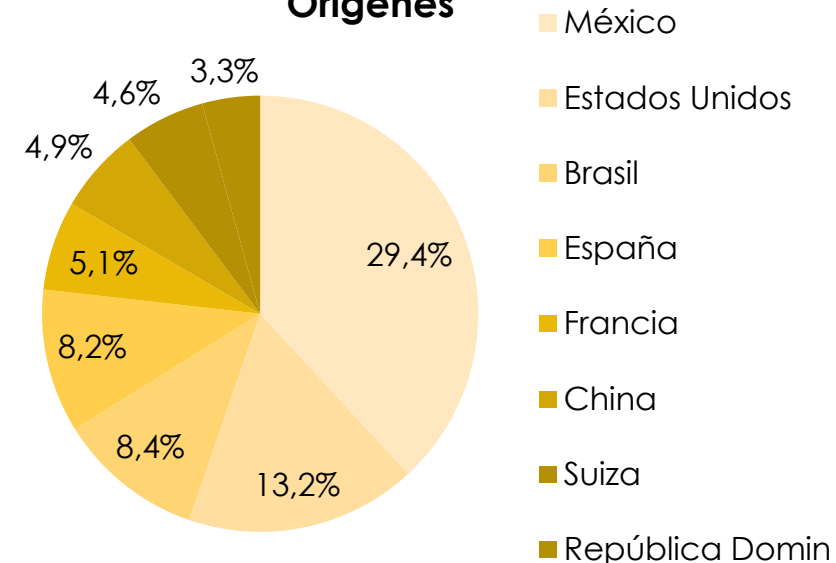
Cifras: DANE. Elaboración: Sectorial
* Proyección Sectorial

IMPORTACIONES DE COSMÉTICOS

Importación de Cosméticos



Orígenes



TOTAL 2021:

US\$648 M

(+18%)

(VS 2019: +6%)

PERFUMES EN BARRA Y PRODUCTOS DE BELLEZA SIN AGUA SON TENDENCIAS EN 2022

Las ventas anuales de perfumes llegan a más de US\$687,9 millones en Colombia, siendo un segmento que tiene una participación en el mercado de 20%. Su importancia y las formas de llegar al cliente ha generado nuevas tendencias a nivel mundial, enfocándose en ofrecer opciones creativas, envases, componentes y presentaciones sustentables.

Algunas de las tendencias fuertes para este año son:

- Perfumes en barra, hidrata más la piel y aumenta la fijación del aroma, no se evaporan y tienen mayor rendimiento.
- Perfumes personalizados, adaptar los productos a cada cliente, ofrecer exclusividad.
- Identity traders o el on and off, perfumes con capacidad de desconexión o relajación con respaldo de la neurociencia.

Los productos de belleza sin agua o waterless son otra de las tendencias en crecimiento. Diferentes marcas como L'Oreal, Unilever y P&G están trabajando para incluir esta tecnología en sus productos y reducir su impacto ambiental. Christian Acquista, experto en tendencias de WGSN, señala que, se dará un aumento en la oferta de productos waterless en toda Latinoamérica, debido a que las marcas de consumo masivo estarán impulsadas por este tipo de productos así como las marcas locales que se están especializando en la tecnología de belleza sin agua.



TENDENCIAS

Primavera – Verano 2022





PONCHO
Estilo de Jersey
Encapuchado
Ventilaciones laterales



TOP CUELLO FALSO
Cuello partido
Mangas abullonadas suaves.
Métete en los pantalones de cintura alta



PANTALONES PAPERBAG
Superficie acolchada
Patrón sutil
Ribete de contraste

ABRIGO SPORT DE PIEZAS

Chaqueta mitad y mitad en combinaciones de colores tonales

Pueden ser telas contrastantes

Se pueden considerar formas convertibles



ABRIGO DE FRANELA

Prendas exteriores de franela supersuave

Las combinaciones de colores de alto contraste son clave

Telas escocesas o ventanas exageradas



SUÉTER CLÁSICO

Suéteres de punto de cable

Grandpa-core

Los cables pueden ser de un calibre mas bajo





Chaqueta "puffer"
Construcción de nailon metálico..
Cremalleras laterales dobles
La marca de corte láser de alta tecnología mejora el aspecto futurista general



PANTALÓN METALIZADO
Silueta aerodinámica
Los cordones elásticos crean un ajuste personalizable.



SUÉTER AJUSTADO
Mangas y cuello extendidos
La alternancia de patrones acanalados crea interés visual.



