
inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

odd matter agency

"The art of building
unforgettable brands"



@ODDMATTER.CO



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TABLA DE CONTENIDO



01 QUIÉN SOY?

02 CÓMO EMPIEZO?

03 A DÓNDE PUEDO LLEGAR?

04 CÓMO LLEGO?

05 TALLER

ODD MATTER





inexmoda

1. QUIÉN SOY

ODD MATTER

CREATIVE TALENTS



TEST

Qué tienen en común estas marcas?



















inexmoda

ODD MATTER

ADN + PROPUESTA DE VALOR



BOTTER

Representando la fusión de música, literatura, gastronomía y orígenes, que juntos forman la rica e híbrida cultura caribeña, la identidad de BOTTER combina su espíritu de "alta costura caribeña", así como su mirada hacia la filosofía del arte povera, junto con una fuerte conciencia de sostenibilidad. Como marca cuyo ADN surge directamente de una de las regiones marinas con mayor diversidad biológica del mundo, BOTTER no soporta ser testigo de la contaminación del océano, estableciendo objetivos para abrazar y preservar la naturaleza en todas sus formas.



SORDO

El diseño como expresión que une formas y técnicas es el eje central del proceso artístico. Sus creaciones, impulsadas por la innovación y la experimentación, el alma y la precisión, evocan sus recuerdos caribeños y están profundamente influenciadas por las líneas minimalistas de su herencia latinoamericana moderna.
El estudio de formas voluminosas, texturas orgánicas y proporciones dinámicas, que se encuentran claramente presentes en su práctica joyera, se profundiza ahora con el desarrollo de objetos escultóricos de deseo.



D.N.I

DNI mezcla artesanía, poesía y cultura popular, inspirándose en los recuerdos de infancia de sus creadores cuando aún vivían en Perú.
Estos orígenes y raíces sirven como punto de partida para la marca, que explora realidades menos conocidas del Perú, pues los recuerdos de los creadores provienen del pequeño distrito de “Casa Grande”, ubicado en la zona norte del país.