PANTALÓN ALGODÓN

Efectos novedosos para algodones fruncidos para agregar dimensión.
Novedad para tie-dye
La silueta de jogger sin cordones funciona para temas resistentes



ABRIGO OVERSIZED

Vuelven los puffers metálicos El acolchado a gran escala es clave para la temporada



SUÉTER DE PUNTO

Rib pesado con cuello de gran tamaño.
El cuello alto se puede forrar con tela acogedora.
Paneles de nailon en los hombros y bolsillo canguro

MARCAS
PARA TENER
EN LA MIRA

FASHION
SNOOPS

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



C E R E S

COMUNIDAD *de* EMPRENDEDORES

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

Inscríbete y disfruta de:

Asesorías

Espacios de relacionamiento

Capacitaciones

Reportes de tendencias

Foros de conversación

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



ana.cardona@inexmoda.org.co

Cel: +57 313 7830310



LATIN LOVER

Cultura



Es una marca de básicos, que habla de varios temas culturales pertenecientes a Latinoamérica, llevando mensajes contundentes a través de las grafías y estampados de la marca. Su última colección estuvo impulsada por este mensaje: “Nueva cápsula tributo al día del respeto y la diversidad cultural en edición limitada. Celebremos hoy el mestizaje y nuestra mezcla cultural que nos hace únicos como latinoamericanos.”

A MODO MIO

Mujeres libres



Se inspira en el amor y la rebeldía que caracteriza sus líneas de producto, en las que resaltan Statement Pieces, con chaquetas y abrigos femeninos; además de vestidos, camisetas y medias mezclando materiales como algodón, poliéster y drill. “AMODOMIO significa A mi manera, buscando retar la cultura con cada una de sus prendas y acabar con los estigmas que le impiden a las mujeres ser libres, ser lo que quieren ser

EINN

Unidad hombre-tierra



El nombre mismo define la misma inquebrantable creencia en la unidad (o EINN-IDAD) que existe ente todos los seres vivos.

Cada pantaloneta viene acompañada de la experiencia de sembrar cambio: de manera literal con un árbol nativo, pero también en las mentes y corazones de forma intangible.

De la mano de O2 Reserve, se aporta a la conservación de un metro cuadrado de bosque húmedo tropical en Colombia. La reserva está ubicada en el Magdalena Medio.

FIRA-BESO ESTRELLADO

Arte digital



Desde Villavicencio, en medio de los Llanos Orientales de Colombia, Camila Fierro, conocida como 'Fira', dibujó la obra 'Beso estrellado' que al venderse en la noche del martes por medio de la plataforma Open Sea, la convirtió en una de las primeras cryptoartistas latinoamericanas y quizás la primera colombiana.

Aunque aquella transacción está lejos de los millones que han recolectado cryptoartistas como Beeple, la operación de unos 0.3 Ether (un poco más de US\$500), es una muestra del momento que está viviendo el arte digital.

FAUS

Moda digital



Esta marca local de campañas 3D y Animaciones ha evolucionado y aterrizado en el mundo de la moda y el desarrollo de prendas. Ahora trabaja con varias marcas de moda, elaborando productos digitales imitando las características de una prenda real, desde los estampados, siluetas, materiales y comportamiento de las fibras.

FISHERLAND

Cryptoartista



Nacido en 1994 en la isla de San Andrés, Colombia, Kike Hernández, conocido profesionalmente como Fisherland, es un artista pop y diseñador gráfico.

Su trabajo tiene lugar en el mundo digital y la comercialización de este se da por medio de este nuevo sistema monetario (criptomoneda)

ANÁLISIS FINAL

El gasto de los hogares en moda en febrero fue de 2,44 billones de pesos, un 6,0% más que el registrado en febrero de 2021 y 2,1% más frente a enero de 2022. Este comportamiento en el primer bimestre es explicado por el regreso a la presencialidad de los colegios que generaron un aumento en la producción y ventas de uniformes, así como de tenis y zapatos colegiales, luego de que el año pasado los confeccionistas de uniformes tuvieron un panorama difuso por la imposibilidad en ese momento de regresar a la presencialidad.

En enero de 2022 frente a enero de 2021, todas las categorías tuvieron una variación alta positiva, en calzado (19,89%), servicios de vestuario y calzado (24,70%), artículos de joyería (15,04%) y ropa de hogar (23,43%), excepto la categoría vestuario que solo creció 0,97%. En relación a las ciudades principales, Barranquilla es la única que se ubica con un aumento real por encima del promedio nacional, mientras que Bogotá y Medellín registran las menores variaciones.

Los índices de producción y ventas de textiles, confecciones y calzado presentaron un buen comportamiento en enero, mientras que las ventas de marroquinería cayeron frente a enero de 2021 por la aparición de nuevas variantes que generó una disminución en la demanda de productos de cuero, por su parte, el segmento de productos cosméticos refleja un exceso de demanda que fue contrarrestado con producto importado.