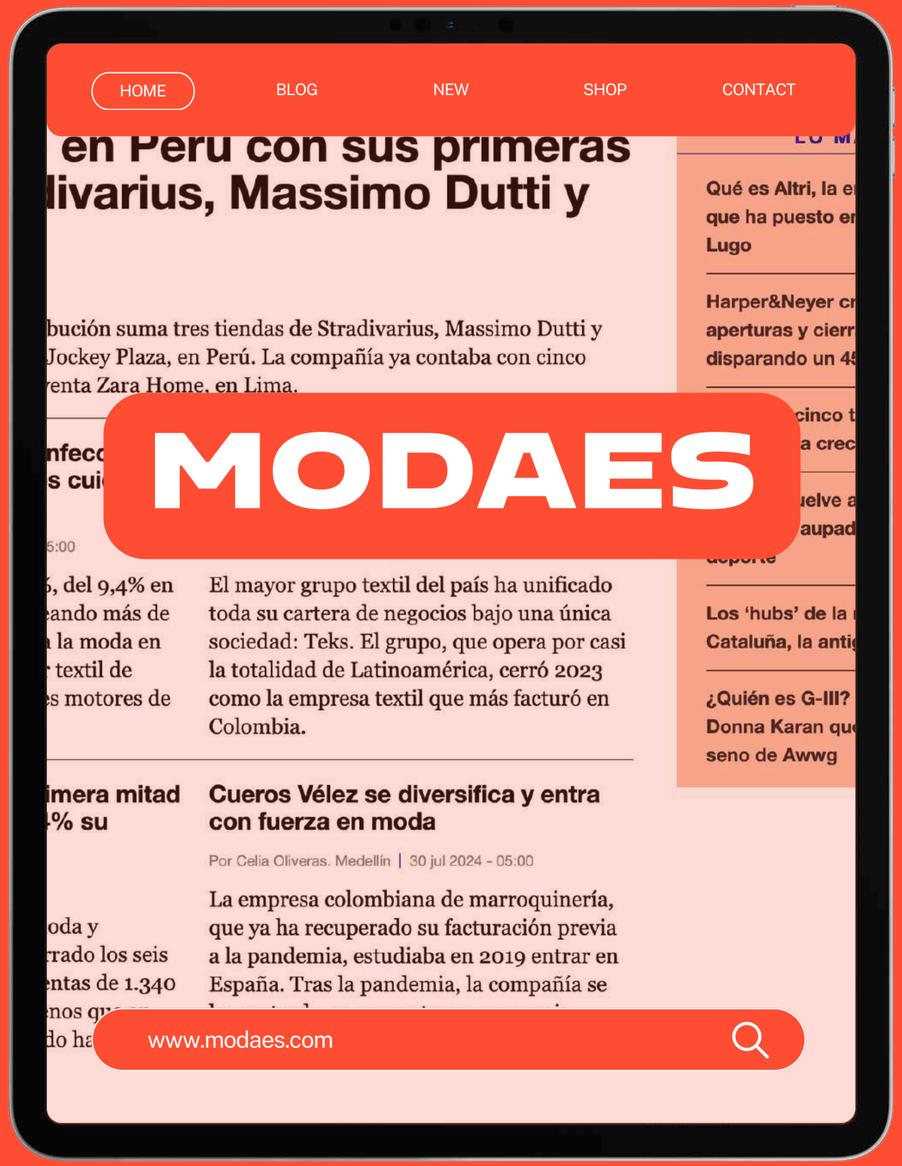


inexmoda

2. CÓMO EMPIEZO?

ODD MATTER

inexmoda



NEWS



QUÉ PASA EN EL MUNDO?

Noticias económicas, políticas, sociales y culturales.

- Cómo influyen estas noticias en nuestro negocio?

ODD MATTER

MACROTENDENCIAS



Fenómenos culturales, sociales, políticos y económicos que afectan el consumidor y por lo tanto el comportamiento de las marcas.

@juanisaza

DDB

tendencias 2025



inexmoda

ODD MATTER



REPORTES



inexmoda



LOCACIÓN

LOCAL

COLOMBIA

SOSTENIBILIDAD

COPENHAGEN

LATAM

MÉXICO

ODD MATTER

ODD MATTER

LOCAL (GASTO)



GASTO DE LOS HOGARES EN MODA ABRIL

El tamaño de mercado de la moda en Colombia en abril de 2025 fue de 2,70 billones de pesos, un 8,75% más que en abril de 2024. En términos reales se registra un aumento de 5,41% y un crecimiento de 3,18% en los precios.

El tamaño de mercado entre enero y abril de 2025 fue de 11,24 billones de pesos, un 6,88% más que en 2024. En términos reales se registró un crecimiento de 4,16%, mientras los precios crecieron un 2,62%.

De acuerdo con la firma Raddar, el gasto en moda continúa recuperándose, con un crecimiento en el gasto de los hogares, impulsada por una posible mejora en la capacidad y disposición de compra.

RADDAR Consumer Knowledge Group | inexmoda CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA | sectorial www.sectorial.co

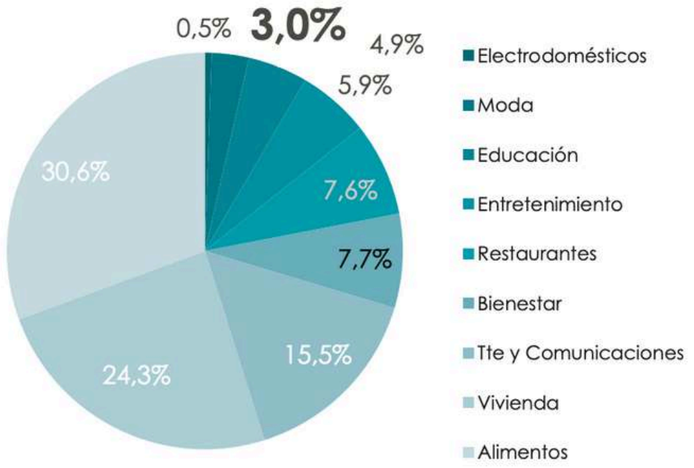
LOCAL (GASTO)