Las exportaciones de moda en el primer mes del año registraron crecimientos a doble dígito en todas las categorías, productos textiles y materias primas (57,9%), confección de prendas de vestir (16,3%), calzado (55,1%), marroquinería (52,3%) y cosmético (16,9%). Lo que refleja la buena dinámica y el buen inicio de año de la industria de la moda.

CIFRAS CONSOLIDADAS

MERCADO	VALORES EXPRESADOS EN	2019	2020	2021	2022 P
CONSUMO DE MODA	BILLONES DE PESOS	\$ 26	\$ 23	\$ 28	\$ 29
EXPORTACIONES TEXTILES	MILLONES DE DOLARES	\$ 224	\$ 153	\$ 227	\$ 243
EXPORTACIONES CONFECCIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 508	\$ 421	\$ 583	\$ 601
TOTAL EXPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 732	\$ 574	\$ 810	\$ 844
EXPORTACIONES CALZADO	MILLONES DE DOLARES	\$ 33	\$ 19	\$ 31	\$ 32
EXPORTACIONES MARROQUINERIA	MILLONES DE DOLARES	\$ 64	\$ 41	\$ 50	\$ 55
EXPORTACIONES COSMÉTICA	MILLONES DE DOLARES	\$ 483	\$ 423	\$ 483	\$ 487
TOTAL EXPORTACIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 1.312	\$ 1.057	\$ 1.375	\$ 1.418
IMPORTACIONES TEXTILES	MILLONES DE DOLARES	\$ 1.357	\$ 1.077	\$ 1.832	\$ 1.946
IMPORTACIONES CONFECCIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 781	\$ 917	\$ 702	\$ 803
TOTAL IMPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 2.138	\$ 1.994	\$ 2.534	\$ 2.749
IMPORTACIONES CALZADO	MILLONES DE DOLARES	\$ 419	\$ 281	\$ 381	\$ 409
IMPORTACIONES MARROQUINERIA	MILLONES DE DOLARES	\$ 177	\$ 97	\$ 129	\$ 143
IMPORTACIONES COSMÉTICA	MILLONES DE DOLARES	\$ 610	\$ 547	\$ 648	\$ 653
TOTAL IMPORTACIONES	MILLONES DE DOLARES	\$ 3.344	\$ 2.919	\$ 3.692	\$ 3.954

VARIACIONES CONSOLIDADAS

VARIACIONES	VALORES EXPRESADOS EN	2019	2020	2021	2022/2021 P
CONSUMO DE MODA	PORCENTAJE	6%	-13%	21%	4%
EXPORTACIONES TEXTILES	PORCENTAJE	-5%	-32%	49%	7%
EXPORTACIONES CONFECCIONES	PORCENTAJE	0%	-17%	38%	3%
TOTAL EXPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES	PORCENTAJE	-1%	-22%	41%	4%
EXPORTACIONES CALZADO	PORCENTAJE	-7%	-42%	62%	2%
EXPORTACIONES MARROQUINERIA	PORCENTAJE	11%	-35%	23%	9%
EXPORTACIONES COSMÉTICA	PORCENTAJE	3%	-12%	14%	1%
TOTAL EXPORTACIONES	PORCENTAJE	1%	-19%	30%	3%
IMPORTACIONES TEXTILES	PORCENTAJE	-10%	-21%	70%	6%
IMPORTACIONES CONFECCIONES	PORCENTAJE	0%	17%	-23%	14%
TOTAL IMPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES	PORCENTAJE	-6%	-7%	27%	8%
IMPORTACIONES CALZADO	PORCENTAJE	6%	-33%	36%	7%
IMPORTACIONES MARROQUINERIA	PORCENTAJE	6%	-45%	33%	11%
IMPORTACIONES COSMÉTICA	PORCENTAJE	7%	-10%	18%	1%
TOTAL IMPORTACIONES	PORCENTAJE	-2%	-13%	26%	7%



GRACIAS

FASHION
SNOOPS

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

LÍNEA DE
CONOCIMIENTO

POLÍTICA DE PRIVACIDAD



La información contenida en este informe es de propiedad de Inexmoda y en consecuencia no podrá ser usada en ningún sentido o divulgada por el destinatario del documento o tercera persona, salvo que se haya acordado expresamente lo contrario, se haya suscrito acuerdo de ejecución del proyecto, o se hayan pagado las cesiones de derechos correspondientes.

La información contenida en esta propuesta es considerada por Inexmoda como secreto industrial y en consecuencia su protección estará regida por la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina y demás normas concordantes o complementarias.