ODD MATTER

Gasto de los Hogares por Grupo en abril 2025
Billones de pesos



Participación en el Gasto Nacional



** La canasta de moda representa el 3% de participación entre el bolsillo de los hogares.*

Cifras: Raddar. Elaboración: Sectorial

RADDAR Consumer Knowledge Group | inexmoda CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA | sectorial

ODD MATTER

LOCAL (GASTO)

TAMAÑO DE MERCADO Y GASTO PER CÁPITA DE MARZO 2025

¿Cuál fue la ciudad con el tamaño de Mercado más grande?	GASTO MENSUAL EN MILLONES DE PESOS	
	NACIONAL	$ 2.765.151
1	BOGOTÁ	$ 870.479
2	MEDELLÍN	$ 275.572
3	CALI	$ 168.774
4	BARRANQUILLA	$ 117.998
5	CARTAGENA	$ 59.202
6	BUCARAMANGA	$ 57.491
7	PEREIRA	$ 39.314
8	MANIZALES	$ 37.953
9	CÚCUTA	$ 32.141
10	VILLAVICENCIO	$ 30.436
11	MONTERÍA	$ 27.364
12	PASTO	$ 23.849
13	NEIVA	$ 20.593

¿Cuál es la participación del tamaño de Mercado de cada ciudad dentro del Mercado nacional?	PARTICIPACIÓN DE LA CIUDAD EN EL MERCADO NACIONAL	
	RESTO DEL PAÍS	36,3%
1	BOGOTÁ	31,5%
2	MEDELLÍN	10,0%
3	CALI	6,1%
4	BARRANQUILLA	4,3%
5	CARTAGENA	2,1%
6	BUCARAMANGA	2,1%
7	PEREIRA	1,4%
8	MANIZALES	1,4%
9	CÚCUTA	1,2%
10	VILLAVICENCIO	1,1%
11	MONTERÍA	1,0%
12	PASTO	0,9%
13	NEIVA	0,7%

¿Cuál fue la ciudad con el mayor gasto por persona en moda en el mes?	GASTO PER CÁPITA MENSUAL EN PESOS	
	NACIONAL	$ 53.783
1	BOGOTÁ	$ 110.354
2	MANIZALES	$ 79.555
3	CALI	$ 72.747
4	PASTO	$ 72.100
5	MEDELLÍN	$ 71.485
6	MONTERÍA	$ 65.571
7	PEREIRA	$ 62.425
8	BARRANQUILLA	$ 61.686
9	CARTAGENA	$ 61.090
10	NEIVA	$ 56.756
11	VILLAVICENCIO	$ 55.606
12	BUCARAMANGA	$ 49.345
13	CÚCUTA	$ 31.698

Cifras: Raddar – marzo 2025

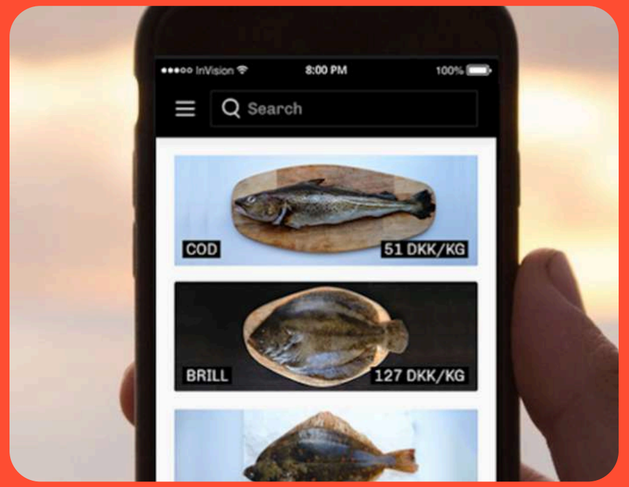
RADDAR Consumer Knowledge Group | inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA | sectorial www.sectorial.co

COPENHAGEN



TAKE ØENS HAVE

una granja urbana y restaurante donde los lugareños pueden cultivar o comprar productos, comer en eventos comunitarios, aprender sobre agricultura orgánica e incluso asistir a clases de yoga.



BLUE LOBSTER

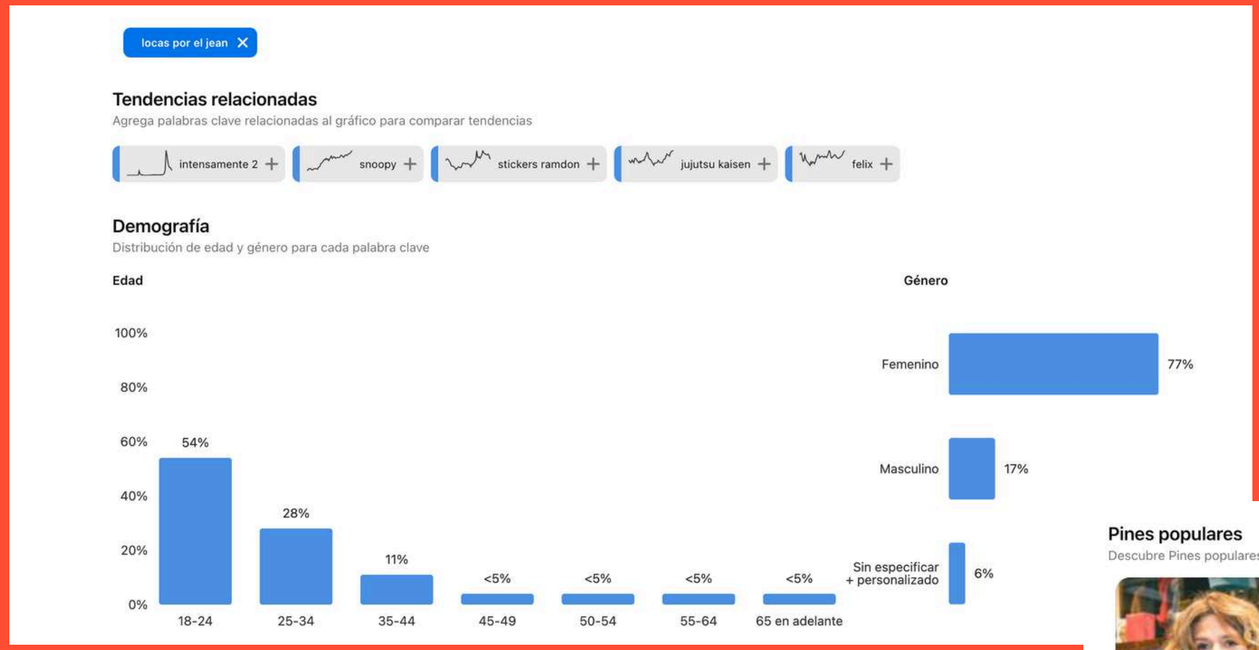
La primera aplicación de mercado para la pesca de bajo impacto, permite a los daneses comprar pescado sostenible a pescadores locales. Esta aplicación ha sido utilizada por los mejores chefs de la ciudad durante un tiempo y ahora los cocineros caseros también tienen la oportunidad de apoyar a la industria pesquera.



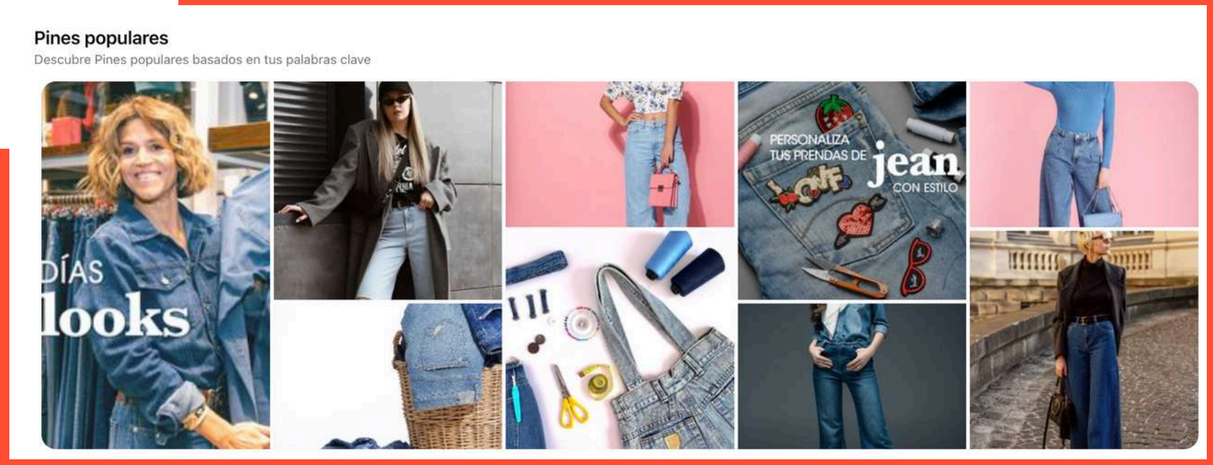
CPHFW

Copenhague ha comprendido plenamente la moda circular, desde las tiendas de consignación y los mercadillos hasta las aplicaciones que llevan la revolución al mundo online. Esto, sumado a los Requisitos de Sostenibilidad 2023 de CPHFW , que piden a las marcas que cumplan con un estándar mínimo para participar, ha ayudado a consolidar la posición de Copenhague como líder en moda sostenible.

MÉXICO (CONSUMIDOR)



- Búsquedas en tiempo real a través de medios digitales y offline (Conversaciones con locales)





inexmoda

3. A DÓNDE PUEDO LLEGAR?

ODD MATTER

inexmoda



COMPETIDORES

01 ADN

02 CATEGORÍA

03 PRICING

04 COMUNICACIÓN / CANALES

05 COMPETENCIA INDIRECTA

ODD MATTER





BACKGROUND PROFESIONAL

BOTTER

- PREMIO DRIES VAN NOTEN
- PREMIOS ANN DEMEULEMEESTER
- DIRECCIÓN CREATIVA NINA RICCI

D.N.I

- NOMINACIÓN PREMIOS GRANDS PRIX DE LA CRÉATION DE LA VILLE DE PARIS
- NOMINACIÓN LATIN AMERICAN FASHION AWARDS

PATBO

- GANADORA LAFS

CANALES



ONLINE

- FARFETCH
- THE WEBSTER
- FWRD
- THE REAL REAL
- SSENSE
- YOOX
- REVOLVE
- LUISAVIAROMA

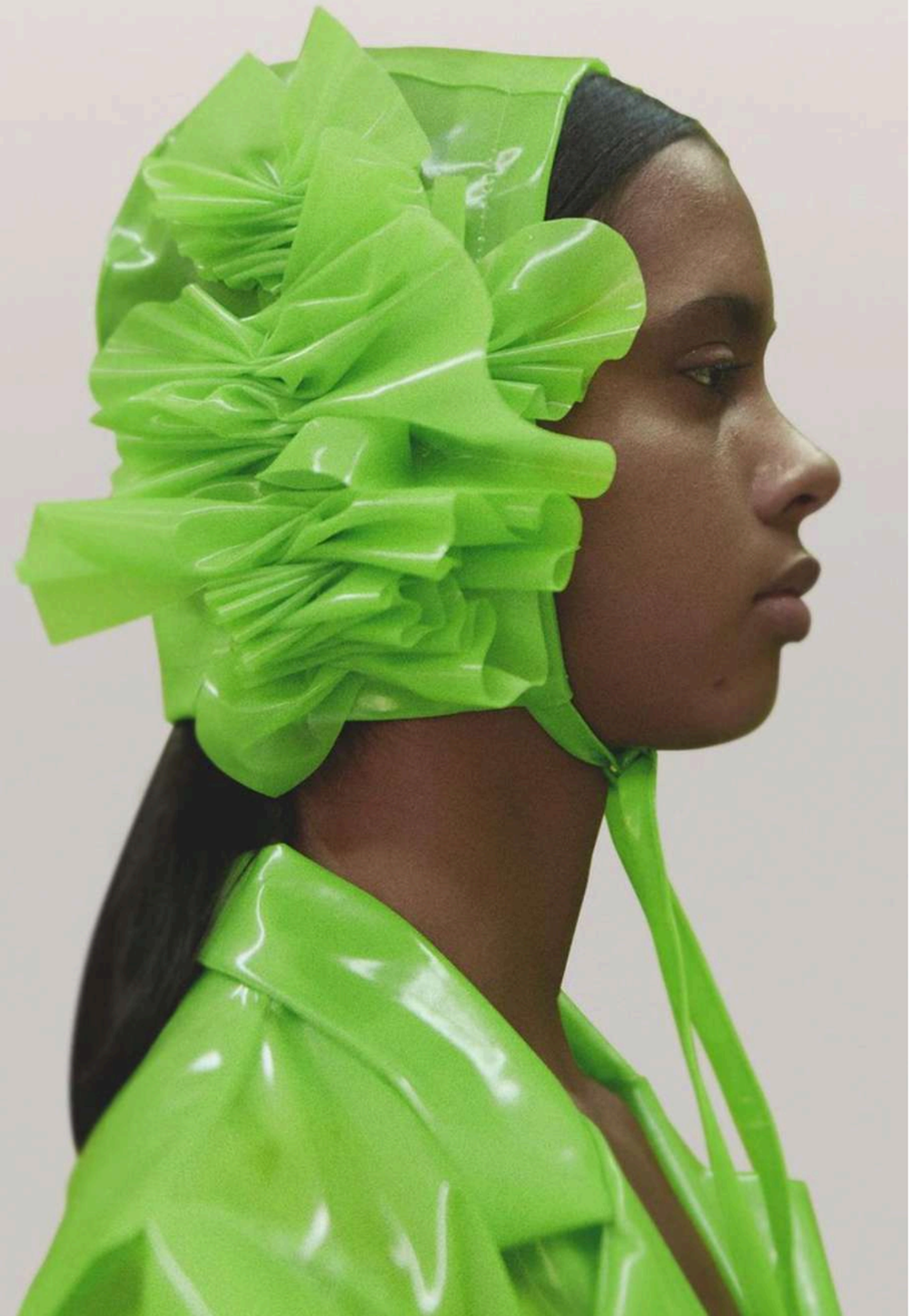
OFFLINE

- DOVER STREET MARKET
- BOON THE SHOP
- PRINTEMPS
- NORDSTROM
- GALERIES LAFAYETTE

OTROS

- ZONA FRANCA





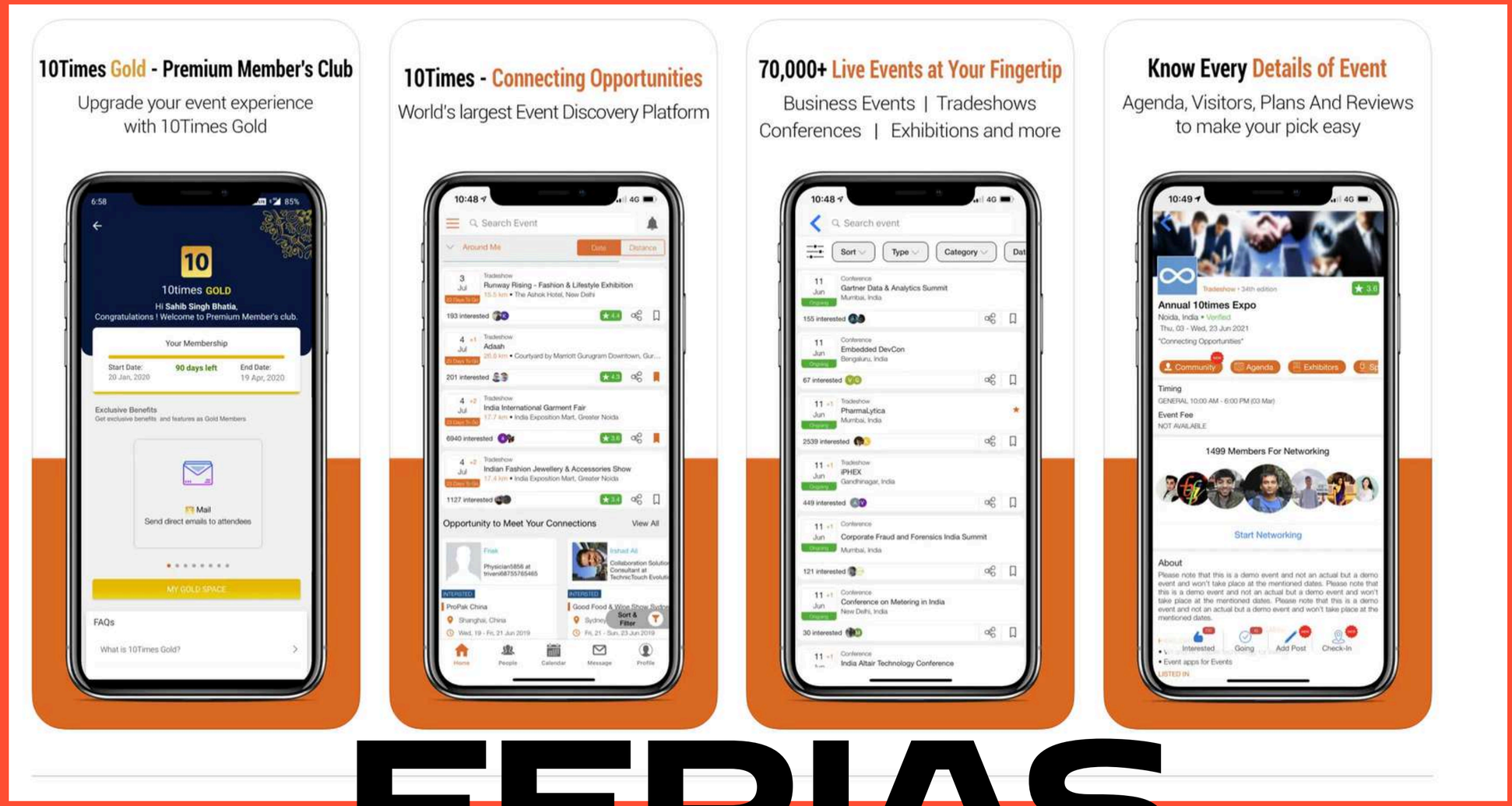
inexmoda

4. CÓMO LLEGO?

ODD MATTER

inexmoda

ODD MATTER



FERIAS

SOME INFO



@ELIASSERGEIJ



@MELISAVARGASB



@C3PRAGENCY

inexmoda

ODD MATTER

COLLABS

ODD MATTER



LUAR UNVEILS COLLABORATION WITH MOOSE KNUCKLES

BY SHOWSTUDIO ON 14 FEBRUARY 2024

The multi-season collaboration debuted as part of Luar's A/W 24 runway show last night at New York Fashion Week.

SHARE
TWITTER
FACEBOOK



D.N.I x CORNELIO BORDA / LAS SANDALIAS MULTICOLOR



NEWS

Reebok and BOTTER's Latest Collab is Football x Fashion Heaven

Football boot mania hits the runway.

Words by **Simi Iluyomade** • Jan 22, 2024



PREGUNTAS

1.Con quién debería colaborar?
2. Qué necesito para colaborar con esa marca?
3. Entiendo mi modelo de negocio y cómo está estructurado?
4. Mi portafolio de producto se adapta a las necesidades globales?
5. Tengo industrializado, escalado mi negocio si soy un modelo de negocios sostenible?

inexmoda



inexmoda

5. TALLER

ODD MATTER

inexmoda

PASOS



01 DEFINIR PROPUESTA DE VALOR

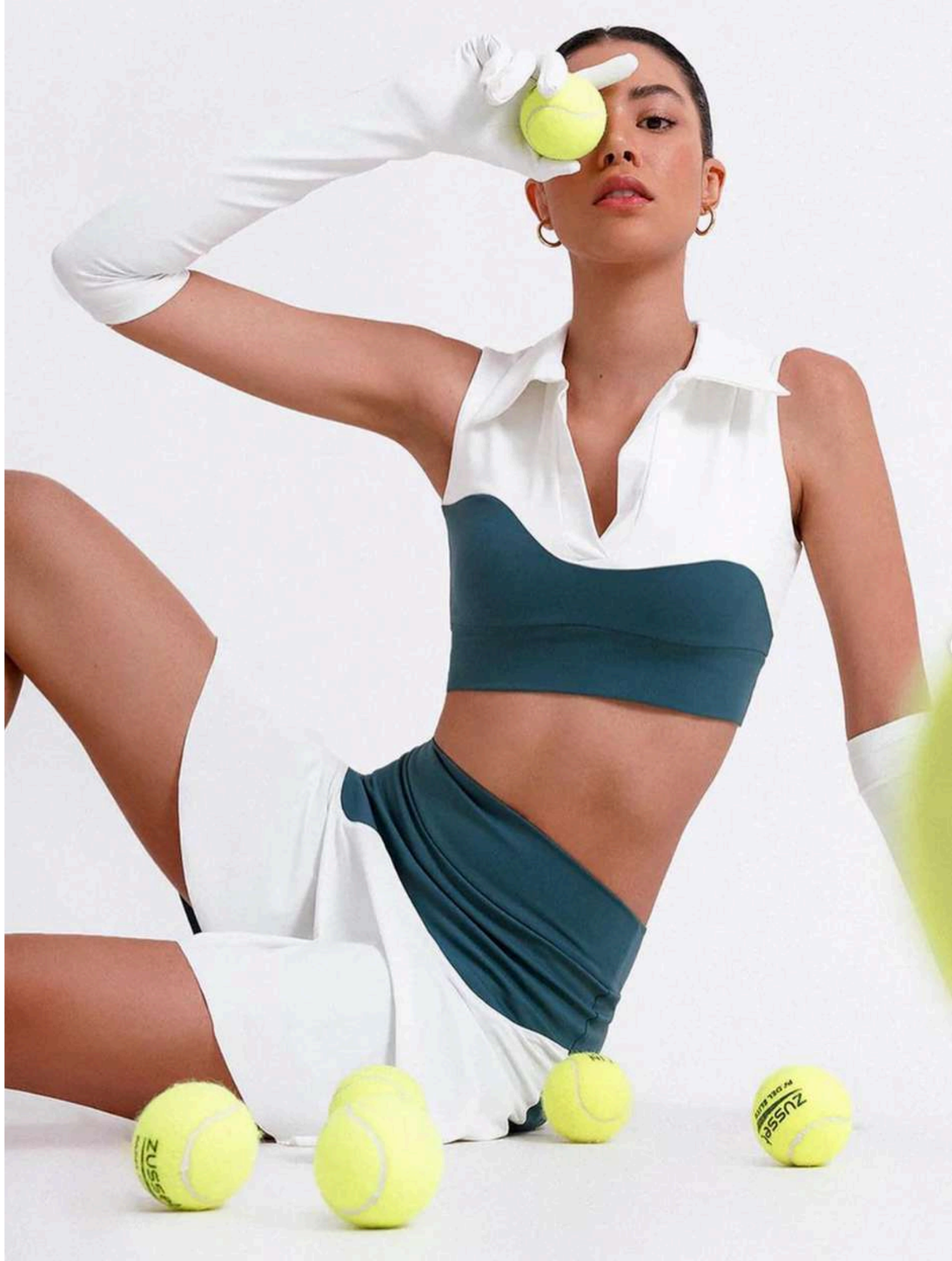
02 ELEGIR TENDENCIA

03 SELECCIONAR LOCACIÓN

04 SELECCIONAR COMPETIDORES

05 CANALES

ODD MATTER





inexmoda

PREGUNTAS?

LAURA OSORIO DAMELINES

+57 300 629 13 56

LAURA@ODDMATTER.CO

@ODDMATTER.CO

ODD MATTER



CONTÁCTANOS

info@inexmoda.org.co

www.inexmoda.org.co

inexmoda

CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA