



INFORME DE
SOSTENIBILIDAD

2012

Sector Sistema Moda

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD

2012

**Sector
Sistema
Moda**

MENSAJE DE LA DIRECCIÓN

Programa de Transformación Productiva (PTP)

Para el Programa de Transformación Productiva (PTP) ha sido un orgullo poder ayudar a consolidar este informe de sostenibilidad del sector Sistema Moda, por medio del cual queremos visibilizar el desempeño, los retos y los avances del sector en temas económicos, ambientales y sociales.

Desde que se creó la Dirección de Infraestructura y Sostenibilidad, hemos procurado trabajar de la mano con ellos para incluir en su análisis empresarial variables, tales como la responsabilidad ambiental y social, sin las cuales las empresas y los sectores no serían viables en el tiempo. La sostenibilidad no es cuestión de altruismo sino de estrategia, y desconocer su relevancia e impacto en la actualidad sería darle la espalda a un fenómeno internacional de conciencia hacia nuestro entorno.

Cada uno de los sectores que acompaña el PTP tiene sus propios retos y realidades, razón por la cual no podemos esperar que cada uno dé la misma prioridad a estos temas. Nuestra función como PTP es apoyar a los sectores del Programa para que superen sus retos y se vuelvan más competitivos desde diferentes frentes, la sostenibilidad siendo uno de ellos. Continuaremos esta tarea y esperamos que el próximo año este informe refleje los esfuerzos que, junto con los gremios, hacemos diariamente para lograr nuestro objetivo.

JUAN CARLOS GARAVITO

Gerente General

Programa de Transformación Productiva



MENSAJE DE LA DIRECCIÓN

Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI

Agradecemos a las empresas del sector Sistema Moda que hicieron posible este primer Informe de Sostenibilidad 2012. Esta recopilación será una herramienta muy importante para analizar y reflexionar sobre el impacto social, ambiental y económico de un sector que cuenta con más de 100 años de experiencia en Colombia y que se identifica por tener una de las industrias de textiles y confecciones más avanzadas y reconocidas en el continente americano.

Con este estudio queremos resaltar los aspectos positivos de nuestro sector en la gestión de la sostenibilidad social, ambiental y económica, y cómo a través de esta se evidencia una mejora en las condiciones de los empleados, proveedores, la comunidad, los clientes, y en general, de la sociedad colombiana. Este estudio nos permitirá además construir una hoja de ruta para mejorar en aquellos temas en los que todavía el sector necesita fortalecerse. Es una buena oportunidad para hacerlo, teniendo en cuenta las circunstancias actuales mundiales.

Es necesario seguir tejiendo espacios de concertación para crecer en conjunto y defender los principios de la transparencia, el comercio justo, la responsabilidad social empresarial, el cuidado por el medio ambiente, la innovación y la calidad, entre otros. Si la cadena trabaja unida, todos nos beneficiamos.

JULIANA CALAD

Directora Ejecutiva

Cámara de la Cadena del Algodón, Fibras, Textil y Confecciones
ANDI





Contenido

- (1) Introducción _17
- (2) El sector Sistema Moda _17
- (3) Grupos de interés del sector Sistema Moda _25
- (4) El enfoque de la gestión en sostenibilidad _29
- (5) Apoyo gremial a la sostenibilidad _35
- (6) Competitividad y desempeño económico _43
- (7) Relaciones con los consumidores _65
- (8) Innovación, investigación y desarrollo _73
- (9) Gestión de los impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos _81
- (10) Compromiso con el Recurso Humano _111
- (11) Gestión sostenible de la cadena _121
- (12) Relaciones responsables con la comunidad e inversión social _129
- (13) Mejora continua de la sostenibilidad _135
- (14) Tabla de referencia Global Reporting Initiative (GRI) _139

- CAPÍTULO -

UNO

Introducción

El Primer Informe de Sostenibilidad del sector Sistema Moda es el resultado del trabajo conjunto de las empresas vinculadas a este: la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones (ANDI), la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) y el Programa de Transformación Productiva (PTP), organizaciones que buscan promover la competitividad y sostenibilidad del sector en el contexto internacional.

El informe abarca el año 2012 e incluye los sectores de Textiles¹ y Confecciones, y de Cuero, Calzado y Marroquinería. Estos sectores tienen impactos y contextos particulares, pero comparten oportunidades y retos económicos, sociales y ambientales en el contexto de la moda. Su gestión y reporte de la sostenibilidad está impulsado por exigencias legales y comerciales, oportunidades de diferenciación en el mercado, cambios en las preferencias de los consumidores y avances en innovación, investigación y desarrollo. Así mismo, cada vez hay mayor compromiso de las empresas frente a los valores compartidos de protección al medio ambiente, garantía del respeto a los Derechos Humanos en la cadena de valor, y protección de la salud y seguridad de los consumidores. Todos los anteriores, son temas de gran trascendencia en un sector que impulsa la economía y la generación de empleo en el país.

Como respuesta a un compromiso con la transparencia, el documento presenta los principales impactos, retos y oportunidades de la gestión en sostenibilidad de las empresas a nivel nacional, en coherencia con los lineamientos del *Global Reporting Initiative*, versión G3.1. También analiza de qué manera la gestión gremial y sectorial ha impulsado la actuación sostenible y responsable del Sistema Moda en el país. Su construcción fue un ejercicio de reflexión y autoanálisis sobre los avances en la generación de valor social, ambiental y económico.

Se han realizado diversos estudios sobre asuntos específicos de sostenibilidad, pero esta es la primera vez que se construye de manera participativa un documento que reflexiona de manera integral sobre estos asuntos y analiza sus interrelaciones. Se trata de hablar el mismo lenguaje, conocerse y construir una visión compartida de futuro. Es, además, una invitación al diálogo y al trabajo colaborativo en la cadena y con todos los grupos de interés.

1. Incluye fibras, hilados y telas

REALIZACIÓN DEL INFORME

Durante el 2012, con el apoyo del Programa de Transformación Productiva (PTP), el sector trabajó en dos proyectos de formalización de la gestión en sostenibilidad mediante los cuales recolectó información sobre el estado actual de sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), definió de manera participativa sus asuntos de sostenibilidad significativos, desarrolló estrategias sectoriales de trabajo y definió unos indicadores sociales y ambientales prioritarios sobre los que se levantó una Línea Base en Sostenibilidad. Este informe refleja los resultados obtenidos. La **Línea Base en Sostenibilidad 2012** es el cimiento para el análisis del desempeño social y ambiental de las empresas.

Como complemento a la Línea Base para el análisis cuantitativo del desempeño, se utilizó información sectorial a nivel de país, especialmente en la dimensión económica y de empleo, y los resultados de otros estudios sectoriales que han sido elaborados a partir de muestras de empresas del sector.

El informe se construyó con base en esta información y a través de un proceso de consulta pública y diálogo con las empresas, proveedores, gremios y Gobierno². También se recogieron buenas prácticas empresariales como referencia del compromiso del sector y con el objetivo de servir de inspiración para otras empresas. La selección se realizó a través de una convocatoria abierta y estuvo basada en la evaluación de los impactos, la excepcionalidad y la representatividad de lo que se quiere lograr.

2. Acciones de consulta y diálogo: entrevistas con representantes sectoriales, taller de discusión en el que participaron empresas del sector, representantes del Gobierno y proveedores, y periodo de consulta pública del contenido propuesto, durante tres semanas por internet.

Línea Base en Sostenibilidad 2012 - Sistema Moda

El objetivo de la **Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda** fue recolectar información cuantitativa sobre la gestión y el desempeño social y ambiental de las empresas del sector, que le permitieran fortalecer su gestión y comunicación en materia de sostenibilidad. Los indicadores que la componen fueron construidos con la colaboración de los gremios, los ejecutivos del Programa de Transformación Sostenible (PTP) y la retroalimentación de las empresas. Estos responden a los principales impactos y a las expectativas de los grupos de interés.

Las empresas objeto de estudio son las que colaboran con el PTP y los gremios en la implementación de las iniciativas de promoción de la competitividad y sostenibilidad del sector. La muestra inicial invitada a participar (90 empresas), fue definida en concertación con los representantes sectoriales. Se buscó tener una representación estructural, que reflejara características similares a la población en cuanto a número de empresas por eslabón y distribución de empresas por zonas del país. La Línea Base fue construida a partir de la información de las empresas que voluntariamente decidieron participar del estudio que en total fueron 30 empresas.

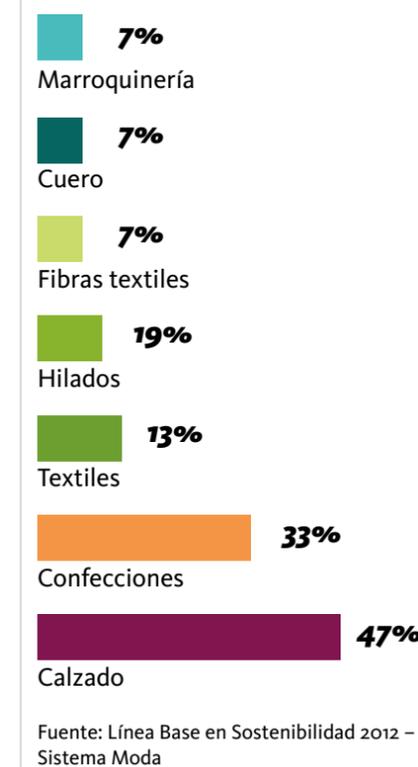
**SECTOR DE TEXTILES Y CONFECCIONES:
15 EMPRESAS (16% DE LA POBLACIÓN)**

**SECTOR DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA:
15 EMPRESAS (3% DE LA POBLACIÓN)**

Como no todas las empresas enviaron la información completa, la muestra varía según la dimensión:

- Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad: 30 empresas
- Asuntos sociales: 28 empresas (13 Textiles y Confecciones – 15 Cuero, Calzado y Marroquinería)
- Asuntos ambientales: 26 empresas (12 Textiles y Confecciones – 14 Cuero, Calzado y Marroquinería)

Actividad productiva de las empresas que participaron en la muestra - Línea Base en Sostenibilidad 2012



Tamaño de las empresas que participaron en la muestra - Línea Base en Sostenibilidad 2012

Número de empleados	TEXTILES Número de empresas	CUERO Número de empresas
Menor o igual a 10	1	6
Entre 11 y 50	1	4
Entre 51 y 200	3	1
Entre 200 y 1.000	5	4
Más de 1.000	3	0
No tiene información	2	0

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

LAS PROTAGONISTAS DEL INFORME

Este informe de sostenibilidad no hubiera sido posible sin el interés y la participación de las empresas y organizaciones, que compartieron sus experiencias y conocimiento a lo largo del proceso de realización del mismo.

Se extiende un especial agradecimiento a las empresas que participaron en la medición de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, por haber compartido información sobre su desempeño social y ambiental para el beneficio de todo el sector.

EMPRESAS QUE PARTICIPARON EN LA LÍNEA BASE EN SOSTENIBILIDAD 2012 – SISTEMA MODA

Textiles y Confecciones	ALTERNATIVA DE MODA S.A.S.	 INDUMAQUIL	 PLASTEXTIL S.A.S.
	 C.I. HERMECO S.A.	 INFANTILES LAURA MILENA	 FABRICATO
	 COLHILADOS	 LINEA DIRECTA	 COLTEJER
	 DIDETEXCO S.A.	 BIANCHI	 CLUSTER TOLIMA
	 ENKA DE COLOMBIA S.A.	 TARRAO	Otras empresas: CONFECCIONES EL SEMILLERO
	Cuero, Calzado y Marroquinería	 C. I. UNIROCA	 SUEÑOS SHOES
 GRUPO NOVA		 VENUS COLOMBIANA	
 INDUSTRIA DE CALZADO JOVICAL S.A.		 NIGOOON S.A.	
 SERGIO TOMANI		 IMACAL	



- CAPÍTULO -
dos

El sector Sistema Moda

El sector Sistema Moda está compuesto por dos sectores de producción: Textiles y Confecciones, y Cuero, Calzado y Marroquinería. Cada uno está compuesto por varios eslabones con interdependencia entre sí:



Textiles y Confecciones:

- Fibras (incluye algodón y fibras sintéticas)
- Hilaturas
- Textiles
- Confecciones



Cuero, Calzado y Marroquinería:

- Curtiembre
- Insumos (incluye herrajes, suelas, plantillas, tacones, hormas)
- Marroquinería
- Calzado

Estos eslabones se complementan con las actividades de comercialización, cuyos principales canales son los puntos de venta propios, los minoristas, las licitaciones, las grandes superficies y almacenes de cadena, las ventas corporativas y las exportaciones.

El sector Sistema Moda está compuesto, en su mayoría, por empresas pequeñas y hay una gran incidencia de informalidad empresarial y laboral, lo que implica un reto en la promoción y medición del desempeño de sostenibilidad del sector.

CADENA PRODUCTIVA DE TEXTILES Y CONFECCIONES¹ ()

El sector Textiles y Confecciones es heterogéneo, dada la gran variedad de productos finales que fabrica. Su actividad principal es la producción de hilados y tejidos para la confección de prendas de vestir y artículos para el hogar, como lencería, cortinas, toallas, etc. . La industria textil también abarca la producción de fibras técnicas utilizadas por otras industrias, la agricultura y la construcción. Los productos son diversos: cintas transportadoras, filtros, materiales de aislamiento y de techar, textiles para empaques, cuerdas, redes, fibras para revestimiento, alfombras, ente otros.

Las actividades de la cadena van desde la producción de materia prima (fibras naturales, artificiales y sintéticas) hasta la manufactura de gran variedad de productos semiacabados y acabados. Las prendas de vestir se incorporan en la industria de la moda.

1. Fuente: Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones ANDI, 2013

(1) fibras

• **Producción de fibras.** Las fibras son las materias primas básicas de toda producción textil. Dependiendo de su origen, son generadas por la agricultura, la ganadería, la química o la petroquímica. En Colombia, su producción está concentrada principalmente en Medellín.

(2) hilados

• **Hilandería.** Es el proceso de convertir las fibras en hilos. Gran parte de los hilos que utiliza el país son importados. La producción nacional se concentra en Bogotá.

• **Textiles.** Es el proceso de convertir hilos en telas.

• **Confección.** Es la fabricación de ropa y otros productos textiles a partir de telas, hilos y accesorios. La producción está concentrada en Bogotá y Medellín.

(3) textiles

El sector también realiza tintorería y acabados, que son los procesos de teñir y mejorar las características de hilos y telas mediante procesos físicos y químicos. El grado de desarrollo de la cadena de suministros y su integración vertical, le permite al sector ofrecer de manera conjunta varios procesos: hilado, tejidos, confección, diseño, cortado, lavado, bordado, tinte y estampado.

(4) confección

Desde el punto de vista de la generación de valor, de empleo y de divisas, esta cadena es una de las más importantes de la industria en Colombia, característica que es común en muchos países en desarrollo. Esto se debe a que casi todos los eslabones cuentan con una gran producción nacional y son intensivos en mano de obra. En las etapas finales de la cadena hay una participación alta de exportaciones sobre el total de la producción, y se observa una tendencia a añadir valor agregado a los productos a través de la industria de la moda. Las empresas, especialmente en estos últimos eslabones, enfrentan el crecimiento reciente de las importaciones y la presencia de reconocidas marcas internacionales en el país, lo que genera para ellas una fuerte competencia.

(5) diseño

Empresas que componen el sector

En Colombia, este sector cuenta con más de 30.000 empresas registradas en las Cámaras de Comercio. El 70% de estas está

(6) moda

◀ **Los eslabones del sector trabajan en cadena**

concentrado en los eslabones de confección, manufactura y comercio. Se registra un menor número de empresas en textiles, fibras, insumos y servicios.

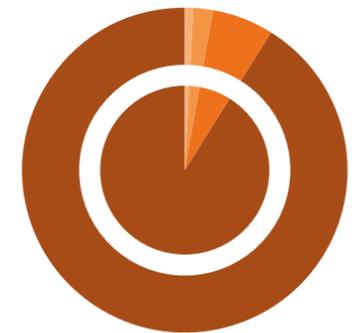
La gran mayoría de empresas del sector son microempresas y más de la mitad tiene menos de \$10 millones de pesos de activos.

Este sector está en constante crecimiento y evolución. Existen empresas tradicionales con más de 100 años de trayectoria en el país y muchas otras que se han constituido en los últimos años.

CADENA PRODUCTIVA DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA² ()

Los principales productos de este sector son cuero, calzado, marroquinería y prendas de vestir. En la producción de calzado se utilizan materiales muy diversos como cuero, lonas y materiales sintéticos, e insumos como herrajes, suelas, plantillas, tacones y hormas.

Distribución de las empresas de Textiles y Confecciones en Colombia según tamaño, 2012



Micro	91%
Pequeñas	6%
Medianas	2%
Grandes	1%

Fuente: Registros públicos empresariales Cámaras de Comercio, 2012

Productos del sector Cuero, Calzado y Marroquinería

Cuero

- Bruto
- Semi-terminado
- Terminado
- Otros

Calzado

- De cuero
- De caucho o plástico
- Textil
- Partes y componentes
- Otros

Marroquinería y prendas de vestir

- Artículos de bolsillo
- Bolsos de mano
- Baúles, maletas y maletines
- Otras manufacturas en cuero
- Prendas
- Guantes, mitones y manoplas
- Cintos, cinturones y bandoleras
- Accesorios de vestir

Fuente: Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. Universidad del Rosario, PTP, 2013

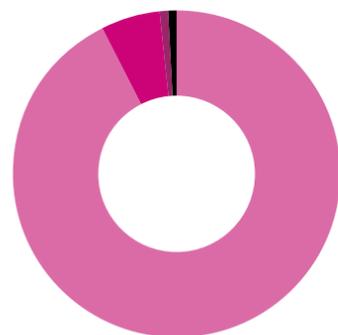
2. Fuente: Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. Universidad del Rosario, PTP, 2013

Empresas que componen el sector

En Colombia, la cadena productiva de Cuero, Calzado y Marroquinería concentra cerca de 28.021 empresas formales, es decir, matriculadas o renovadas en las Cámaras de Comercio. Estas involucran actividades como producción agropecuaria de insumos en los hatos ganaderos y unidades de sacrificio, la fabricación de productos finales para la industria de la moda y la comercialización.

La mayoría de unidades productivas son micro y pequeñas empresas, muchas de las cuales aún no pertenecen al sector consolidado de la economía.

Distribución de las empresas de Cuero, Calzado y Marroquinería en Colombia, según tamaño, 2012

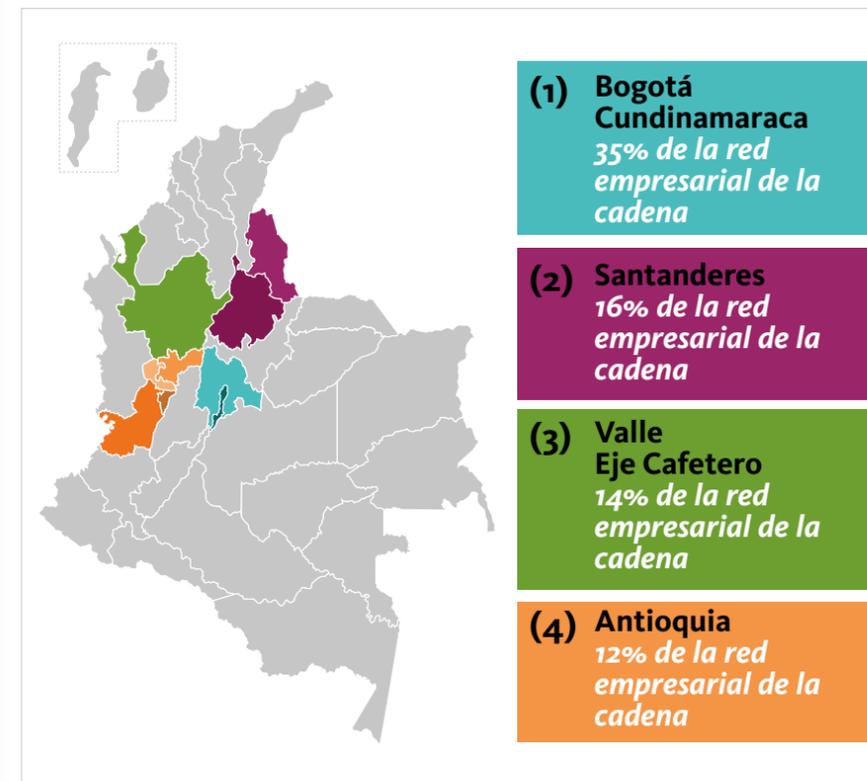


● Micro	92,64%
● Pequeñas	5,71%
● Medianas	0,98%
● Grandes	0,67%

Fuentes: Registros públicos empresariales Cámaras de Comercio, Cálculos CEPEC Universidad del Rosario 2013

Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería, Universidad del Rosario, PTP, 2013

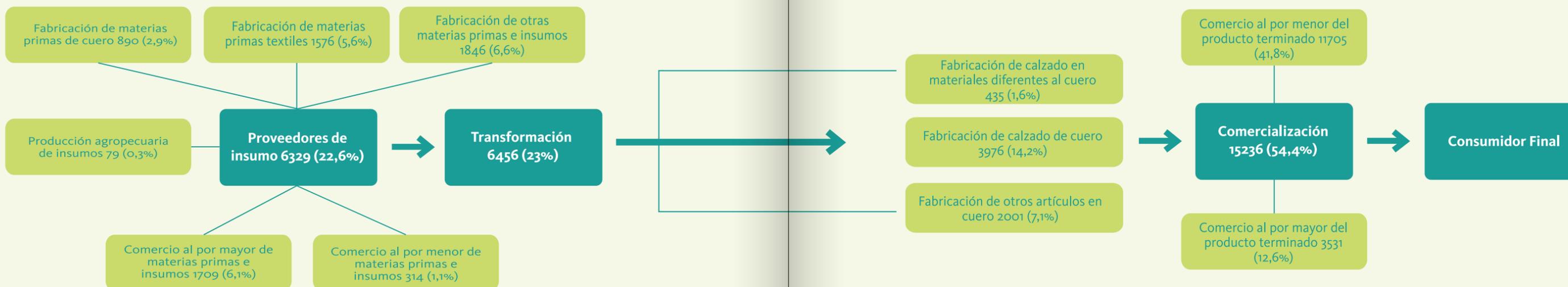
La producción del sector en Colombia se divide en cuatro regiones principales:



Las empresas establecidas en Bogotá y Cundinamarca concentran la mayoría de eslabones: 71% en cuero, 36% en calzado, 47,3% en marroquinería. Santander y Norte de Santander concentran el 22,4% de las empresas productoras de calzado.

▼ Número de empresas por actividad

Macro-cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería en Colombia 2011



REPRESENTACIÓN GREMIAL

Dada la trayectoria y red empresarial del sector a nivel nacional, a lo largo de los años se han constituido organizaciones para representar los intereses de los empresarios y promover la competitividad y crecimiento de cada uno de los sectores de la cadena. Estas organizaciones trabajan de manera colaborativa para enfrentar los retos en un contexto nacional, regional y global. A continuación se presentan las de mayor trayectoria y representatividad.

Organizaciones gremiales sector Textiles y Confecciones (👕)



Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil, Confecciones - ANDI
Instancia que desde 2001 representa los intereses de las distintas empresas de los sectores de algodón, fibras, textiles y confecciones a nivel nacional.



Cámara Colombiana de la Confección y Afines

Cámara Colombiana de la Confección y Afines
Agremiación que promueve la Industria de la Confección a nivel nacional e internacional, fomenta la calidad y la productividad, representa y defiende los intereses generales del sector.



Cluster Textil/Confección Diseño y Moda
Promueve la cultura de integración para fomentar la innovación y el desarrollo empresarial y las instituciones que interactúan en la cadena de valor, con el fin de lograr su acceso y reconocimiento en los mercados internacionales.



Cluster de la Moda de Bogotá
Estrategia para acompañar y dinamizar la red empresarial de esta industria, a través de esfuerzos conjuntos de los actores que integran el sistema de moda en Bogotá y la región.



Cluster Textil Confección del Tolima
Es un conglomerado de empresas e instituciones que pertenecen y/o apoyan al sector textil-confección, se encuentran localizadas en el departamento del Tolima y conforman una red de cooperación para el fortalecimiento, desarrollo y mejora competitiva del sector.

Organizaciones gremiales sector Cuero, Calzado y Marroquinería (👞)



Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM)
Agremiación que representa al sector en el país y propicia la integración de la cadena productiva para el engrandecimiento de la industria colombiana, dentro y fuera del territorio nacional.



Cámara Sectorial del Cuero - ANDI
Agrupa a las personas naturales y jurídicas que forman parte de la cadena productiva del cuero, principalmente curtidores.



Federación Nacional del Cuero, Calzado y Marroquinería y Afines
Organización sin Ánimo de Lucro dedicada a asociar y agregar a todas las razones sociales dedicadas al mercado del cuero, en todos sus sectores.

El sector también cuenta con entidades de apoyo públicas y privadas, que trabajan de la mano con los gremios para hacer investigación e implementar acciones que permitan el crecimiento responsable y sostenido de la industria.

Principales entidades de apoyo



Tener representantes de los intereses de las empresas del sector en todo el país, permite generar un diálogo permanente al que se suman los grupos de interés, como el Gobierno, los proveedores y clientes. La gestión de la sostenibilidad se realiza a través de cada una de estas organizaciones, que son un medio importante para que las empresas respondan a las expectativas de sus grupos de interés.

- CAPÍTULO -
tres

Grupos de interés del sector Sistema Moda

Los grupos de interés son todos aquellos que influyen en las empresas o que son afectadas por las mismas. Frente a ellos se generan los impactos sociales, ambientales y económicos. Sus intereses impulsan cambios en el contexto y ejercen influencia en las decisiones de las empresas. Además, son aliados para la generación de valor compartido.

La reflexión sectorial frente a la sostenibilidad que dio origen a este informe, partió de la identificación de las relaciones prioritarias de las empresas a lo largo de la cadena y los impactos, retos y oportunidades que se generan en cada una de ellas.

ACCIONISTAS

Nacionales y extranjeros

Las empresas responden a los intereses de los accionistas, quienes buscan su sostenibilidad económica, social y ambiental. Dado el tamaño de dichas empresas, los accionistas suelen tener una relación muy cercana con su operación.

EMPLEADOS

El sector es un gran generador de empleo, por lo que la calidad del empleo que genera tiene un impacto social y económico en el país. La fuerte competencia a nivel mundial y la inestabilidad económica del sector en los últimos años, hacen que el acceso y retención de talento humano preparado para los retos que presentan las nuevas tendencias en el contexto internacional sea de vital importancia para las empresas.

PROVEEDORES

Pequeños proveedores: maquiladoras, curtiembres, otros pequeños proveedores

Otros proveedores de productos y servicios

La relación con los proveedores genera grandes riesgos y oportunidades:

- Los proveedores son aliados estratégicos para el fortalecimiento de la competitividad y diferenciación de la industria. Si a ellos les va bien a las empresas también.
- Existen oportunidades de colaboración a lo largo de la cadena para innovar, llevar al mercado productos de valor agregado y desarrollar nuevos materiales.
- Hay riesgos de informalidad empresarial y laboral a lo largo de la cadena, lo que implica tener que controlar y exigir a los proveedores condiciones responsables para los empleados y el medio ambiente.
- Muchos de los proveedores son pequeñas empresas, que además necesitan asesoría técnica de sus clientes para entregar los productos en la cantidad, velocidad y calidad que necesitan.

CLIENTES**Clientes corporativos y consumidores finales nacionales y extranjeros**

Aunque no todas las empresas tienen una relación directa con el consumidor final, estos afectan a todo el sector, porque marcan el rumbo del mercado. La tendencia de la demanda está relacionada con la preocupación por los impactos ambientales, el respeto de los Derechos Humanos y la salud y seguridad. Con los consumidores nacionales se espera generar conocimiento sobre las ventajas de los productos elaborados de una manera responsable. Los clientes corporativos, en su mayoría, hacen parte de los otros eslabones de la industria en Colombia y el mundo.

COMUNIDAD

Existen oportunidades significativas para generar impactos positivos sociales y económicos en las comunidades: empleo, negocios inclusivos e inversión social. El panorama negativo está asociado con los potenciales impactos ambientales, aunque no son significativos en la mayoría de eslabones y empresas formales.

GOBIERNO

Las entidades del gobierno vigilan la industria y toman medidas que afectan su competitividad a nivel internacional, como las leyes arancelarias. También definen la legislación ambiental, laboral y comercial aplicable al sector. Algunas organizaciones públicas se han aliado para fortalecer la formación del talento humano y la internacionalización. El sector se relaciona con instituciones gubernamentales como SENA, Ministerio y Secretarías de Medio Ambiente, Ministerio de Comercio Exterior, Proexport, CAR, Alcaldías, DIAN, INVIMA, y Superintendencia de Industria y Comercio.

CENTROS EDUCATIVOS Y DE INVESTIGACIÓN

Son aliados estratégicos en los procesos de capacitación de empleados y proveedores del sector. También generan conocimiento, investigación e innovación, claves para la competitividad de la industria.

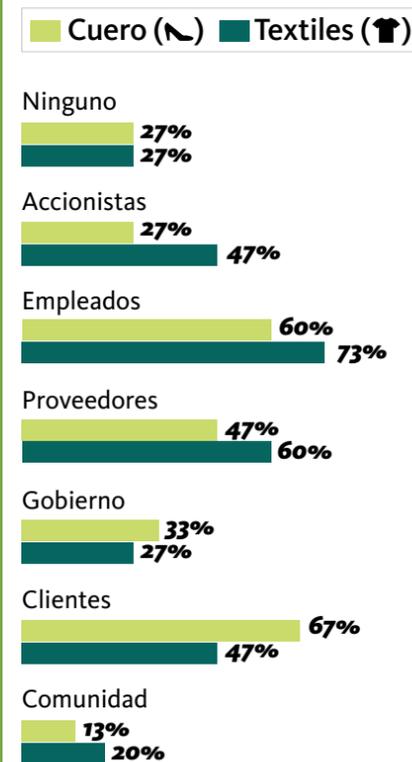
SOCIEDAD

Se interesa por las acciones responsables de las empresas del sector y presiona para que haya mejores prácticas sociales y ambientales.

Línea Base en Sostenibilidad 2012**Diálogo con los grupos de interés**

De acuerdo con los resultados de la **Línea Base en Sostenibilidad 2012**, las empresas han avanzado en la formalización de mecanismos de diálogo con los empleados, proveedores y clientes. Aún hace falta formalizar canales de participación con los demás grupos de interés, como base de la mejora continua en sostenibilidad.

% de empresas que cuentan con sistemas de involucramiento y diálogo documentado con cada grupo de interés



Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda



- CAPÍTULO -
cuatro

El enfoque de la gestión en sostenibilidad

La gestión de sostenibilidad de las empresas y los gremios gira en torno a los asuntos sociales, ambientales y económicos que se han definido como prioritarios para la generación de valor compartido con los grupos de interés y para la competitividad de la industria a largo plazo. Estos asuntos se abordan en el sector con una visión de cadena, es decir, a través del diálogo y la colaboración entre las empresas de todos los eslabones y tamaños.

Asuntos de sostenibilidad del sector Sistema Moda

Impulso del desempeño económico sostenible y responsable

- Estabilidad económica de las empresas en el contexto internacional.
- Competitividad de las empresas pequeñas y medianas
- Informalidad empresarial.

Competencia desleal

- Contrabando y subfacturación.
- Protección a la propiedad intelectual.

Prácticas laborales responsables

- Generación de empleo de calidad.
- Combate a la informalidad laboral.
- Respeto a los Derechos Humanos y laborales de los trabajadores.

Capacitación y desarrollo del talento humano

- Formación pertinente con las necesidades del sector.
- Impulso de la innovación.
- Bienestar y desarrollo personal de los empleados.

Gestión sostenible de la cadena

- Cumplimiento de criterios sociales y ambientales en la cadena.
- Informalidad en la contratación de servicios de maquila.
- Apoyo al desarrollo de proveedores nacionales y encadenamiento productivo.
- Escasez de insumos nacionales para el sector.

Relaciones con los clientes y consumidores

- Salud y seguridad del consumidor.
- Información transparente sobre el producto.
- Demanda de productos más amigables con el medio ambiente.
- Preocupación del consumidor por el cumplimiento de los Derechos Humanos y criterios sociales y ambientales en la producción.
- Fomento de criterios de compra responsables.

Promoción de la investigación, innovación y desarrollo

- Innovación y desarrollo en diseños, productos, tecnologías, usos de nuevos materiales, empaques y biomecánica, y confort en Cueros, Calzado y Marroquinería.
- Desarrollo de productos más amigables con el medio ambiente.

Generación de valor social, económico y ambiental para la comunidad

- Gestión de los impactos sociales y ambientales en la comunidad.
- Inversión social y donaciones a la comunidad.
- Inclusión laboral de población vulnerable.

Gestión de impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida de los productos

- Diseño ecológico.
- Consumo responsable de agua.
- Control de la contaminación de los vertimientos.
- Disminución del uso de químicos en la producción.
- Consumo responsable de energía.
- Control de emisiones atmosféricas y gases de efecto invernadero.
- Gestión de residuos.
- Uso de materiales ecológicos, reciclados, naturales y degradables.
- Eficiencia en el uso de materiales.
- Disminución de material de empaque y uso de materiales reciclados en los empaques.

Los asuntos de sostenibilidad se han definido a partir de un análisis participativo de las expectativas, necesidades e intereses de los grupos de interés. Asimismo reflejan los impactos sociales, ambientales y económicos, y los objetivos estratégicos de las empresas del sector.

Para apoyar este análisis se utilizaron los resultados de estudios preliminares sobre los retos del sector en generación de valor social, ambiental y económico, y los informes de sostenibilidad de las empresas del sector. Además, se tomaron como referencia las certificaciones y lineamientos en sostenibilidad desarrollados específicamente para el sector o exigidos o premiados por los clientes y consumidores. Los resultados fueron validados en talleres con empresas, gremios, organizaciones públicas relacionadas, proveedores y clientes.

Lineamientos de sostenibilidad relevantes para el sector Sistema Moda**Suplemento Sectorial del Global Reporting Initiative para Ropa y Calzado - Piloto**

Complemento a los lineamientos generales de reporte que especifican lineamientos para abordar los desafíos particulares de cada sector en materia de sostenibilidad.

**Oeko - Tex Standard 1000**

Sistema de certificación de producción amigable con el medio ambiente en la industria textil y de confecciones.

**GOTS**

Define los requerimientos para asegurar el estatus orgánico de productos textiles, desde el cultivo de materia prima hasta la manufactura amigable con el medio ambiente y con los principios de responsabilidad social.

**Blue Sign**

Estándar independiente para la industria textil que tiene en cuenta todo el proceso productivo, minimizando los impactos en el medio ambiente y protegiendo la salud de los consumidores. También busca ayudar a disminuir los costos de producción y aumentar la competitividad e innovación de las empresas.

**Higg Index**

Índice creado por la Coalición de Ropa Sostenible para medir el desempeño ambiental y social de las confecciones y el calzado.

**Social Accountability International - SA8000**

Estándar mundial para certificar condiciones laborales en cualquier industria, enfocadas en el respeto de los Derechos Humanos de los trabajadores

**Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales**

Herramienta usada por los gobiernos miembros y adherentes para promover la responsabilidad social empresarial a nivel global en la búsqueda por armonizar la actuación de las empresas con políticas públicas y potenciar su contribución al desarrollo sostenible.





El sector es consciente del impacto, valor agregado, reconocimiento y competitividad a nivel internacional que una gestión sostenible de estos asuntos le puede proporcionar.

La gestión de la sostenibilidad está atada a la visión de futuro del sector:

Textiles y Confecciones (👕)

El sector le apuesta a que Colombia logre el reconocimiento internacional como un país innovador en productos y procesos, con un talento humano altamente calificado y competitivo a nivel internacional. Adicionalmente, quiere convertirse en un polo de diseño en el mundo, transformándose en un proveedor de productos de alto valor agregado, especializados y con marca propia.

Cuero, Calzado y Marroquinería (👞)

En el 2028, el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería en Colombia se habrá constituido como el tercer productor de América Latina, será un referente internacional en la creación de moda en manufacturas de cuero, contará con varias marcas posicionadas internacionalmente y tendrá empresas “capaces” con un nivel tecnológico y ambiental de clase mundial y con un importante portafolio de productos exportados a una amplia diversidad de mercados de destino, que le permitirán participar en el 12% de las exportaciones regionales.

Hay conciencia de que existe una demanda creciente de productos del sector Sistema Moda, desarrollados con materiales amigables con el medio ambiente, que cumplan con estrictos estándares ambientales en su proceso de producción y que garanticen el cumplimiento de la legislación laboral y el respeto de los Derechos Humanos en la cadena de valor. Así mismo, hay una oportunidad de ser más competitivos a través de la capacitación del recurso humano y el ahorro de costos, haciendo un uso eficiente de materiales y recursos naturales.

También existen riesgos prioritarios en la cadena de valor que están siendo gestionados por las empresas junto con las organizaciones gremiales y el Gobierno. Este es el caso de la informalidad empresarial y laboral, el consumo de recursos naturales, el manejo de vertimientos, los impactos ambientales de los productos y el uso de materiales contaminantes.

- CAPÍTULO -
cinco

Apoyo gremial a la sostenibilidad

La gestión gremial ha sido fundamental para identificar objetivos y desafíos comunes, compartir buenas prácticas y construir de manera conjunta conocimiento y valor compartido frente a los asuntos de sostenibilidad del sector. La Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI y la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) son un ejemplo de este aporte.





La Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones de la ANDI se constituyó en el 2001 con el propósito de representar los intereses de las empresas que componen esta cadena. Hoy cuenta con 35 afiliados distribuidos equitativamente entre los eslabones. La Cámara les ofrece el respaldo institucional de la ANDI a nivel nacional, y se apoya en los servicios de sus áreas transversales.

Desde su creación, el gremio ha trabajado por la promoción de la competitividad, el encadenamiento productivo y la innovación para impulsar el crecimiento y diferenciación del sector en el mundo. Además, ofrece servicios de beneficio económico para el empresario y trabaja sobre las oportunidades y retos existentes en la cadena productiva frente a un mundo globalizado.

Los imperativos estratégicos de la Cámara se enmarcan en el trabajo colaborativo de todos los actores públicos y privados a lo largo de la cadena:

Imperativos estratégicos de la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI

<p>Fortalecimiento gremial Ser voceros y representantes del sector en el ámbito nacional e internacional.</p>	<p>Desarrollo del mercado Apoyar agenda interna de competitividad, representación en negociaciones de acuerdos comerciales, e información sobre ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales.</p>	<p>Formación del Recurso Humano Trabajar en conjunto con el SENA para fortalecer la pertinencia de la formación del recurso humano del sector.</p>
<p>Lucha contra el contrabando Trabajar con autoridades involucradas: DIAN, POLFA, Mincomercio y Fiscalía.</p>	<p>Innovación Promover innovaciones en productos y procesos que sean viables comercialmente.</p>	<p>Trabajos de asociatividad Implementar programas especiales.</p>
<p>Temas arancelarios Acceder a materias primas, suministros y tecnologías a costos competitivos.</p>	<p>Acceso a financiación Financiar enfocándose en el desarrollo tecnológico, importación de maquinaria, capacitación, liquidez, capital de trabajo, entre otros.</p>	<p>Gerencia privada del Programa de Transformación Productiva del Gobierno Ser un sector de clase mundial.</p>

La Cámara promueve una competencia abierta y justa basada en el intercambio equilibrado de los bienes y servicios con responsabilidad social y respeto por el medio ambiente. También busca impulsar la producción desde el conocimiento de la demanda, para responder a las necesidades e intereses de los consumidores. Promueve acciones para el encadenamiento productivo del sector, que permitan mejorar el abastecimiento de productos de valor agregado y a costos competitivos. Asimismo, la Cámara se encarga de suministrar información estadística, normativa, productiva y empresarial de coyuntura, que sea de interés para los empresarios de toda la cadena. Además, busca ser un lugar institucional de encuentro e intercambio de opiniones y experiencias de los empresarios y expertos a nivel nacional e internacional.

Para que todo esto sea posible, la Cámara trabaja de la mano con otras agremiaciones textiles y de confección de Colombia y otros países del mundo. Comparte información y tiene un diálogo frecuente con asociaciones de la región, busca profundizar relaciones comerciales y crear agendas comunes para el fortalecimiento del sector frente a la competencia de otros países. Cuenta además con suscripciones y convenios con la International Apparel Federation (IAF), China Customs Statistics Information y Fiber2Fashion, con el fin de poner al alcance de los empresarios la información sobre las últimas tendencias e investigaciones en el mundo.

La Cámara de la ANDI promueve la gestión sostenible a través de acciones orientadas principalmente a:

- La formación y fortalecimiento del talento humano.
- El encadenamiento productivo para afrontar la informalidad, apoyar el crecimiento y fortalecimiento de los proveedores y desarrollar productos naturales y ecológicos.
- La promoción de la innovación, investigación y desarrollo que generen nuevas y mejores formas de hacer las cosas y productos más amigables con el medio ambiente.
- La sensibilización y formación de empresarios en materia de RSE y sostenibilidad. Con la Gerencia de Responsabilidad Social de la ANDI se realizan acciones de formación y promoción de iniciativas en asuntos sociales y ambientales de los negocios. Todo bajo los estándares internacionales de sostenibilidad y en alianza con expertos internacionales.
- El fomento de decisiones empresariales basadas en principios éticos y el respeto de los Derechos Humanos y el medio ambiente.

El compromiso ético es pilar de los afiliados a la Cámara de la ANDI

Los empresarios de la Cámara se comprometen al cumplimiento de la Declaración de Principios Éticos del Empresariado Colombiano de la ANDI, que contempla el compromiso con la transparencia, los Derechos Humanos, la sociedad, los grupos de interés del sector y la propia empresa. También propende por la lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales, cadenas de suministro más sostenibles, producción limpia, consumo sostenible, uso sostenible de recursos, así como a la prevención y minimización de los impactos y riesgos para el medio ambiente.



ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES
DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS

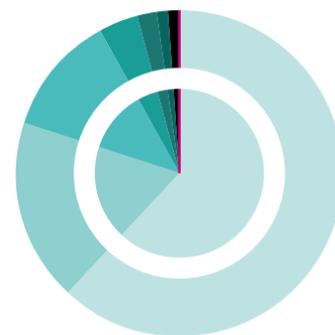
La Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, ACICAM, es una entidad dedicada a promover los intereses de las empresas de este sector para el mejoramiento de su productividad y competitividad.

ACICAM enfoca su propuesta para el desarrollo gremial basada en la representatividad con solidaridad empresarial, servicios, compromiso social e internacionalización.

El gremio cuenta con un cubrimiento nacional, y tiene representación a través de seccionales en Antioquia, Bogotá y Cundinamarca, Norte de Santander, Santander y Valle del Cauca. También asocia a gremios locales de diferentes zonas del país. Esto le permite atender las necesidades de los empresarios en un contexto local y promover a la industria de acuerdo a sus fortalezas y retos particulares.

Alrededor de 600 empresas de la cadena productiva del sector están afiliadas a este gremio, en su mayoría mipymes, pequeñas y medianas empresas, casi todas industriales. Las empresas del subsector calzado son las que mayor participación tienen, seguidas por el subsector de insumos y por el marroquinerío.

**Afiliados a ACICAM
por subsector**



Calzado	62%
Insumos	18%
Marroquinerío	12%
Calzado y Marroquinería	4%
Curtiembre	2%
Prendas de vestir	1%
Homólogos	1%
N/A	0%

Fuente: ACICAM, 2013

ACICAM busca la protección, desarrollo, tecnificación, dignificación y engrandecimiento de la industria colombiana del calzado, la marroquinería, entidades afines y los insumos para su fabricación. Para llevar a cabo estos objetivos, ACICAM:

- Fomenta la especialización, asociatividad y solidaridad entre las empresas del sector para generar economías de escala y un aprovechamiento más eficiente de los servicios y recursos disponibles.
- Desarrolla acciones de gestión institucional ante entidades gubernamentales para enfrentar problemáticas como la competencia desleal y la protección a la propiedad intelectual, así como para respaldar la internacionalización del sector.
- Apoya programas de desarrollo empresarial y fortalecimiento del diseño y el desarrollo tecnológico.
- Brinda información permanente a los empresarios sobre las tendencias económicas, comerciales, tecnológicas y de consumo en el contexto internacional.

La gestión de ACICAM se estructura en áreas estratégicas que le permiten avanzar hacia el cumplimiento de sus objetivos gremiales y enfocan sus aportes a la gestión de los asuntos de sostenibilidad relevantes para las empresas del sector:

Áreas estratégicas de trabajo - ACICAM

Desarrollo sectorial y asociatividad

- Fortalecimiento de la industria, el diseño y el desarrollo de producto en trabajo conjunto con el Programa de Transformación Productiva (PTP).
- Apoyo técnico para la gestión de los impactos ambientales y el cumplimiento de la legislación ambiental.

Gerencia y formación empresarial

Iniciativas para promover la armonización y pertinencia de la oferta educativa en respuesta a los requerimientos de los empresarios, para mejorar el acceso a un talento humano competitivo que pueda responder a las demandas del mercado.

Defensa de la industria nacional

Protección frente a los riesgos de contrabando, dumping, y al crecimiento de las importaciones y las exportaciones de insumos claves para el país.

Competitividad y mercadeo estratégico

Acciones de mercadeo a nivel nacional e internacional, que proporcionan herramientas industriales y comerciales para incrementar la competitividad del sector. Algunas de estas iniciativas son la International Footwear & Leather Show, la Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, la Red Conceptos de Moda y la plataforma exportadora a Estados Unidos y Canadá.

ACICAM ofrece diversas plataformas y servicios de apoyo para que los empresarios conozcan las tendencias nacionales e internacionales en consumo, diseño y moda en producto terminado, en el uso de insumos y en los avances en maquinaria y tecnología.



Adicionalmente, la Asociación es fundadora y aliada de Ceinnova - Centro de Desarrollo Tecnológico para las Industrias de Calzado, Cuero y Afines de Colombia, y ofrece directamente asesoría en las áreas de gestión de la producción, planeación, mercadeo estratégico, diseño y desarrollo de producto.

ACICAM busca promover el apoyo interinstitucional y los convenios con entidades públicas y privadas que tienen interés y competencias claves para el sector. Los principales aliados son:



Uno de los principales logros de la asociación durante el 2012 fue lograr la incorporación del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería al Programa de Transformación Productiva (PTP), en el Sistema Moda, por ser considerado como un sector de alto potencial a nivel mundial, adquiriendo así relevancia industrial en el país. Hoy ACICAM cuenta con un área para la promoción de la competitividad y formalización del sector, desde la cual se ejerce la gerencia privada del Programa para el sector.

- CAPÍTULO -

seis

Competitividad y desempeño económico

Los últimos años han sido de gran inestabilidad e incertidumbre para la industria de la moda en Colombia. La desaceleración que enfrenta el sector se ha profundizado desde 2010 con la crisis económica mundial de los países desarrollados y la consecuente pérdida de capacidad de compra de los consumidores de Europa, Estados Unidos y Japón, países que han perdido relevancia en el mercado mundial.

La situación se ha agravado con el fortalecimiento de economías emergentes, como China, que han ganado gran participación económica en el mercado. Las importaciones de telas, confecciones y calzado han crecido a un ritmo acelerado con productos asiáticos, principalmente Chinos, a precios muy inferiores a los nacionales. El contrabando, el lavado de activos y un dólar devaluado son problemas que han afectado la estabilidad de este sector. Adicionalmente, el alto costo de la energía y la deficiente infraestructura aumentan los costos para los productores, lo que dificulta la competencia en el contexto mundial.

Como respuesta a esta situación, la industria, con apoyo del Gobierno y de los gremios, está implementando iniciativas económicas para superar las dificultades. Buscando así aprovechar sus potencialidades como sector de clase mundial y como centro de desarrollo, crecimiento y generación de empleo en el país.

Los gremios y el Gobierno, principalmente a través del Programa de Transformación Productiva (PTP), están trabajando para que las empresas mejoren su productividad y se diferencien a nivel mundial con productos innovadores y de valor agregado. Las iniciativas en las que se está trabajando buscan el fortalecimiento de la cadena productiva para poder competir en el mercado mundial. Entre estas, el eje fundamental es la formación pertinente del talento humano, la renovación tecnológica y la innovación.

PRODUCCIÓN, VENTAS Y EMPLEO

Sector de Textiles y Confecciones (↑)

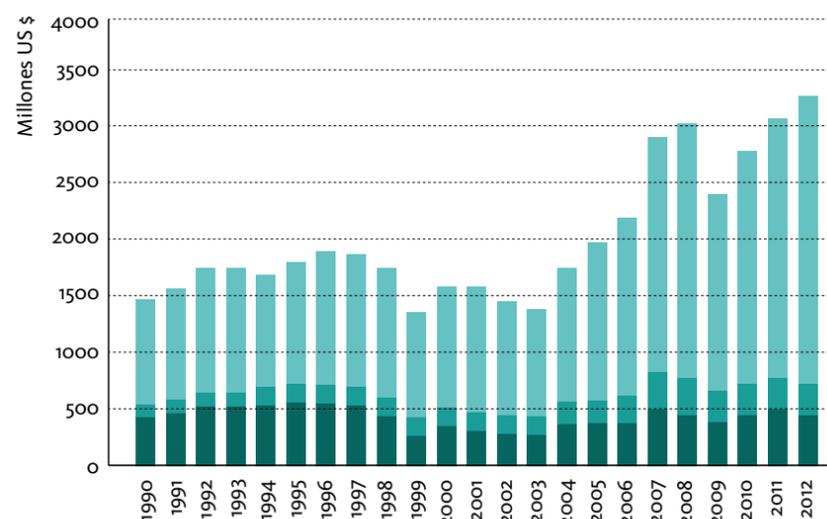
Esta cadena representa cerca de 1% del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia y 5,8% del PIB industrial. Esto demuestra que aproximadamente cuatro millones de familias están vinculadas a esta industria.

De acuerdo a la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE (GEIH), el sector emplea cerca de 430.000 personas. Esto corresponde alrededor del 16% del total de la población ocupada por el sector manufacturero. De estas, el 78% pertenecen al eslabón de confección.

A pesar de las dificultades, la producción del sector tiende a crecer.

Producción del sector de Textiles y Confecciones 1990 - 2012

Millones US \$



- Tejido de punto y ganchillo, prendas de vestir
- Artículos textiles, excepto prendas de vestir
- Hilados e hilos, tejidos de fibras textiles incluso afelpados

Fuente: DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI, 2013



Según el DANE, en 2012 la producción de la cadena fue de 3.351 millones de dólares, 2,6% más que en 2011 (prendas de vestir 2.550 millones de dólares, otros artículos textiles 344 millones de dólares, Hilados y tejidos 457 millones de dólares). Sin embargo, de acuerdo a la Muestra Mensual Manufacturera, el crecimiento no fue homogéneo entre los eslabones del sector. Mientras que la producción de prendas de vestir y confección creció significativamente (+9%), el eslabón de textiles bajó su producción en 5,1%.

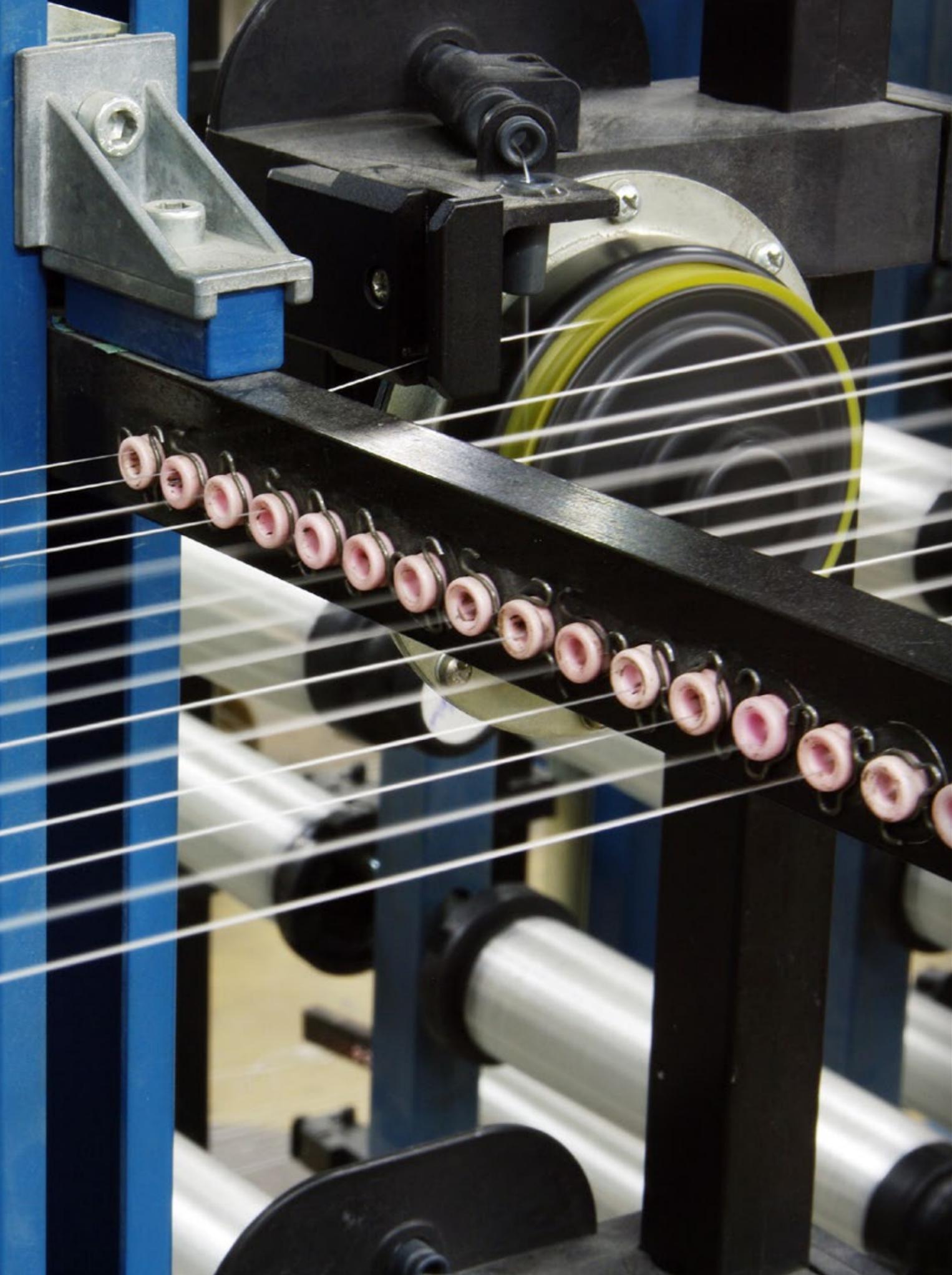
Las ventas del sector en 2012 alcanzaron los 5.874 millones de dólares: un 46% corresponde a textiles y un 54% a confecciones. Esto significó un aumento de 4,07% frente a 2011. El eslabón que más creció en ventas fue el de confección.

Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería (↘)

De acuerdo a la Muestra Mensual Manufacturera, el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería representó en 2012 el 2,17% del PIB manufacturero. Esto significó una caída de 0,3% con respecto al 2011. Se estima que las ventas del sector llegaron a 838 millones de dólares en 2012.

De acuerdo con las cifras de la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE (GEIH), en el 2012 el sector empleó en promedio a 229.675 personas en los diferentes eslabones. La generación de empleo tuvo una gran volatilidad a lo largo del año, fluctuando entre 175.439 y 291.735 empleados. La mayor participación la tuvo el subsector de calzado, con el 44% de empleo en promedio a lo largo del año, seguido por el subsector de comercialización, con el 42%.



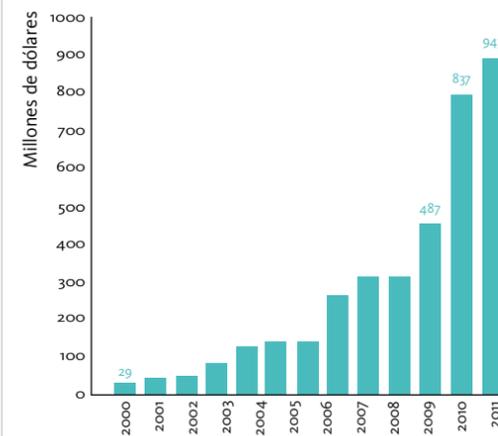


COMERCIO EXTERIOR

En los últimos años, el sector se ha visto afectado por un crecimiento abrupto de las importaciones, principalmente de China. Esto ha frenado su crecimiento y ha disminuido su participación en el mercado nacional.

Importaciones de textiles y confecciones
Millones de dólares CIF

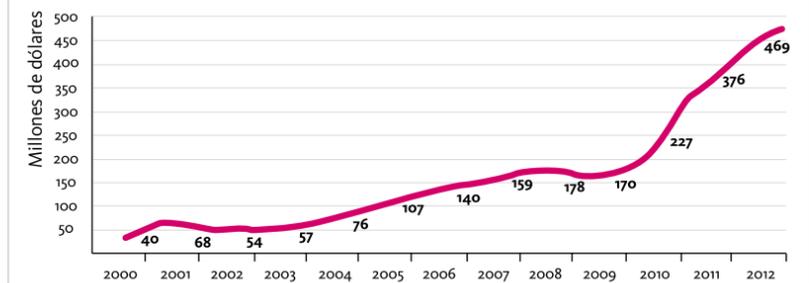
Origen China



Fuente: DIAN – DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones, 2013

Importaciones de cuero, calzado y marroquinería

Origen China



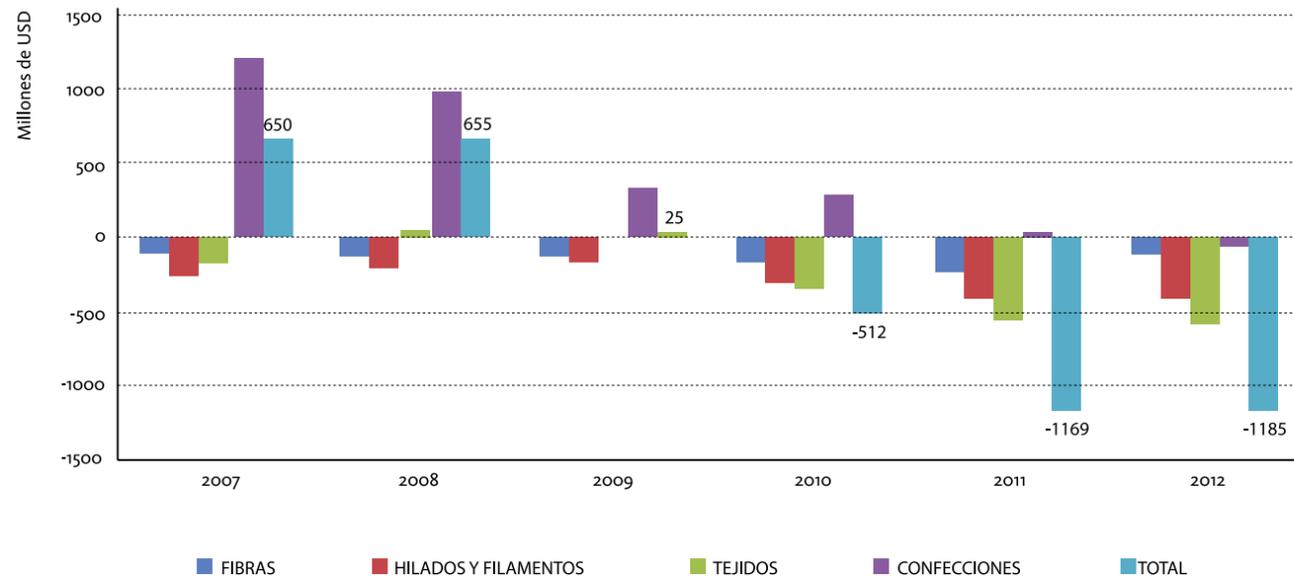
Fuente: DANE, Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería, Universidad del Rosario, PTP, 2013

Entre los factores que dispararon las importaciones están la reducción de aranceles entre finales de 2010 e inicio de 2011, la revaluación de la tasa de cambio, el rápido crecimiento de la producción en países con mano de obra barata (Asia Pacífico) y los subsidios a la exportación (Drawback) en países costo-eficientes con grandes economías de escala en su producción y comercialización (China e India).

Sector de Textiles y Confecciones (👕)

Las exportaciones de este sector crecieron durante 2008-2009 a una tasa superior al crecimiento del mercado global, representando más del 5% del total de las exportaciones del país. Sin embargo, desde 2010 se empezó a registrar un déficit comercial de 512,4 millones de dólares. Este se duplicó durante 2011, llegando a -1.185 millones de dólares en 2012.

Balanza Comercial 2007 – 2012 - Textiles y Confecciones



Fuente: DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI, 2013

Exportaciones

La tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones en la última década ha sido de 4,5%. Colombia ocupa la posición número 45 en exportadores mundiales de textiles y la 54 en exportadores mundiales de confecciones (0,16% de las exportaciones mundiales en los dos casos).

Durante el 2012 se exportaron 1.149 millones de dólares (+1,55% con respecto al 2011). El único eslabón que incrementó sus ventas al exterior es el de confección, alcanzando los 773 millones de dólares; 5,5% más que durante el 2011.

Venezuela continúa siendo el principal socio comercial, con una participación del 25% en el total de las exportaciones. Sin embargo, las exportaciones a este país han bajado en los últimos años.

Principales destinos de exportación
Textiles y Confecciones 2012



Venezuela	25%
Estados Unidos	20%
Ecuador	16%
México	9%
Perú	8%
Costa Rica	3%
Chile	3%
Panamá	3%
Brasil	2%
Países Bajos	1%
Los demás	10%

Fuente: DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI, 2013



Principales productos de exportación en el 2012 - Textiles y Confecciones

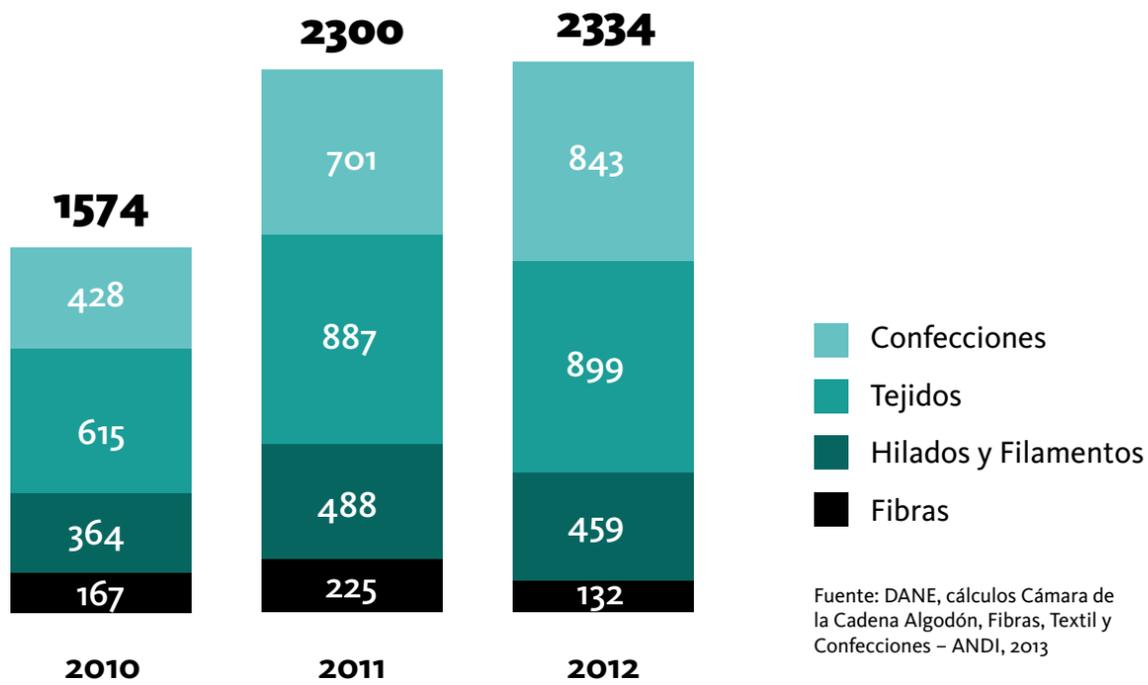
Confecciones: Trajes, sastres, conjuntos, vestidos y pantalones: 20,9%. Sostenes, fajas y corsés: 9,6%. Camisetas: 7%. Ropa de cama o mesa: 5,4%. Calzoncillos y camisones: 5%.

Textiles: Textiles de punto: 20,6%. Tejidos de algodón: 17,4%. Tejidos de hilados de filamentos sintéticos: 8,4%.

Importaciones

Las importaciones del sector de Textiles y Confecciones se han multiplicado casi 30 veces desde 1990. En 2011 las importaciones crecieron abruptamente en un 45% con respecto al 2010. Esta tendencia se mantuvo en 2012, con un crecimiento del 1,5% frente al año anterior. En total en 2012 se compraron en el exterior 2.334 millones de dólares, de los cuales 843.4 correspondían a confecciones, 898.9 a tejidos, 459.4 a hilados y filamentos, y 132.5 a fibras.

Importaciones Textiles y Confecciones 2010 - 2012



Fuente: DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI, 2013

China, India y Perú representaron cerca del 80% de las importaciones del sector en el 2012.

El rápido crecimiento de las importaciones provenientes de China, a precios muy por debajo de la producción nacional, ha afectado la estabilidad económica del sector.

Principales orígenes de las importaciones Textiles y Confecciones 2012



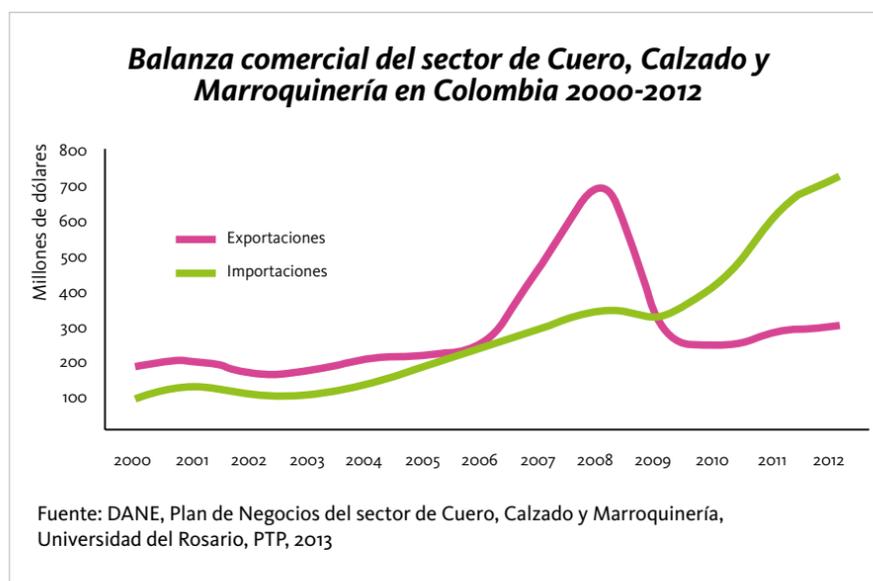
China	40%
India	10%
Estados Unidos	8%
México	5%
Perú	4%
Ecuador	3%
Pakistán	3%
Taiwán	3%
Brasil	3%
Indonesia	2%
Los demás	19%

Fuente: DANE, cálculos Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI, 2013



Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería (🐾)

La balanza comercial del sector es negativa desde el 2009. Esta situación está relacionada con el aumento de las importaciones de China, que han mostrado una tasa de crecimiento promedio anual de 23% entre el 2000 y el 2012. Hoy, las importaciones de ese país corresponden 71% a calzado y 29% a marroquinería.



Exportaciones

La tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones en la última década ha sido de 5,4%. Esto ubica a Colombia en la posición 48 en exportadores mundiales del sector (0,13% de las exportaciones mundiales).

Las cifras de exportación de la DIAN muestran que, entre 2000 y 2012, el cuero en sus diferentes presentaciones registró un crecimiento promedio anual de exportaciones del 5,1%, mientras que las ventas de calzado y marroquinería crecieron 4% y 2% respectivamente. Esto evidencia un dinamismo del cuero colombiano en los mercados internacionales. Sin embargo, el 98% del cuero que exporta Colombia es semi-terminado y crudo, lo que va en contravía de las tendencias mundiales y de la demanda de los países consumidores enfocada principalmente en el cuero terminado. El producto se exporta sin ningún valor agregado.

En 2012, Estados Unidos se consolidó como el principal destino de exportación del sector Cuero, Calzado y Marroquinería, seguido por Italia. Se presentó un crecimiento en las exportaciones a nuevos mercados como China (6%) y Hong Kong (13%).

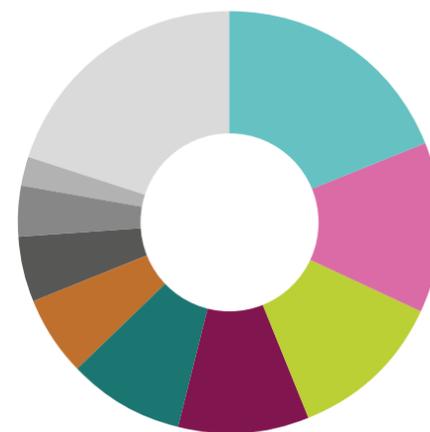
Las exportaciones colombianas de calzado y prendas de vestir de cuero se enfocaron principalmente en los mercados latinoamericanos, y las de marroquinería principalmente fueron a Estados Unidos (59%).

Principales productos de exportación en el 2012 - Cuero, Calzado y Marroquinería

Cuero y marroquinería:
Cueros y pieles curtidos o "crust": 35,5%. Artículos elaborados en cuero: 21,2%. Cueros preparados: 18,3%. Demás manufacturas de cuero: 16,5%.

Calzado:
Calzado con suela de caucho y plástico: 58,2%. Partes de calzado, plantillas, taloneras y similares: 35,3%.

Principales destinos de las exportaciones Cuero, Calzado y Marroquinería 2012



Estados Unidos	19%
China	13%
Italia	12%
Ecuador	10%
Venezuela	9%
Hong Kong	6%
Tailandia	5%
México	4%
Perú	2%
Otros	20%

Fuente: DANE (2013). Tomado de Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. Universidad del Rosario, PTP, 2013



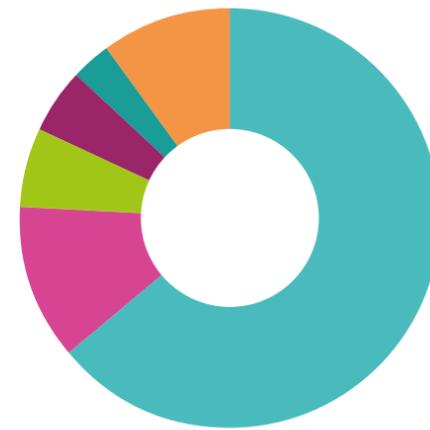
Importaciones

Desde el año 2000 la tasa de crecimiento anual promedio de las importaciones de la cadena de Cuero, Calzado y Marroquinería fue del 19%. En 2012 alcanzaron una cifra cercana a los 729 millones de dólares, lo que representa un crecimiento del 15% con respecto al 2011. Esto se debe principalmente a las compras de calzado y marroquinería provenientes de los países asiáticos.

Actualmente en Colombia, la participación de la producción nacional de calzado en el total del mercado oscila entre el 41,2% y el 46%. El resto corresponde a importaciones o producción en el sector informal.



Principales orígenes de las importaciones de Cuero, Calzado y Marroquinería 2012



China	64%
Vietnam	12%
Indonesia	6%
Brasil	5%
Ecuador	3%
Otros	10%

Fuente: DANE (2013). Tomado de Plan de Negocios del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. Universidad del Rosario, PTP, 2013



SECTOR DE CLASE MUNDIAL

Sistema Moda tiene grandes potencialidades para crecer y fortalecer su posición en el mercado internacional, tales como:

- Fuerte red empresarial en diferentes regiones del país.
- Alta calidad en la confección y fabricación.
- Gran capacidad de producción.
- Calidad en el servicio, eficiencia y rapidez en la producción y en la entrega de productos.
- Creatividad en el diseño.
- Alta potencialidad en el desarrollo de nichos como la industria médica, biofibras, militar, textiles ópticos, entre otros.
- Posición geográfica que permite llegar a los países de la región con la velocidad que el mercado espera.
- Beneficios de los acuerdos comerciales que permiten acceder a varios de los importantes centros de consumo del mundo.

Acuerdos internacionales de comercio

Colombia ha emprendido en los últimos años una política de integración comercial a través de la firma de tratados de libre comercio, inversión, doble tributación, entre otros. Esto presenta oportunidades de crecimiento y de atracción de inversión extranjera, respaldadas con acciones de fortalecimiento de la industria nacional.

Entre los logros más significativos de 2012 se encuentran la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y la aprobación del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea.

El TLC con Estados Unidos ha traído beneficios importantes para el sector Sistema Moda. Así fue el comportamiento de las exportaciones TLC en su primer año de vigencia, según la información del DANE:

- Textiles: +26,1%
- Confecciones: +9,5%
- Cuero y marroquinería: +12,1%
- Calzado: -0,4%

Adicionalmente, a nivel mundial existen tendencias que generan oportunidades de diferenciación y crecimiento para Colombia, y que han moldeado la industria en los últimos años.

Tendencias mundiales que presentan oportunidades para el país



Este potencial hizo que Sistema Moda fuera seleccionado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo entre los sectores nacionales con capacidad para lograr una transformación productiva de la economía nacional y mejorar la calidad de vida de la población. El sector de Textiles y Confecciones y su plan de negocios fueron incluidos en el Programa de Transformación Productiva (PTP) en 2009. En 2011 se incorporó a Sistema Moda el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. Su plan de negocios está en proceso de desarrollo.

Programa de Transformación Productiva Sistema Moda: un sector de clase mundial



**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



El Programa de Transformación Productiva (PTP) es una alianza público privada creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para apoyar la productividad y competitividad de sectores con gran potencial exportador. Este busca impulsar un crecimiento económico sostenido para sectores innovadores, con productos de valor agregado y estándares internacionales de competitividad.

El PTP facilita la coordinación entre el sector privado y el público para impulsar las exportaciones a través de iniciativas que permitan aprovechar las oportunidades que surgen de los acuerdos comerciales y superar los retos en materia de competitividad. También busca impulsar una producción sostenible en materia ambiental, económica y social para que la transformación productiva de las empresas y su crecimiento estén alineados con los estándares internacionales de RSE y con sus contextos de sostenibilidad.

Ejes de trabajo:

- Capital humano
- Marco normativo y regulación
- Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial
- Infraestructura y sostenibilidad

En el sector, ACICAM y la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI son responsables de la gerencia privada de estos ejes de trabajo.

RETOS PARA POTENCIAR EL DESEMPEÑO ECONÓMICO

Los principales retos que debe enfrentar el sector en el contexto actual para potenciar su desempeño económico y su competitividad son:

Crecimiento de las importaciones

Frente al crecimiento de las importaciones de productos a bajo costo, los gremios y el Gobierno están buscando medidas transitorias de protección para apoyar la industria nacional.

Como la producción que se importa en su mayoría no cumple con criterios de sostenibilidad en las dimensiones sociales y ambientales, la discusión está en buscar una prioridad: el precio de los productos o las condiciones sociales y ambientales de su producción. En general, el consumidor colombiano no sabe valorar los estándares de sostenibilidad, por lo que se inclina por el precio. En ese sentido, las empresas del sector en Colombia le están apuntando a generar mayor conocimiento acerca de la importancia de la sostenibilidad.

Baja productividad y rezago tecnológico

Las empresas del país tienen que trabajar por mejorar su productividad, principalmente a través de la actualización tecnológica, la formación del talento humano y la innovación en procesos y productos.

Uno de los grandes problemas de las empresas que hacen parte de la cadena del Cuero, Calzado y Marroquinería es la baja tecnificación, unido a un bajo conocimiento técnico y barreras para la absorción tecnológica. Esto se traduce en baja productividad y bajos valores agregados. En calzado hay mucha creatividad, pero dificultad para llevar el diseño a la producción. No hay acceso a tecnologías que soporten el proceso de modelaje y que permitan producir grandes cantidades de un producto. También hay empresas que no valoran la importancia del componente de diseño en su proceso productivo.

Altos costos de producción y bajos valores agregados

Los costos de producción de Colombia, principalmente asociados a la energía, el transporte, la mano de obra y los impuestos, afectan la habilidad de las empresas para competir en el mercado internacional. Adicionalmente, en muchos casos no se han logrado desarrollar elementos altamente diferenciadores que permitan salir de la zona confortable de la oferta habitual. De hecho, buena parte de las empresas exportadoras se dedica a la maquila.

Concentración de mercados de exportación

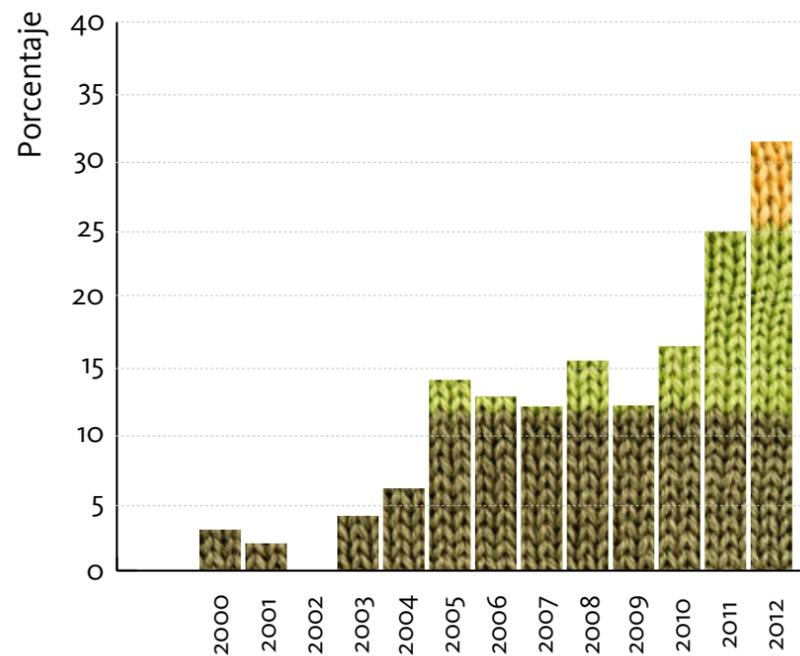
Las exportaciones del sector están concentradas en su mayoría en Estados Unidos y en algunos países latinoamericanos. Las empresas deben aprovechar los acuerdos comerciales y ser más activas en la exploración y penetración comercial en otros mercados de gran potencial como el europeo.

Informalidad, contrabando y subfacturación

El contrabando, la subfacturación y la informalidad son tres de los factores que más erosionan la competitividad del sector. Son una competencia desleal frente a quienes cumplen con la normatividad.

En 2012 ingresaron a Colombia seis millones de pares de zapatos, declarados cada uno por menos de 60 centavos de dólar, y en confecciones ingresaron alrededor de 45.000 toneladas de productos, también declarados a precios inferiores a los reales.

Encuesta de Opinión Industrial Conjunta
Principales problemas de la industria de Confecciones



Fuente: Encuesta de Opinión Industrial Conjunta, ANDI, 2013

Gestión sectorial frente al contrabando

El PTP, ANDI y ACICAM han asumido el liderazgo en el diseño e implementación de una estrategia que busca contrarrestar el contrabando en el país. Los primeros pasos se dieron en 2012:

- Creación de un portal de Internet para la recepción de denuncias por actividades ilegales que puedan afectar al sector:
www.ptplegal.com
- Concertación entre el sector público y privado de un plan de capacitaciones para funcionarios de la DIAN, con el fin de lograr una inspección efectiva de los productos del sector.
- Apoyo al desarrollo del proyecto de Ley Anticontrabando.
- Implementación de la estrategia de lucha integral contra la ilegalidad en el comercio, contrabando y fraude aduanero en asociación con la DIAN, Policía Fiscal y Aduanera, y Superintendencia de Industria y Comercio.
- Apoyo al programa de Observancia Aduanera, una fuente estadística de importancia para la DIAN, PTP, Fiscalía y los gremios, pues evidencia las modalidades de contrabando técnico del sector.
- Colaboración continua y participación en comités de la Aduana Nacional y Policía Fiscal Aduanera.

La informalidad empresarial y laboral afecta principalmente a los subsectores de confecciones, cuero, calzado y marroquinería. Según estudios realizados por el PTP y la Cámara de la ANDI, en el sector de Textiles y Confecciones la inestabilidad en los ciclos de producción y venta hace que la formalidad sea percibida como una decisión inviable para empresarios satélite.

Cuantificación de la informalidad en el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería

En 2012 el PTP contrató a la Universidad Sergio Arboleda para realizar un estudio que caracterizara la informalidad en el sector Sistema Moda – tanto en Confecciones como en Cuero, Calzado y Marroquinería-, y brindara recomendaciones de política pública una vez hecho el respectivo diagnóstico. Aunque los resultados finales estarán listos a finales del 2013, es posible identificar de manera contundente los problemas de informalidad de regiones a través del tamaño, región y eslabón de la cadena, con el fin de establecer las medidas correctivas más pertinentes de conformidad con cada particularidad.

Formalizar a los micro y pequeños empresarios es muy importante para la competitividad del sector y para la generación de valor social y económico en el país. Así se promueve el empleo, el acceso al crédito, las posibilidades de incrementar los niveles de productividad a través de la reconversión tecnológica, y el cumplimiento de la normatividad laboral, ambiental, fiscal y contable.

En la lucha contra la informalidad, el sector privado debe comprometerse con la contratación de formales y promover que sus proveedores y satélites formalicen su empresa y contratación laboral.



IMPULSO GREMIAL A LA COMPETITIVIDAD

El Gobierno, los gremios y el PTP, en trabajo conjunto con organizaciones como el SENA, Proexport, Colciencias, entre otras, están adelantando iniciativas para ayudar a las empresas a enfrentar los retos de competitividad. Uno de los objetivos es lograr un mejor acceso a mano de obra calificada que impulse la innovación y la productividad. Con respecto al marco normativo, se definen e implementan políticas orientadas a combatir el contrabando y la informalidad, y se busca crear condiciones equitativas que permitan competir con costos adecuados.

Adicionalmente, se está trabajando en:

- Organizar ferias y ruedas de negocios que abran nuevas oportunidades de venta en el mercado nacional e internacional.
- Diversificar los mercados apoyados en investigaciones de mercado y la preparación a los empresarios para atender nuevos nichos de demanda.
- Alinear los objetivos del sector privado, a la academia y a los centros de investigación en torno a innovaciones en productos y procesos que sean viables comercialmente.
- Generar encadenamientos productivos y promover la producción local de materias primas a costos competitivos.
- Impulsar el desarrollo tecnológico a través de líneas de crédito para el sector.
- Impulsar prácticas limpias de producción e innovación en el uso y producción de materiales naturales y ecológicos.

Estas iniciativas están alineadas con los principales asuntos de sostenibilidad social y ambiental que se presentan en este informe. Así la gestión social y ambiental responsable y la promoción de valor en la relación con los empleados, proveedores, consumidores y la comunidad impactan directamente la competitividad de la industria.

Durante el 2012, los gremios y el PTP apoyaron la certificación de 128 empresarios de la industria en el método Kaizen, a través de talleres dictados por el experto japonés Kato Kuniaki en Bogotá, Cali y Medellín.

Varias empresas del sector de Textil y Calzado y Marroquinería ya están aplicando este método de mejoramiento continuo, que se caracteriza por fomentar el trabajo en equipo, para alcanzar una producción ágil y de calidad.

- CAPÍTULO -
siete

Relaciones con los consumidores

Los rápidos cambios en las tendencias de la moda hacen que sea cada vez más importante una permanente innovación en el diseño de productos con valor agregado y de calidad para los clientes. El país necesita responder a los cambios en el mercado, fortalecer su propia identidad y participar en la creación de nuevas tendencias.

El creciente interés por el medio ambiente y el respeto por los Derechos Humanos han tenido un impacto en la industria de la moda. En toda su cadena se han generado nuevas oportunidades de negocio. También ha crecido la consciencia de los peligros para la salud y seguridad por el uso de prendas y calzado producidos con químicos contaminantes. Para las empresas que son proveedoras de la cadena, los cambios en los intereses de los consumidores se traducen en exigencias sociales y ambientales de sus clientes corporativos.





PRODUCTOS SOSTENIBLES

El mundo tiene un gran mercado para la moda ecológica, es decir, enfocada en el uso de materiales ecológicos o reciclados. En países como Estados Unidos también son importantes las consideraciones éticas para los consumidores, quienes se interesan por los valores asociados a las marcas y las empresas. En el mercado nacional estas tendencias han tenido una evolución más lenta,

pues el consumidor valora estos aspectos, pero todavía no está dispuesto a pagar una prima por ellos.

Retos para los productores nacionales:

- Sensibilizar al consumidor nacional sobre la importancia de la sostenibilidad para que valore las condiciones sociales y ambientales con las que se produce en Colombia.

Así el precio no será el único determinante a la hora de comprar.

- Responder adecuadamente a las tendencias del mercado internacional y a las exigencias de los consumidores en materia de sostenibilidad: vender productos de calidad, sostenibles y a precios competitivos.



My Green Life

Una propuesta innovadora y transformadora

- Fabrica prendas a partir de algodón orgánico, certificado GOTS e importado del Perú.
- Fabrica etiquetas a partir del buchón de agua (planta que crece como maleza en las represas), que la empresa recoge y transforma en pulpa de papel.
- Confecciona muñecos a partir de los retazos de telas que producen las empresas del sector.
- Usa colorantes naturales que no contaminan y que son extraídos de la naturaleza: alimentos y plantas como remolacha, cúrcuma, cáscara de uva, clorofila y achiote para teñir los textiles de tonos rosa, verdes, azules y naranjas.
- Realiza los estampados libres de talatos y formaldehidos (sustancias químicas con efectos nocivos para la salud).
- Trabaja con dos fundaciones para la inclusión de pequeñas comunidades a través de la tercerización de los procesos de confección.

Su principal objetivo es generar conciencia y cambiar los hábitos de consumo de las personas, enseñarle a la gente, principalmente a las nuevas generaciones, el respeto por el medio ambiente y la dignidad de las personas dentro del sistema moda. Hace dos años ofrece sus productos en el mercado y ha tenido una respuesta positiva de clientes nacionales e internacionales.



my green life

La microempresa My Green Life ofrece una propuesta de valor basada en el diseño sustentable, el compromiso con el medio ambiente y el desarrollo social de comunidades artesanales y pequeños talleres.



En 2012 dos empresas del sector fueron incluidas en el primer Portafolio de Bienes y Servicios Sostenibles del Programa de Transformación Productiva (PTP):

ENKA

Fibras de alto valor agregado producidas a partir de PET reciclado.

Fabricato

Telas en tejido plano, tejido de punto y no tejidas. 100% poliéster recuperado de botellas PET desechables y mezclas con algodón y otras fibras.



PROTECCIÓN A LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE E INFORMACIÓN TRANSPARENTE SOBRE EL PRODUCTO

Entregar información transparente sobre el proceso de producción y los materiales que han sido utilizados en la fabricación se ha convertido en una exigencia para el sector, porque:

- Los consumidores exigen información de producción y materiales utilizados en los productos como base de sus decisiones de compra.
- Los clientes corporativos controlan el uso de ciertos productos químicos en la generación de sus principales materias primas.

En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería las empresas deben informar al consumidor sobre las condiciones de las garantías y la utilidad del producto. Así se avala su durabilidad y se minimizan los riesgos de reclamos.

Adicionalmente, hay una creciente preocupación de los consumidores por la existencia de sustancias tóxicas en la ropa y los zapatos, como el plomo. Las grandes marcas en el mundo se están comprometiendo públicamente a eliminar toda sustancia química peligrosa de sus productos. Asimismo las empresas en Colombia están trabajando para eliminar el uso de químicos en sus insumos y procesos de producción.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De acuerdo a la Línea Base en Sostenibilidad 2012, en este periodo ninguna empresa recibió sanciones por el incumplimiento de la regulación o códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de los clientes.

(12 de 15 empresas del sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador).

En Colombia, recientemente se ha desarrollado una nueva legislación para el sector orientada a la protección del consumidor:

- Incluir en el etiquetado información sobre la trazabilidad de los materiales utilizados en la construcción de los productos finales.
- Erradicar el uso de productos nocivos para el usuario, como el mercurio. La lista completa es de más de 30 componentes. Esta misma tendencia se encuentra en otros países. Por ejemplo, en 2008 Estados Unidos introdujo una regulación para controlar el contenido de plomo en productos para niños, que incluye textiles y artículos de cuero (Consumer Product Safety Act).
- Crear el Estatuto del Consumidor para proporcionar herramientas para que los consumidores finales de cualquier sector productivo realicen reclamos y exigencias sobre los productos.

Estatuto del consumidor

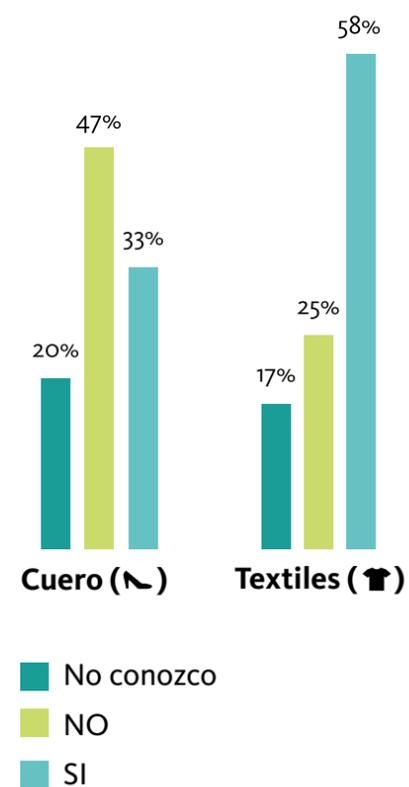
La Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el nuevo Estatuto del Consumidor, rige para todas las empresas desde el 12 de abril de 2012. Dentro de los principios generales de esta ley se encuentran: 1) la protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad, 2) el acceso de los consumidores a una información adecuada, 3) la educación del consumidor, 4) la libertad de constituir organizaciones de consumidores y 5) la protección especial a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.

Las empresas del sector han iniciado procesos de capacitación y adaptación de sus procesos para el cumplimiento de este estatuto: adecuación de sistemas de interacción con los clientes, ajustes al proceso de compras, ajustes al proceso de devolución de producto, divulgación de políticas para atender reclamaciones, adaptación de etiquetas y rótulos y pruebas técnicas a los materiales.

La informalidad y el contrabando generan riesgos para la salud y seguridad de los consumidores puesto que en un esquema que no está dentro de la legalidad difícilmente se puede garantizar el cumplimiento de las medidas sanitarias y los reglamentos técnicos.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

¿Su empresa ha realizado acciones para dar cumplimiento al Estatuto del Consumidor?



(12 de 15 empresas del sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador)

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

CERTIFICACIONES DE CRITERIOS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Calidad

La Línea Base en Sostenibilidad 2012 muestra que aunque la mayoría de empresas del sector no cuentan con certificaciones (60% en Textiles y Confecciones y 67% en Cuero, Calzado y Marroquinería), hay otras que se han preocupado por contar con certificaciones que fortalezcan la confianza de los clientes sobre el cumplimiento de estándares técnicos. La más común es la ISO 9001, pero también se encuentran empresas de Textiles y Confecciones con certificación BASC, Usterizad, Cotton USA, Supima y Sello de calidad 0235 y empresas de Cuero, Calzado y Marroquinería con certificación CE EN 345 S1P (para calzado de seguridad).

En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería hay una ausencia de certificaciones específicas que demuestren el cumplimiento de estándares técnicos y ambientales de los productos. Como complemento es importante contar con laboratorios nacionales en los que se pueda certificar la calidad de los productos y el cumplimiento de estándares técnicos.

Sostenibilidad

Los clientes interesados en productos ecológicos y producidos con criterios sociales y ambientales quieren la garantía del cumplimiento de las características de actuación responsable. Las certificaciones de estos criterios son una herramienta para diferenciarse de los productores asiáticos, que en muchos casos no cumplen con condiciones laborales y ambientales responsables. Sin embargo, los logros a nivel sectorial son incipientes:

- SA8000¹ - Estándar mundial para certificar condiciones laborales que se enfoca en el respeto a los Derechos Humanos de los trabajadores: a nivel mundial hay 3137 organizaciones que tienen la certificación, de las cuales 732 son del sector de Textiles y Confecciones. En Colombia solo hay 4 empresas certificadas, ninguna del sector de Textiles y Confecciones. China cuenta con 135 empresas del sector certificadas, India con 418 y Bangladesh con 3.
- GOTS² - Norma para la certificación de textiles hechos con fibra orgánica: a nivel mundial hay 1850 empresas certificadas, de las cuales solo una es colombiana. China cuenta con 126 empresas certificadas, Perú con 12, India con 554 y Bangladesh con 67.

¹ Fuente: <http://www.global-standard.org/es/public-database/search/database/search.html>, cálculos por A. Grisar

² Fuente: <http://www.saasaccreditation.org/certifaclists/2013>, cálculos por A. Grisar

- CAPÍTULO -
ocho

Innovación, investigación y desarrollo

La innovación, investigación y desarrollo de diseños, productos, tecnologías, usos de nuevos materiales, empaques y biomecánica y confort en calzado son clave para la competitividad del sector, puesto que estos le permiten:

- Adaptarse al acelerado ritmo de cambio de la industria que exige nuevas colecciones permanentemente.
- Mejorar la productividad.
- Aumentar la capacidad para llevar al mercado productos con un valor agregado.
- Contribuir a la protección del medio ambiente a costos competitivos, sin sacrificar confort y diseño.

También son la base para elaborar productos más amigables con el medio ambiente; emplear procesos y tecnologías más eficientes y eco sostenibles y elaborar productos con propiedades funcionales que respondan a las necesidades de nichos específicos, como las telas repelentes para las Fuerzas Militares o los zapatos diseñados para diabéticos. En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería también es clave la innovación y mejoramiento de los insumos y la terminación y acabados de los cueros.

Otro punto de enfoque del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería es el de biomecánica y confort. En este campo hay una amplia oferta de programas (software) que facilitan el diseño de los productos, aunque en muchas ocasiones estos no están disponible para las empresas pequeñas: en general, el acceso a nuevas tecnologías es limitado. El SENA, el Centro de Desarrollo Tecnológico para las Industrias del Calzado, Cuero y Afines de Colombia (Ceinnova) y el Gobierno están trabajando para ofrecer servicios y créditos a las empresas y así poder superar esta limitación. El valor agregado en diseño es una de las herramientas para competir con los productos de bajo costo.



Sergio Tomani

Crecimiento con innovación

La estrategia competitiva de la empresa se basa en el desarrollo de ideas creativas e innovadoras que generen estéticas de diseño no convencionales. Por este motivo, el Departamento de Diseño y Desarrollo de Producto se ha convertido en el eje central de su producción. Actualmente el departamento está formado por 5 personas: 3 en diseño y 2 en modelaje.

Desde sus inicios, la empresa le apostó a la incorporación de elementos novedosos en el desarrollo de los productos. Este compromiso con la innovación la llevó a plantear nuevas estructuras de funcionamiento, a partir de las cuales se fortalecieron los roles del diseñador y del modelista.

En colaboración con la Universidad Nacional de Colombia la empresa vinculó al primer diseñador industrial en el 2000, quien entró a apoyar el desarrollo de los productos. Durante ese periodo, también capacitó al personal en el modelaje de calzado con el apoyo de Ceinnova, para, finalmente, crear el Departamento de Diseño y Desarrollo de Producto en el 2003, el cual se complementó con la vinculación de estudiantes de modelaje del SENA. Uno de los primeros logros de este departamento, en conjunto con el proveedor La Forma Ltda., fue el desarrollo de suelas a partir de una mezcla a base de caucho natural con parámetros de dureza y comodidad novedosos.

La empresa ha creado una metodología dinámica de desarrollo de producto que se revisa y actualiza semestralmente y busca estandarizar procesos, procedimientos y actividades para profesionalizar cada vez más el trabajo.

La innovación en materiales, formas, tipologías y colores ha sido la base del crecimiento sostenido de la empresa, que hoy le vende a importantes marcas nacionales, como Arturo Calle y Bosi, y a clientes internacionales en Estados Unidos, Francia, Holanda, Bélgica, Suiza, España, Canadá y Japón, entre otros.



Sergio Tomani es una marca de zapatos colombiana con 14 años en el mercado, de la empresa Zapatos y Diseños SAS. Es una empresa mediana ubicada en Bogotá que emplea a 50 personas.

La inspiración para diseñar los zapatos surge de la exploración de la riqueza cultural y visual de Colombia. Por esta razón, se investigan aspectos ancestrales de las culturas indígenas del país, imágenes urbanas, colores de nuestros paisajes, flores y frutas, entre otros.



Con estas iniciativas también se busca formar al equipo humano e introducir en los programas académicos contenidos para promover la innovación en los futuros profesionales, técnicos y tecnólogos. Además, se está trabajando para articular los esfuerzos de los centros de investigación, universidades y la empresa privada. Sin embargo, aún falta alinear y coordinar los objetivos de la academia y la industria para asegurar el desarrollo de innovaciones que sean viables comercial y económicamente.

Por medio del trabajo conjunto con las autoridades se controlan las amenazas contra la propiedad intelectual (marcas, derecho de autor y patentes), debido a que dichas amenazas disminuyen los incentivos para la inversión en innovación, investigación y desarrollo y reducen las posibilidades de competir en el mercado internacional.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De acuerdo con la Línea Base en Sostenibilidad 2012, tres empresas del sector de Textiles y Confecciones y una del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería reportaron diseños registrados: 69 y 20 diseños en promedio por empresa respectivamente.

(12 de 15 empresas del sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador).

Sistema Moda en Colombia está compuesto principalmente por micro y pequeñas empresas, por eso el reto del sector es impulsar procesos, servicios y proyectos de investigación e innovación al alcance de estas compañías que no cuentan con los recursos o la tecnología suficiente.

INICIATIVAS SECTORIALES PARA LA PROMOCIÓN DE LA INNOVACIÓN, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

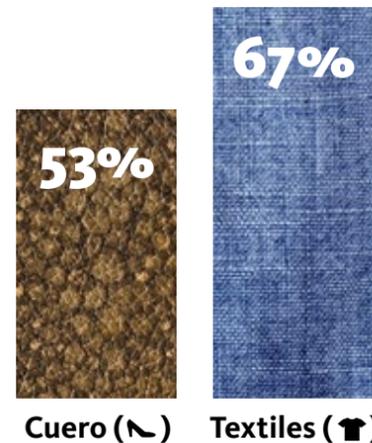
Para apoyar la innovación del sector se han impulsado varias iniciativas desde los gremios y empresas de la industria, de la mano de entidades de investigación, desarrollo tecnológico y educación.

Textiles y Confecciones – Iniciativas de la Cámara de la ANDI:

- Convenio Cámara ANDI–AITEK (Asociación de Investigación de la Industria Textil) para prestar servicios a los afiliados en las actividades de I+D+I; nuevas tecnologías, nuevos procesos y productos, acreditaciones, reconocimientos, servicios de consultoría y certificaciones.
- Impulso al ejercicio de vigilancia y prospectiva tecnológica, en trabajo conjunto con el Programa de Transformación Productiva (PTP). El objetivo de la iniciativa es elaborar un plan de negocios que permita formar la Alianza Nacional para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación del Sector de Textil, Confección, Diseño y Moda. Esta alianza estaría formada por los principales nodos de la cadena productiva, la academia y las entidades de apoyo necesarias para la prestación de servicios tecnológicos para el desarrollo de los proyectos.
- Implementación de un programa de promoción de proyectos de I+D en empresas del sector en alianza con la Universidad Javeriana y Colciencias: *Curso de innovación en empresas.*

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% de empresas que destinaron recursos en 2012 a la investigación y el desarrollo



(12 de 15 empresas del sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador)

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

Textiles y Confecciones (👕)

6 empresas reportaron su inversión en I+D: 0,24% de sus ingresos operacionales en promedio - 591 millones de pesos por empresa

Cuero, Calzado y Marroquinería (🐮)

5 empresas reportaron su inversión en I+D: 1,55% de sus ingresos operacionales en promedio - 679 millones de pesos por empresa

Curso de innovación en empresas

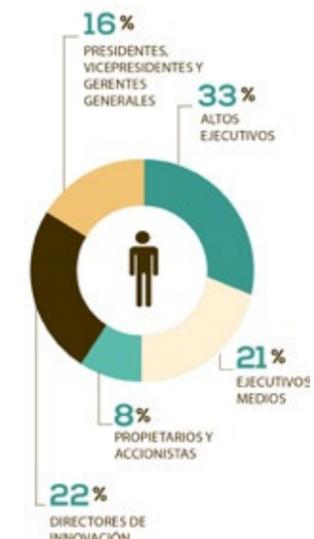
En los últimos años, el trabajo de la ANDI se ha enfocado en brindar a los empresarios una formación para implementar procesos de innovación y desarrollo, y para que puedan acceder a las oportunidades de financiación para proyectos en estos campos.

Durante el 2012, la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones apoyó la firma de un convenio entre la ANDI y la Universidad Javeriana para realizar el Curso de innovación en empresas. Se llevaron a cabo consultorías aplicadas y talleres prácticos con profesores de la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile y la Universidad Javeriana, egresados de la Universidades de Harvard, del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y de la Universidad de Sussex. Por medio del curso se hizo un acompañamiento del diseño de estrategias y procesos innovadores y ejecutables para las organizaciones que participaron. Del sector de Textiles y Confecciones participaron Creytex, Lafayette, Coats Cadena Andina y Tejidos Omnes.

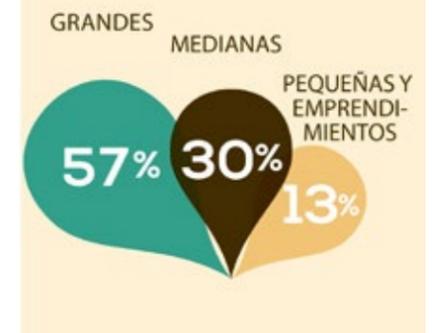
TOTAL DE PARTICIPANTES EN LA VERSIÓN 2012 - 2013



PERFIL DE LOS PARTICIPANTES



PERFIL DE LAS EMPRESAS



Cuero, Calzado y Marroquinería - Iniciativas de ACICAM:

- ACICAM apoya la transferencia tecnológica y capacitación en diseño. El gremio trabaja permanentemente con Ceinnova para la promoción de la competitividad basada en el dominio del conocimiento tecnológico y en la incorporación permanente de tecnologías.

Ceinnova - Centro para el Desarrollo Tecnológico para las Industrias del Calzado, Cuero y Afines de Colombia



Ceinnova ofrece asistencia técnica, capacitación, servicios de laboratorios de pruebas y ensayos, transferencia de tecnología y apoyo para el diseño y desarrollo de productos a los empresarios de todo el sector. Fue fundado en 1996 por la Corporación de Industriales del Calzado (hoy ACICAM) con el apoyo de Colciencias.

La organización busca articular los esfuerzos del sector para el desarrollo tecnológico y la investigación e innovación empresarial.

- Desarrollo de la primera versión del Premio Nacional de Diseño de Calzado “Innovación para tus pies”, con el apoyo del PTP y Proexport. El premio busca estimular el talento en procesos de innovación y creación de productos, para así responder a las exigencias del mercado. En esta primera versión participaron más de 600 diseñadores nacionales. El premio del concurso fue cursar un posgrado en la Escuela de Diseño Italiana ARS Sutoria.



- CAPÍTULO -
nueve

Gestión de los impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos

La gestión de los impactos ambientales del sector Moda debe considerar todo el ciclo de vida de los productos: desde el diseño, cuando se definen la cantidad y características de los materiales, hasta la disposición final, a cargo del consumidor. Por esta razón, es indispensable trabajar en la gestión de impactos de manera conjunta a lo largo de la cadena de producción y consumo. También es importante educar al consumidor para que considere, al momento de comprar, la información sobre los materiales utilizados y el cumplimiento de estándares ambientales.

Impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida de los productos del Sistema Moda



Gran parte de la gestión de estos impactos está regulada. Sin embargo, para muchas empresas del sector, debido a su tamaño o a la difícil situación económica que afrontan, es un reto cumplir incluso con la normatividad.

Actualmente, cumplir con más de lo exigido por la ley es una oportunidad para generar valor agregado a los productos y las marcas. Así también se disminuyen costos, se accede a nuevos nichos de mercado y se protegen los recursos naturales para la producción. Bajo este escenario, las empresas ahora son más conscientes de su responsabilidad ambiental.

Frente a las tendencias del mercado, se ha buscado promover la colaboración entre los eslabones de la cadena para elaborar materiales y productos finales más amigables con el medio ambiente. Asimismo, se han implementado programas de apoyo para suplir necesidades específicas, como las curtiembres que tienen algunos problemas para controlar residuos y vertimientos. También se han elaborado estudios que permiten conocer más a fondo los impactos y que sirven como lineamiento para la gestión ambiental.

Finalmente, se ha buscado establecer una regulación ambiental que responda a las posibilidades técnicas de las empresas sin sacrificar la protección del medio ambiente.

Sistema Moda tiene el reto de generar más iniciativas de trabajo conjunto con la academia, pues desde allí se crea conocimiento sobre tecnologías, materiales e insumos menos contaminantes para el sector.

INVERSIÓN EN PROTECCIÓN Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Las organizaciones del sector, en general, aún están concentradas en adecuar los procesos de producción a las exigencias legales medio ambientales. Otras, invierten recursos financieros en iniciativas de prevención, protección y recuperación ambiental.

CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS: LOGROS Y RETOS

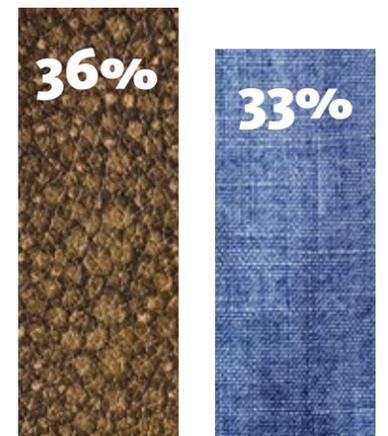
Diseño

La magnitud de los impactos ambientales de los productos se define en gran medida desde su diseño: en él se caracterizan y cuantifican los principales impactos ambientales causados por los componentes a lo largo de las diferentes fases de fabricación; los recursos que se van a consumir; la contaminación causada a partir de la obtención de materia prima; la distribución del producto terminado y el residuo final.

Por este motivo las escuelas de diseño desempeñan un papel determinante en la promoción de la conciencia ambiental entre sus profesionales. En Colombia ya se ha avanzado en la incorporación de consideraciones ambientales de manera transversal en los programas afines con el sector, al igual que en la oferta de cursos específicos sobre diseño de productos reciclados, ecotecnología y tendencias de la moda para la conservación del medio ambiente; ahora es responsabilidad de las empresas reconocer y aprovechar estos esfuerzos. Es importante profundizar en el conocimiento del impacto ambiental del uso de diferentes tipos de materiales al momento de diseñar un producto.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% de empresas que destinaron recursos a la protección y cuidado del medio ambiente en el 2012



Cuero (🐮) Textiles (👕)

Textiles y Confecciones (👕)

Inversión anual promedio por empresa:

- 2% de los ingresos operacionales
- \$5.734 millones de pesos

Cuero, Calzado y Marroquinería (🐮)

Inversión anual promedio por empresa:

- 0,73% de los ingresos operacionales
- \$38 millones de pesos

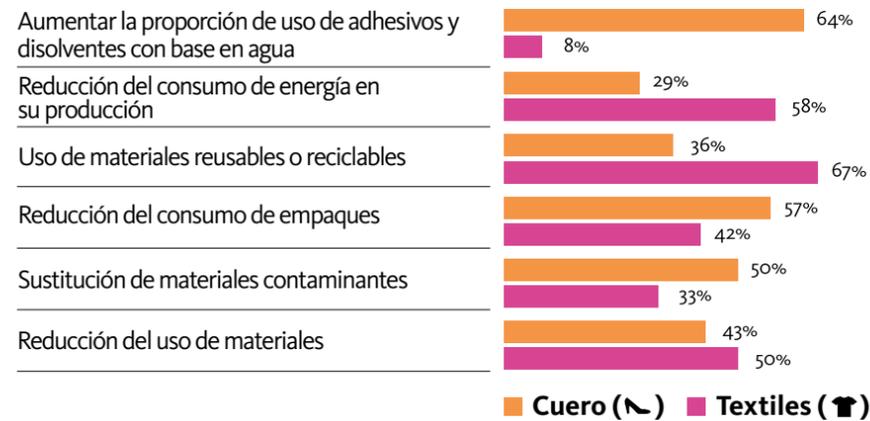
Nike, empresa productora de ropa y calzado deportivo líder en el mundo, desarrolló recientemente un software público que permite calcular el impacto ambiental de un producto desde la fase de diseño. Esta herramienta evalúa los residuos, la energía, los químicos y el consumo de agua en materiales y la manufactura. De acuerdo a los cálculos de esta empresa, los materiales definen el 60% del impacto ambiental de un producto en su ciclo de vida; el proceso de manufactura el 25% y el resto se divide entre el transporte, la venta al retail, las instalaciones de oficina, el empaque, el uso y la disposición.

Si se implementan todo este tipo de iniciativas para tomar mejores decisiones desde las áreas de diseño de producto, se puede generar un cambio en la cultura del sector.

La tendencia en el sector ha sido disminuir el uso de materia prima nociva para la salud y el medio ambiente y usar más materiales ecológicos, reciclados, naturales y degradables.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% de empresas que durante el 2012 desarrollaron iniciativas relacionadas con el diseño de los productos enfocadas a:



Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

% de origen natural de las principales materias primas:

Materia prima	Textiles		Cuero	
	No. empresas que reportan	% origen natural	No. empresas que reportaron	% origen natural
Cuero	1	100 %	11	80 %
Fibras	4	70 %	4	25 %
Hilados	3	63%	3	15 %
Telas	6	52 %	7	48%

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda





Vélez

Cuero ecológico

La empresa Cueros Vélez ha logrado grandes impactos ambientales al cambiar las políticas y procedimientos en los procesos de compra, transformación y acabado del cuero. Antes, la empresa trabajaba con las fórmulas tradicionalmente empleadas en el mercado, que son muy económicas pero con impactos muy perjudiciales para el medio ambiente. Actualmente el 100% de las pieles de Vélez se procesan con nuevas fórmulas ecológicas.

Este proceso de transformación empezó en el 2011 por medio de pruebas en casas químicas a nivel global, así como con el trabajo conjunto con proveedores nacionales. El objetivo era producir cuero ecológico y de excelente apariencia física que conservara las propiedades mecánicas de resistencia y duración al uso diario. Luego de una serie de ensayos se fabricaron pequeños lotes, los cuales se produjeron incorporando las nuevas fórmulas al proceso normal de tratamiento de las pieles. Este proceso estuvo acompañado de campañas de sensibilización al personal de la planta de cueros y la posterior capacitación de todo el personal por parte de los ingenieros de las casas químicas.



Vélez
for
Leather Lovers

Cueros Vélez S.A.S. es una empresa colombiana, con 27 años en el mercado, que manufactura y comercializa calzado, bolsos y marroquinería en cuero (principalmente) y en materiales alternativos, al igual que prendas de vestir masculinas.

Los principales aliados son las casas químicas y expertos internacionales, la Corporación Tecnova, el SENA y los maquiladores. Estos últimos se encargan del proceso de pelambre y curtido. El personal interno de Vélez les brinda capacitación y acompañamiento para cumplir con los estándares medio ambientales.

La reducción de impactos negativos sobre el medio ambiente se logra gracias tanto a las características del cuero, que requiere menos tratamiento (se eliminan o disminuyen elementos nocivos en la fórmula), como a las políticas y procesos internos que promueven el cuidado del medio ambiente, tales como la:

- Disminución del consumo de agua en más de un 30%, al eliminar lavados en el proceso productivo.
- Eliminación del uso de sulfato de amonio, aminas, detergentes aniónicos y amoníaco. Estos productos tienen un alto impacto en los efluentes residuales.
- Disminución del uso de sulfuro de sodio, ácidos, sulfato de cromo, fenoles, lacas y solventes. Así se optimizan las diferentes etapas del proceso y se disminuyen los valores de las variables de control ambiental hasta aquellos estipulados por la legislación nacional.
- Uso de ceras, resinas y tops con base acuosa que sustituyen los productos de tecnologías previas que usaban base solvente.
- Aplicación de productos químicos con rodillos para optimizar su consumo y evitar residuos gaseosos.



Desde que se iniciaron estas prácticas en 2010, Vélez ha aumentado su productividad por encima del 70%, debido a la optimización de procesos y a la buena recepción de los productos por parte de los clientes.



Diferenciación mediante el aprovechamiento de la biodiversidad y el acceso a productos naturales y reciclados

Colombia cuenta con una gran biodiversidad que puede aprovechar para fabricar tintas, fibras naturales y cuero vegetal, característica que puede diferenciar los productos nacionales del resto del mundo. Para que esto sea posible hay que desarrollar mecanismos para la regulación del aprovechamiento responsable y sostenible de la biodiversidad en colaboración con las comunidades locales.

Especies nacionales con potencial para la industria:

Tintes: achiote, añil, jagua, dividivi
Fibras: bambú, fique, algas nativas, coco y arroz

Los productos naturales son cada vez más demandados en el mundo, y hoy en Colombia, en su mayoría, se importan. Varios países de la región buscan ser líderes en este mercado. En Colombia hay iniciativas piloto y de carácter artesanal, pero para aprovechar este potencial es importante promover proyectos a gran escala y volverlo una estrategia del sector a largo plazo.

Es destacable la iniciativa de Ecohilandes y de algunos diseñadores independientes que trabajan con artesanos. Ellos innovan con la mezcla de algodón reciclado y PET, aprovechando los recursos textiles artesanales de las comunidades. Por ejemplo, en Cucunubá - Cundinamarca con la Fundación Compartir se están beneficiando los artesanos que fabrican manualmente una tela en alpaca baby peruana, que el empresario luego transforma en una prenda de alto valor comercial.

Algunas empresas tienen iniciativas de uso de materiales reciclados para la fabricación de insumos, y así promueven la elaboración de productos sostenibles a lo largo de la cadena de producción.



ENKA

Desarrollo y producción de fibras ecológicas fabricadas a partir de botellas PET recicladas

En el año 2009 la compañía construyó una de las plantas de reciclaje de PET más modernas en América. Tiene la capacidad para procesar 11.000 toneladas de botellas al año, que transforma en fibras textiles, y las comercializa bajo la marca EKO®. Este producto se utiliza para la producción de hilazas de 100% poliéster o en mezcla con algodón. A partir de estas fibras, los clientes elaboran prendas de moda amigables con el medio ambiente.



Las fibras EKO® son el resultado de un proceso de innovación e investigación que permite al sector Textil desarrollar productos sostenibles y con acabados funcionales mediante procesos más limpios.

ENKA de Colombia se ha aliado con Fabricato, Hermeco, C.I. Jeans y Uniroca, que están comprometidas con el cuidado del medio ambiente, para promover y dar vida a prendas de moda. Las fibras EKO® también son usadas para la fabricación de no tejidos y rellenos. En la línea hogar se utiliza para la fabricación de almohadas, cojines y edredones; en no tejidos, para la elaboración de guatas y abrasivos.

Actualmente la red de reciclaje cuenta con más de 60 centros de acopio aliados en 22 departamentos del país. Se ha logrado establecer una red de recolección estable en donde la capacitación e incremento de la calidad de vida de los recicladores han sido fundamentales para lograr los volúmenes y flujos de material reciclado necesarios.



ENKA de Colombia S.A. es una compañía productora de nylon y poliéster en Latinoamérica. Su portafolio de productos incluye resinas, hilos y cuerdas industriales, lonas para llantas, filamento, fibras textiles y productos complementarios. Se fundó en Medellín en 1964 por el grupo holandés Akzo Nobel e importantes compañías textiles de Colombia

El proceso de reciclaje



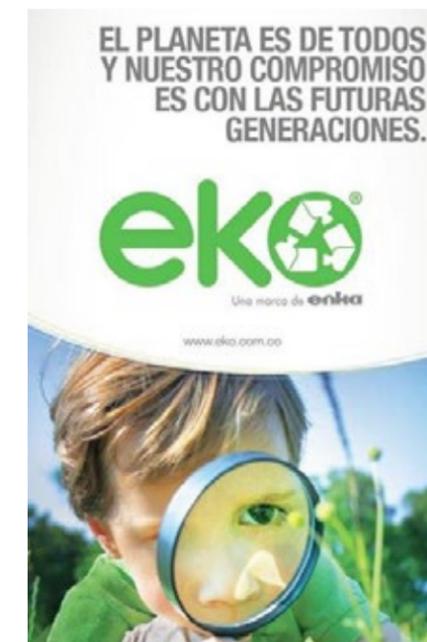
Los beneficios generados por medio del proyecto son:

- Más de 3.100 personas beneficiadas en Colombia, las cuales colaboran desde el proceso de recolección de botellas hasta la fabricación de la fibra. Además, los centros de acopio favorecen a la población más vulnerable (madres cabeza de familia, desplazados y reinsertados).
- La resina reciclada utiliza un 92% menos de energía que todo el proceso para fabricar el mismo producto con materias primas vírgenes.
- Las emisiones de CO₂ se reducen hasta en un 72% comparado con la producción de la misma resina a partir de materia prima virgen.

En el 2013 entrará en operación el proyecto PET Botella-Botella que permitirá cerrar el ciclo del producto, convirtiendo botellas recicladas en resina que puede tener contacto con alimentos y bebidas; el proyecto tendrá la capacidad para procesar 23.000 toneladas de botellas al año.

Gracias al nuevo proyecto se triplicarán los beneficios ambientales:

- Ingresos superiores a 40.000 millones de pesos anuales para 8.600 recicladores.
- 850 millones de botellas recuperadas anualmente, las cuales tardarían más de 100 años en degradarse.
- Ahorro de energía.
- Reducción en las emisiones de CO₂, equivalente a retirar de las calles más de 10.000 vehículos.



Compra de materiales

El tipo de material que se use para diseñar un producto no es el único factor que favorece a la disminución del impacto ambiental de un producto, también deben evaluarse las características del proceso de fabricación de los productos; el consumo de agua y energía, el uso de químicos y el cumplimiento de criterios ambientales en la producción y la generación de gases de efecto invernadero, entre otros factores.

Que un producto sea de origen natural no implica que tenga un menor impacto ambiental que uno sintético o artificial: una prenda en algodón no necesariamente tiene un menor impacto ambiental que una prenda en polyester; esto depende de las condiciones ambientales de su producción, por ejemplo, el consumo de agua y el uso de pesticidas. Precisamente, debido a que los productores son conscientes de los impactos negativos de la producción de algodón convencional, la producción de algodón orgánico ha aumentado a nivel global en 32% en el último año, según estimaciones de la organización Textile Exchange.

Es importante que los eslabones de la cadena trabajen en conjunto, pues las decisiones de cada uno afectan los impactos del producto final. En este contexto, las empresas están exigiendo el cumplimiento de criterios medio ambientales para la producción de la materia prima.

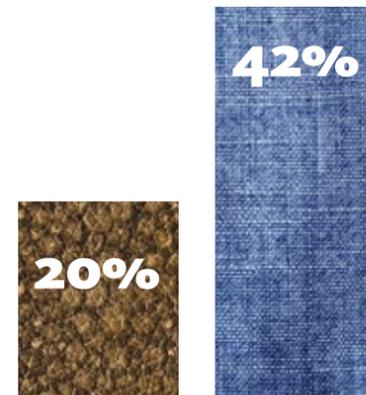
En Colombia hay escasez de proveedores de colorantes y productos con certificación OEKO TEX, lo que dificulta la compra nacional de materiales libres de químicos contaminantes. Estas certificaciones son costosas y por lo tanto muchos productores no pueden acceder a ellas.

Fabricación

El proceso de fabricación de los productos tiene impactos significativos debido al consumo de agua, uso de químicos, generación de vertimientos, consumo de energía, emisiones, uso de materiales y generación de residuos. La implementación de estrategias para mitigar el impacto ambiental es un factor de competitividad altamente valorado por mercados como el europeo o el americano.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% de empresas que cuentan con un mecanismo de control de proveedores para evitar o minimizar el uso de componentes nocivos en la producción de las materias primas



Cuero (👤) Textiles (👕)

Sector	Principales materias primas en las que se evita el uso de componentes nocivos o tóxicos
Textiles y Confecciones 👕	Phtalatos en estampación Alquifenoles en lavandería Colorantes Auxiliares textiles Fibra poliéster
Cuero, Calzado y Marroquinería 👠	Cueros Suelas Pegamentos Sulfato de cromo Sulfato de amonio Formiato de sodio Sintéticos Herrajes

Las características de la tecnología de producción que utilizan las empresas son determinante en la magnitud de los impactos ambientales. Esto hace que el rezago tecnológico de las empresas pequeñas del país, especialmente en el sector de Cuero, Calzado y

Marroquinería, no solo afecte su productividad, sino también su impacto ambiental.

Entidades como el INIVIMA, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la Secretaria del Medio Ambiente, el IDEAM, la CAR y las alcaldías

locales regulan y controlan la gestión de estos impactos ambientales. La pregunta que surge es: ¿qué están haciendo las empresas para ir hacer más de lo que estipula la ley?

Gestión ambiental de las curtiembres

El primer eslabón de la cadena del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería está compuesto por las actividades que abastecen de materia prima a los fabricantes: el levante de ganado, su posterior sacrificio y las curtiembres, que convierten las pieles en cuero apto para la fabricación de calzado y marroquinería. Las curtiembres utilizan dos tipos de tecnología: curtición al vegetal y curtición al cromo. Esta última es la más empleada industrialmente y la que más impacto genera al medio ambiente.

El eslabón de curtiembres afronta grandes retos en la gestión de la sostenibilidad del sector: son empresas pequeñas con grandes impactos ambientales (especialmente por vertimientos y generación de residuos sólidos) que en su mayoría aún no han desarrollado procesos de gestión ambiental más allá de lo exigido por ley. Algunas tienen dificultad para cumplir la legislación, que en ocasiones es muy exigente.

En respuesta a esta situación se han desarrollado iniciativas en el sector para fortalecer los procesos ambientales dirigidas principalmente a los clústeres de las principales ciudades del país. Un ejemplo es el trabajo adelantado entre 2006 y 2011 con 12 curtiembres de Villapinzón y Chocontá por medio del Programa SWITCH de la Unión Europea, desarrollado por el IDEA de la Universidad Nacional de Colombia, el cual se enfoca en la reducción del consumo de agua y la contaminación por vertimientos. Otro es el diagnóstico que actualmente lidera ACICAM, en asocio con la Universidad Nacional y Ceinnova, para buscar una solución integral a los impactos generados por los curtidores del municipio de Villapinzón y mejorar el proceso productivo para poder cumplir con la normatividad ambiental vigente. También hay un control muy estricto desde las entidades regulatorias y de control para verificar el cumplimiento de las normas aplicables a este eslabón de la cadena de producción, por ejemplo, pueden multar o incluso clausurar los establecimientos que no cumplan con la normatividad. Estos esfuerzos han dado resultados positivos que se ven reflejados en un mayor cumplimiento de la legislación y en grandes inversiones en infraestructura ambiental.

De acuerdo con el Plan de Negocios desarrollado para el PTP, entre las empresas de los eslabones de calzado y marroquinería no se registran inquietudes por el cumplimiento de las normas ambientales. Muchas de estas empresas van más allá de lo establecido por ley y actualmente cuentan con certificaciones de gestión ambiental. Este es el caso de la empresa Calzado Jovical que está certificada en ISO 14001 y en poco tiempo se ha aliado con empresas recicladoras, proveedores de materiales reciclados, gestores de residuos y fundaciones sociales para manejar los residuos y disminuir su impacto ambiental.

Consumo de agua

Este sector es intensivo en el uso del agua, un recurso natural cada vez más escaso. Tanto en el proceso textil (fabricación de tejidos, tinturas, lavado de las telas) como en el de curtido se requiere una cantidad importante de este recurso.

La reutilización o uso eficiente de agua no solo contribuye al buen uso del recurso, sino también a ahorrar costos en los procesos. En el caso particular de las curtiembres, la implementación de iniciativas, como la recirculación de baños de pelambre o la recuperación de cromo, permiten ahorrar materias primas y agua. Hay una tendencia en las empresas, especialmente las textiles, de introducir cambios en las prácticas de producción para disminuir el uso de agua (como Wattwash y Ozone) y para reutilizarla en los procesos internos.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De acuerdo a la Línea Base en Sostenibilidad 2012, el consumo de agua se distribuye así: 84% para consumo operativo y 16% para consumo administrativo.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

La mayoría de las empresas hace un seguimiento y control de su consumo de agua, (67% del sector de Textiles y Confecciones y 50% del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería). Sin embargo, menos de la mitad de estas empresas cuenta con un programa para el uso eficiente de agua (33% del sector de Textiles y Confecciones y 21% del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería).

Consumo anual promedio de agua por empresa:

Textiles y Confecciones:
761.965 m³ – 14%

Cuero, Calzado y
Marroquinería: 2.674 m³

Promedio de agua reciclada o reutilizada:

Textiles y Confecciones: 13,6%

Cuero, Calzado y
Marroquinería: 0,07%



COATS

Disminución de la huella hídrica en los procesos de tintorería

El agua es una materia prima esencial para el teñido de los hilos, por ello la empresa COATS ha optimizado su uso mediante una adecuada planificación, control y seguimiento del proceso de teñido y la disminución de los tiempos de lavado de equipos.

Las modificaciones en las tuberías de descarga de la empresa y la implementación de estructuras que facilitan recuperar aguas de enfriamiento, aguas lluvias y de escorrentía permiten captar el agua y usarla en el proceso productivo de la tintorería sin afectar la calidad de los teñidos.

La empresa busca optimizar su proceso de descontaminación con la implementación de procesos biológicos amigables con el medio ambiente, y con la adquisición y uso responsable en sus procesos productivos de químicos y colorantes. No obstante, la atomización de pedidos por parte del cliente no ha permitido cumplir metas en ahorro de agua.

Impactos ambientales:

- Minimización de la contaminación del agua de vertimiento en términos de DBO₅ ≤ 20 ppm, DQO ≤ 90 ppm.
- Recuperación de cerca de 70.000 m³/año de agua provenientes de lluvia, escorrentía y la recuperación de enfriamientos.
- Disminución del consumo de recursos en el proceso de tintorería, al pasar de una lavada de máquina por cada dos teñidos a una lavada cada diez teñidos.



Coats Cadena Andina S.A. es una empresa creada en 2011, antes Coats Cadena S.A. (1992) e inicialmente Hilos Cadena (1958). La empresa produce y comercializa hilos para coser, bordar y tejer.

Generación de vertimientos

En ciertos eslabones de la cadena de producción (curtiembres y limpieza, descruce, teñido, blanqueo, lavados, estampados y acabados en la producción de textiles) hay riesgos significativos de contaminación del agua si los vertimientos con componentes contaminantes no se tratan adecuadamente.

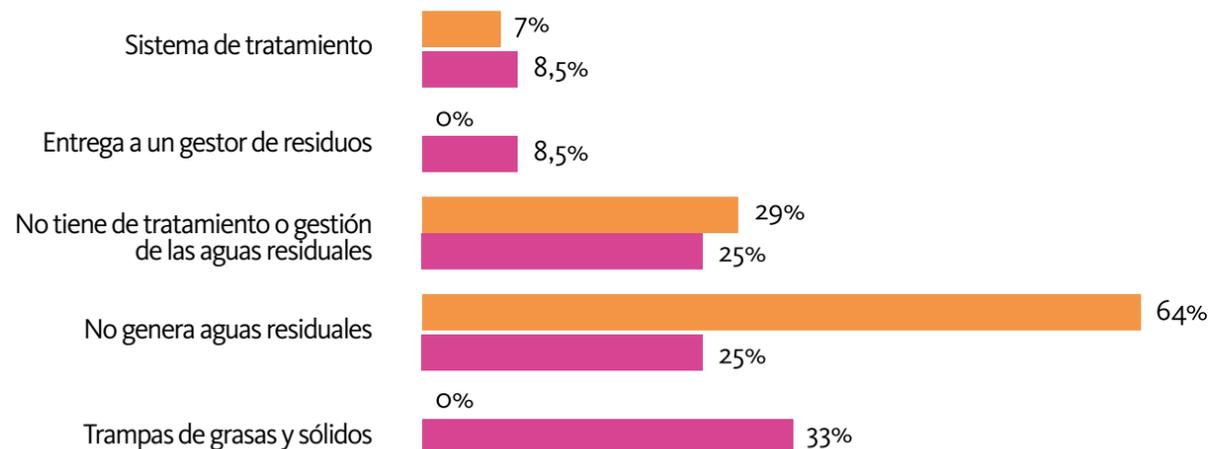
Por ejemplo, en el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería ha disminuido considerablemente el uso de adhesivos con solventes aromáticos que tienen un impacto en el medio ambiente y en la salud de los empleados.

Muchas de las empresas de la cadena solamente generan

aguas residuales domésticas porque solo se dedican al diseño, corte, manufactura manual o confección. Otras subcontratan gran parte de los procesos productivos, así los vertimientos no se generan en sus procesos internos.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Tipo de gestión ambiental que adelantan las empresas con las aguas residuales de la producción*



Promedio de generación anual de agua residual por empresa:
Textiles (↑): 51.993 m3 **Cuero (↷): 1.170 m3**

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

Emisiones

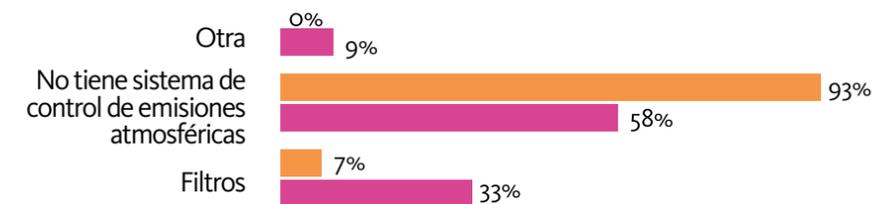
Las emisiones de gases efecto invernadero son la principal causa del cambio climático. Se generan en las actividades industriales principalmente por el consumo de energía eléctrica y de combustibles energéticos (como gasolina y gas natural) y la descomposición de residuos y vertimientos.

Las empresas del sector en general no incluyen de manera directa la gestión de gases efecto invernadero en su gestión ambiental. Esto se debe al alto costo de los estudios y mediciones, especialmente para las empresas pequeñas. El reto es dar a conocer las principales fuentes de generación de estos gases en las actividades industriales y promover en el sector mecanismos de medición, reducción y compensación que estén al alcance de todas las empresas.

Debido a la actividad productiva y sus características de operación, muchas empresas del sector no generan emisiones atmosféricas en sus procesos productivos o no requieren sistemas de control o permisos de emisiones. Sin embargo, la mayoría de empresas son conscientes de la importancia de minimizar los impactos ambientales para mejorar la calidad del aire, evitar la degradación de los bosques y contribuir a la salud pública. En el sector de Textiles y Confecciones se emiten partículas contaminantes debido al uso de engomadoras, chamuscadoras, vaporizadores, termofijadoras, secadoras, estampadoras, entre otras. En la fabricación de calzado, el secado de los pegantes y activadores, que en su mayoría se hace al aire, produce contaminación por aromáticos. También hay contaminación por partículas en las desbastadoras y pulidoras.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Sistemas de control de emisiones atmosféricas en las empresas



Cuero (↷) **Textiles (↑)**

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Entre las empresas que participaron de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, solamente una de cada sector reportó estar gestionando sus gases efecto invernadero (medición, reducción o compensación).

Consumo de energía

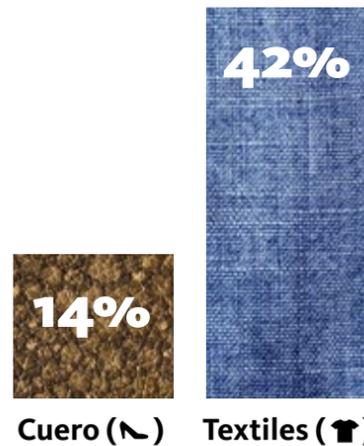
El costo de la energía eléctrica para las empresas del sector hace que la reducción de su consumo sea un factor que afecta directamente su competitividad. La energía es necesaria principalmente para el funcionamiento de la maquinaria y la iluminación de las instalaciones. Las principales fuentes de consumo de energía son la eléctrica, combustibles derivados del petróleo y gas natural (principalmente en el sector de Textiles y Confecciones). No es común encontrar que las empresas del Sistema Moda del país usen fuentes de energía renovable.

Mejorar el sistema de gestión de la energía, capacitar al personal para minimizar las pérdidas y lograr eficiencia energética son algunas medidas que se están adelantando para ahorrar este recurso. Sin embargo, en general este no es un asunto prioritario en las estrategias ambientales de las empresas del sector, especialmente en el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

El 75% de las empresas del sector de Textiles y Confecciones y el 36% del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería miden su consumo de energía.

% de empresas que cuenta con un programa para el uso eficiente de energía (en el área administrativa y operativa)



Consumo anual promedio de energía por empresa:

Textiles y Confecciones:
180.893 kwh (8 de 9 empresas reportaron este indicador)

Cuero, calzado y marroquinería:
261.640 kwh

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda



Gestión de residuos

Las empresas han adelantado acciones para disminuir, recuperar y disponer adecuadamente los residuos peligrosos, ordinarios y reciclables. El sector de Textiles y Confecciones genera una gran cantidad de residuos reciclables que son recuperados por las empresas.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Promedio de residuos recuperados o valorizados:
Textiles: 44%
Cuero: 8,9%

Generación anual de residuos:

Tipo de residuo	Promedio anual de generación de residuos por empresa	
	Textiles 8/12 empresas reportan	Cuero 8/14 empresas reportaron
Residuos reciclables	3.163 ton	17 ton
Residuos ordinarios	964 ton	207 ton
Residuos peligrosos	83 ton	0.1 ton

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería, especialmente en el eslabón de curtiembres, hay empresas que trabajan para disminuir la generación de residuos peligrosos por medio del desarrollo de biopolímeros derivados de aceites vegetales, el uso del tanino vegetal natural como curtido natural de cuero, o el uso de residuos como materia prima para el reciclaje en otros procesos.

Emplear métodos innovadores de reutilización y reciclaje de los retales de materia prima reduce los residuos, disminuye la utilización de recursos y genera ahorro económico. En la manufactura de calzado quedan retales de cuero que no siempre son aprovechados. Lo mismo sucede con los retales de las telas, hilados y fibras en el sector de Textiles y Confecciones.

Los residuos de retales de cuero tienen un impacto negativo en el medio ambiente por su contenido de óxido de cromo. El reto es promover la separación y disposición final adecuada de estos residuos, puesto que muchas empresas aún los disponen con residuos ordinarios.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% promedio de desperdicio de las principales materias primas:

Materia prima	Textiles		Cuero	
	No. empresas que reportan	% desperdicio	No. empresas que reportan	% desperdicio
Cuero	1	10 %	11	5 %
Fibras	3	9 %	5	5 %
Hilados	3	7 %	2	8 %
Telas	7	9 %	7	6 %

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda





COATS

Gestión ambiental integral

La empresa COATS tiene un Programa de gestión ambiental integral que considera el manejo de gases, empaques, manejo de residuos y el ruido.

Con el fin de reducir la emisión de gases de combustión en sus calderas, desde 1998 la empresa instaló en los sistemas de combustión unos controladores más sofisticados y eficientes (Control Link + variador). Además, cambió de combustible fósil a gas natural.

Para mitigar el ruido se han realizado obras para aislar las áreas mediante el uso de materiales como el Gyplak y la fibra de vidrio. Estas obras se evalúan anualmente por medio de mediciones de ruido hechas por laboratorios acreditados.

También se ha trabajado en la gestión de residuos. Se identifican los residuos provenientes de los diferentes procesos productivos, se ubican puntos de disposición de acuerdo al área que los produce y se establecen rutas de recolección y sitios de almacenamiento temporal. A esto se suman las iniciativas para minimizar el uso de trapos engrasados en el proceso de acabados, campañas de reciclaje y el fortalecimiento de una cultura empresarial para el manejo de residuos.

En cuanto a la protección de la flora y fauna hay una prueba piloto en Pereira para la recuperación de los carretes en los que se enrolla el hilo. Algunos clientes, que han visto en ésta una alternativa económicamente viable que representa un menor costo porcentual en los pedidos y que permite usar un residuo, han apoyado este proyecto. Además, estos residuos se reintegran a la cadena productiva de la empresa.

De igual manera, se reutilizan las cajas de cartón en las que viene la materia prima. Antes, eran usadas para reciclaje pero actualmente son utilizadas como material de empaque en el centro de distribución para el envío del producto terminado.



Coats Cadena Andina S.A. es una empresa creada en 2011, antes Coats Cadena S.A. (1992) e inicialmente Hilos Cadena (1958). La empresa produce y comercializa hilos para coser, bordar y tejer.

Con la comunidad se realiza anualmente un censo de vecindad en el que se abre un espacio para manifestar inquietudes y además realizar actividades de formación en manualidades que impactan a grupos vulnerables. Coats Cadena dona la totalidad de los materiales y cubre los honorarios de los expertos que lideran los talleres.

Resultados e impactos ambientales:

- Minimizar y mejorar la calidad del aire en la zona de influencia: se conservaron parámetros de emisión atmosférica un 86% por debajo de los valores permitidos.
- Aprovechamiento de los residuos reciclables: 32.294 Kg de fibras textiles, 2.320 Kg de bidones plásticos, 42.187 Kg de papel, cartón, plástico y 39.890 Kg de chatarra. Esto disminuye la presión sobre el suelo.
- Disminución de 10% en la generación de residuos peligrosos: se pasó de generar 4.417 Kg de trapos engrasados en 2011 a 3.996 Kg en 2012.
- Adecuada disposición de 8.881 Kg residuos peligrosos.
- Incorporación a la cadena productiva de 70.533 carretes recuperados y 9.397 cajas de cartón que dejaron de ir al reciclaje y se reutilizaron en el embalaje de productos para los diferentes depósitos.



Disminución en el uso de químicos

El uso de químicos genera impactos ambientales por contaminación de vertimientos y por la contaminación causada por los productos al final de la vida útil. Las empresas nacionales están buscando disminuir el uso de químicos y contaminantes como plomo, PVC, cromo y tinturas químicas.

Algunas empresas del sector Textiles y Confecciones cuentan con la certificación OKEO-TEX. Su objetivo es asegurar que los artículos textiles estén libres de sustancias nocivas, como amins MAK prohibidas en determinados colorantes AZO, formaldehído, pesticidas,

fenoles clorados, ftalatos, PFOS, PFOA, compuestos aromáticos clorados, metales pesados extraíbles y metales pesados en muestras digeridas. Esta certificación es altamente valorada por los clientes.

Cada vez aumentan más las restricciones en el uso de materiales químicos o tóxicos para la fabricación de los productos del sector. En la Comunidad Europea, por ejemplo, algunos países están prohibiendo o reduciendo de forma gradual el empleo de productos químicos que incidan en los ecosistemas y en la salud humana, como el

PVC. Este ya está prohibido en Alemania, así como los colorantes azoicos, solventes, químicos fluorocarbonados, cloroalcanos, metales pesados, nitrozaminas, etc.

Colombia carece de una regulación adecuada en este aspecto. Esto afecta negativamente a los consumidores y a la competitividad de los productores que se comprometen con los estándares internacionales.

Necesidad de controlar el uso de químicos en los productos de Sistema Moda en Colombia

Las empresas del sector requieren un apoyo de los organismos de control para robustecer la legislación sobre el uso de ciertos químicos. Actualmente, ingresan al país prendas de ropa, calzado y marroquinería sin un adecuado control de los químicos que han sido usados para su fabricación. Muchos productos que no son aceptados en otros países, llegan a los consumidores colombianos con un precio por debajo de los productos nacionales. Esto no solo atenta contra la salud y seguridad de los consumidores, sino que también pone en desventaja a las empresas nacionales que rempazan estos químicos por materias primas certificadas. Parte del problema reside en el desconocimiento por parte de los consumidores de los efectos de estos químicos y la falta de información sobre las prendas que llegan al mercado. Sin embargo, es indispensable desarrollar una política pública que aumente el control por parte de las autoridades.



Distribución y venta

Los residuos derivados del transporte y embalaje de productos, los empaques y bolsas de entrega, el mobiliario de tienda y los residuos de la construcción son un ejemplo de los residuos generados por la distribución y venta de los productos. Los sistemas de distribución y logística, el consumo de energía en los puntos de venta y la generación de papelería en los procesos de logística y venta, también contribuyen a la generación de impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos. Muchas empresas de la industria no cuentan con puntos de venta propios y por eso estos impactos son generados por terceros.

Hay empresas que junto con sus proveedores reutilizan y reciclan mobiliario de tiendas, embalajes y empaques para ahorrar costos y reducir el impacto ambiental. También se utilizan materiales de empaques reciclados, reciclables o degradables.



DIDETEXTO

Reciclaje e innovación para la disminución de los impactos ambientales en la distribución y venta

Ganchos reciclados y biodegradables

Los ganchos sobrantes de la venta de prendas de vestir en los almacenes Éxito son donados a la Fundación Éxito como material reciclable, que luego los vende para obtener recursos. La empresa que compra los ganchos los clasifica en sus instalaciones: los que estén en perfecto estado se empacan y se llevan nuevamente al mercado a un precio inferior al gancho original, los deteriorados son molidos y luego usados como materia prima para fabricar nuevos ganchos. Didetexco S.A. compra los ganchos reutilizados a un precio inferior y los distribuye a los almacenes con las prendas, repitiendo así el ciclo y generando beneficios sociales, económicos y ambientales.

Principales impactos:

- En 2011 la empresa recuperó 1.525.492 unidades de ganchos bajo el esquema de reclasificación.
- En 2012 la empresa adquirió 1.793.520 unidades bajo el mismo esquema.
- En el marco del proceso de logística inversa se ahorró un 42% por cada gancho recuperado.

Uso de láminas para disminuir el uso de polietileno

Desde 2009 la compañía Didetexco S.A. reemplaza los cubre vestidos por una lámina de alta densidad que disminuye el uso de polietileno.

Principales impactos:

- Disminución del 11% en el uso de polietileno en estos insumos.
- Trabajo en equipo entre el equipo de logística, compras y proveedores que encontraron una mejor alternativa de producción sin afectar la calidad del producto.
- Fortalecimiento del sentido de responsabilidad ambiental de los proveedores que ofrecieron esta misma alternativa a otros clientes. Así se convierte en una iniciativa ejemplar en la industria textil.



Didetexco forma parte de la industria textil del Grupo Éxito, y es la encargada de desarrollar, producir y suministrar las prendas de vestuario y accesorios de las marcas textiles de venta exclusiva en los almacenes Éxito de todo el país. Constituida desde hace 59 años y ubicada en el municipio de Envigado, Antioquia es considerada una empresa mediana.

Los proveedores realizan una actividad sustentable con este proceso de logística inversa que reclasifica y reutiliza los ganchos de ropa.

Uso de los productos

El uso de las productos por parte los consumidores, especialmente las confecciones, generan impactos ambientales debido al empleo de detergentes y al consumo de agua en el proceso de lavado. Hay empresas que han desarrollado prendas (como uniformes de trabajo), que debido a las características del material, disminuyen la periodicidad y uso de agua en el lavado. Otras han optado por informar al consumidor, por medio de las etiquetas y el material de empaque, cómo y cada cuánto deben lavar la prenda.

Disposición final

Existe una preocupación creciente por la contaminación que generan los productos del sector al final de su vida útil. Esta es una oportunidad para promover acciones de reciclaje con los consumidores finales, de utilizar materiales que faciliten la degradación y evitar el uso de químicos que contaminan el suelo y las fuentes de agua al descomponerse.

La rapidez con que los consumidores desechan los artículos de moda ha aumentado considerablemente en los últimos años. Por eso también se promueve la donación de las prendas que aún están en buen estado.

No se conoce de ninguna empresa del sector que haya emprendido un programa de posconsumo debido al elevado costo de dicha operación. Por eso el reto del sector es promover una política para la recolección y el reproceso de estos residuos.





C.I. HERMECO S.A

Prenda EKO

Hermeco S.A. busca la satisfacción de sus consumidores, el desarrollo humano de sus empleados y el cumplimiento de la responsabilidad social y ambiental.

La empresa analiza todo el recorrido de las prendas de manera transversal a los procesos internos y externos para buscar formas de minimizar el impacto ambiental y diferenciarse de otras empresas. Esto es posible gracias al modelo de gestión de proveedores, combinado con un acompañamiento permanente basado en la promoción de la gestión con sostenibilidad. El resultado es la Prenda EKO.

Prenda EKO

MATERIA PRIMA

· Fabricación de tela a partir del reciclaje de botellas PET recicladas, recolectadas en la alianza con grupos vulnerables. El material disminuye el consumo de energía y la generación de emisiones.

PROCEDIMIENTO INTERNO

- Cambio en el calibre del plástico reduciendo el consumo y desperdicio.
- Bolsas de empaque de plástico reciclado.
- Uso de aplicación virtual para requerimiento de sesgos, lo que reemplaza los formatos en papel.
- Eliminación formatos de extendido, formatos de tiqueteo, talonarios de remisión.
- Implementación de tulas de dril para empacar en reemplazo de bolsas plásticas.
- Reducción de tamaño y calibre de etiquetas de tulas.
- Uso de zuncho reciclado y papel perforado y ecológico.
- Reducción de cinta de enmascarar, tiquetes de piezas y precintos.

INSUMOS Y ETIQUETAS

- Cada una de nuestras prendas maneja una marquilla con la composición de las bases textiles y se describen los diferentes cuidados que deben tener las prendas de parte del consumidor.
- Los insumos metálicos siempre son libres de plomo.
- En etiquetas, no utilizamos laminados, ni acabados UV, las tintas utilizadas son a base de agua y el sustrato de la etiqueta es en la mayoría de los casos en papel kraft o en papeles mate sin acabados especiales.

PROCEDIMIENTO EXTERNO (PROVEEDORES)

Lavandería sin agua

- Láser: disminución de procesos de abrasión química y física que pueden ser perjudiciales para la salud de los operarios.
- Alquilfenoles: eliminación del uso de alquilfenoles etoxilados en los procesos de lavado de las prendas. Ningún proveedor lo usa para esta marca y se promueve su eliminación en sus otros clientes.

Estampación

- Phtalatos: Uso de insumos que contengan las ppm permitidas en la norma OEKO TEX estándar 100 en la técnica de estampación por Plastisol. Está certificado por los proveedores.
- Chorro de arena: abolido hace varios años.

EMPAQUE

- Plásticos: Tienen un aditivo para que sean degradables en 24 meses y biodegradables en 36 meses.
- Papel: Son en papel bond sin brillo y sin laminados impresos con tinta a base de agua y tienen su haladera en algodón. Son reutilizables y provienen del papel fruto de bosques renovables.
- Bolsas entretela laminadas: son reutilizables.
- Cajas de cartón corrugado: Se reciclan en su disposición final con compañías de reciclaje y se reúsan. Proviene de pulpa de papel de bosques renovables.
- Recuperación y reciclaje de ganchos y cajas de embalaje.



C.I. Hermeco S.A. se fundó en 1979 con la marca Rancho. Hoy es reconocida por la marca de ropa OFFCORSS, enfocada en las nuevas generaciones. Produce y vende más de 5 millones de unidades anuales representadas en 3.000 productos diferentes cada año.

El camino por recorrer

Será determinante fortalecer la colaboración de los diferentes eslabones de la cadena de producción, promover iniciativas en el sector que permitan aprovechar las oportunidades y adaptarse a los lineamientos internacionales en gestión ambiental. Actualmente hay diferencias en los avances que han logrado las organizaciones, debido al nivel de desarrollo y el tamaño de las empresas. Finalmente, se recomienda impulsar la medición y gestión de los impactos ambientales más allá de lo que exige la ley y trabajar para que los consumidores tengan mayor consciencia de los impactos ambientales de sus compras.



- CAPÍTULO -
diez

Compromiso con el Recurso Humano

El sector tiene un impacto social y económico significativo en la población debido a la generación de empleo para hombres y mujeres. Las críticas a varias empresas del Sistema Moda en el mundo debido a las malas condiciones laborales, principalmente en Asia, son una oportunidad para diferenciar al sector Textil del país del resto del mundo.

Algunas realidades de la industria en materia laboral son:

- Muchas empresas de la industria contratan personas bajo figuras jurídicas que no garantizan la estabilidad laboral y no cubren la seguridad social. Los ciclos de venta propios del sector propician este fenómeno.
- Los trabajadores no cuentan con la educación apropiada que demandan las tendencias actuales y los niveles de capacitación específica para el sector son bajos.
- No todas las grandes y medianas empresas del sector vigilan la forma en que sus proveedores contratan la mano de obra.

Para promover la competitividad del sector se debe trabajar en:

1) la formación apropiada del talento humano y la fidelización de este talento mediante la promoción de buenas prácticas laborales; 2) el cumplimiento de los Derechos Humanos y condiciones adecuadas de trabajo a lo largo de toda la cadena de producción.

Debido a la situación de informalidad y las dificultades económicas estos asuntos no son fáciles de garantizar. No hay información nacional disponible que permita caracterizar las condiciones de trabajo de las empresas y tampoco es común encontrar organizaciones certificadas que garanticen dichas condiciones. Esto es un aspecto sobre el que se debe trabajar en el futuro.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO GENERADO SEGÚN LA LÍNEA BASE EN SOSTENIBILIDAD 2012

Las empresas de la muestra contratan equitativamente hombres y mujeres en el sector de Textiles y Confecciones, pero contratan más hombres en el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería. En promedio, el 43% de los cargos directivos en estas empresas está ocupado por mujeres (21 de 28 empresas reportaron este indicador). Es posible que esta distribución aumente a favor de las mujeres, si se tiene en cuenta el total de empleos que el sector genera en el país, principalmente por las empresas satélites.

Según los resultados de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, las empresas agremiadas contratan la mayoría de su personal por contrato directo.

Sector de Textiles y Confecciones
Empleo por tipo de contratación
Promedio por empresa



Directo	77%
Tercerizado	18%
Destajo	5%

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

713 empleados promedio por empresa

TEXTILES Y CONFECCIONES
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO Y TIPO DE CONTRATACIÓN – PROMEDIO POR EMPRESA

Contrato	Hombres	Mujeres
Total	49%	51%
Directo	57%	43%
Tercerizado	61%	39%
Destajo	28%	72%

Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería
Empleo por tipo de contratación
Promedio por empresa



Directo	69%
Tercerizado	15%
Destajo	16%

106 empleados promedio por empresa

CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO Y TIPO DE CONTRATACIÓN – PROMEDIO POR EMPRESA

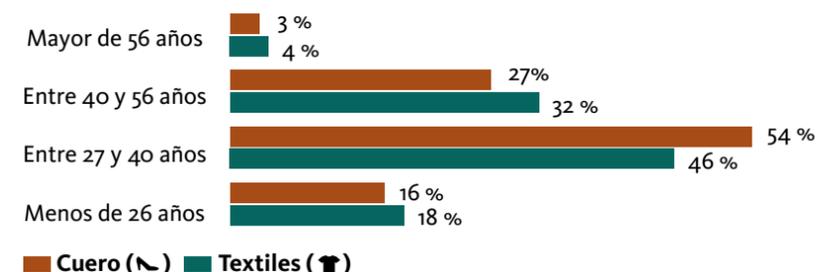
Contrato	Hombres	Mujeres
Total	61%	39%
Directo	56%	44%
Tercerizado	55%	45%
Destajo	72%	28%

Línea Base en Sostenibilidad 2012

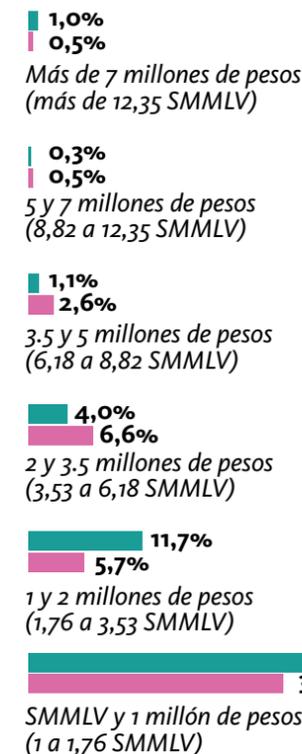
Conocer el promedio de trabajadores discriminado por rango de edad ayuda a entender la generación de empleo en el sector y conocer mejor el impacto social de las decisiones de contratación. En el sector, la mayoría de trabajadores está en el rango entre 27 y 40 años.

La mayoría de los salarios que genera Sistema Moda está entre un salario mínimo y un millón de pesos. Las empresas de la muestra pagan como mínimo en promedio 106% del salario mínimo vigente. En las empresas del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería hay una menor proporción de empleados en los rangos salariales altos. Esto se debe en gran medida a que muchas de las organizaciones son micro y pequeñas empresas.

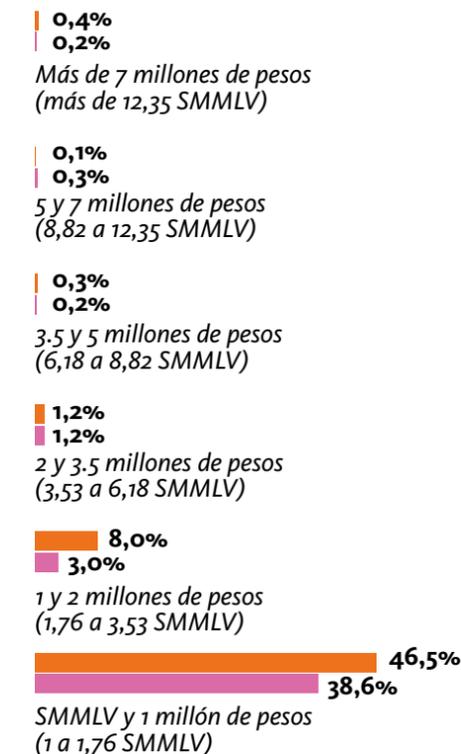
Empleados por rango de edad Promedio por empresa



Textiles y Confecciones Empleados por rangos de salario y género Promedio por empresa



Cuero, Calzado y Marroquinería Empleados por rangos de salario y género Promedio por empresa



Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

Hay una tendencia entre las empresas grandes e internacionales de desarrollar políticas de protección de Derechos Humanos, códigos de ética, políticas anticorrupción y declaraciones de igualdad de oportunidades y no discriminación que se convierten en pilares de su cultura corporativa. Estos lineamientos fortalecen las relaciones con los empleados y fomentan un comportamiento ético con los demás grupos de interés.



Línea Base en Sostenibilidad 2012

ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA

En las empresas del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería es inusual encontrar empresas que cuenten con acuerdos de negociación colectiva. En el sector de textiles y Confecciones se encontró que el 31% de las empresas cuenta con este tipo de acuerdos y estos cubren en promedio al 85% de los empleados.

Las empresas del sector tienen el reto de retener a los empleados capacitados. Los siguientes son los índices de rotación promedio de empleados directos por organización de acuerdo con la Línea Base en Sostenibilidad 2012: 40,9% en el sector de Textiles y Confecciones y 28,3% en el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería (12 de 13 y 13 de 15 empresas reportaron este indicador, respectivamente).

1. Índice de rotación = (Desvinculaciones x 100) / promedio de empleados en el periodo

Línea Base en Sostenibilidad 2012

La Línea Base en Sostenibilidad 2012 evidenció que las empresas destinan recursos adicionales a los exigidos por la ley para proteger la salud y seguridad de los empleados vinculados por contrato directo.

Inversión anual promedio en la protección de la salud y seguridad de los empleados adicional a las exigidas por ley:

Textiles y Confecciones (↑)

el 69% de las empresas
invertieron en promedio 199.167 pesos por empleado

Promedio por empresa: 237 millones de pesos

Cuero, Calzado y Marroquinería (↘)

el 40% de las empresas
invertieron en promedio 248.479 pesos por empleado

Promedio por empresa: 34 millones de pesos

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS

Existen riesgos significativos para la salud y seguridad de los empleados del sector debido al uso de maquinaria, solventes y químicos en el proceso de producción. Las lesiones por esfuerzos repetitivos y las molestias osteomusculares relacionados con el trabajo también son comunes en las empresas de toda la cadena productiva. Finalmente el ruido de las máquinas puede no solo incomodar, sino también causar problemas auditivos.

Promedio de Tasa de Accidentalidad² de empleados vinculados por contrato directo:

Textiles y Confecciones (↑)
6% anual
(12 de 13 reportaron)

Cuero, Calzado y Marroquinería (↘)
7,4% anual
(13 de 15 reportaron)

2. Tasa de Accidentalidad = (Número total de accidentes x 100) / promedio de empleados

Promedio de Tasa de Enfermedad Profesional³ de empleados vinculados por contrato directo:

Textiles y Confecciones (↑)
0,04% anual
(12 de 13 reportaron)

Cuero, Calzado y Marroquinería (↘)
0,02% anual
(13 de 15 reportaron)

3. Tasa de Enfermedad Profesional = (Número de nuevos casos de enfermedad profesional x 100) / promedio de empleados



DDU

Moda ecológica e inclusiva

La empresa DDU (Dotamos Diseñamos Unificamos) trabaja con reclusas de las cárceles del Buen Pastor (Bogotá) y de Picalaña (Ibagué) y jóvenes de barras de fútbol para la fabricación de prendas ecológicas. Estos productos tienen acabados inteligentes biodegradables que no contaminan y ahorran agua, eliminando así el uso de detergentes y cloro. Para la fabricación de las prendas se reducen y reutilizan desechos como el plástico.

La estrategia que la empresa inició en 2008 ha permitido incluir y reactivar los talleres de confección, marroquinería y reciclaje en las cárceles.

Socios de la Iniciativa: Paz y Flora (Fundación de DDU) y Fundación Creación.

Algunos Clientes: EAN, Basura Cero, UAESP, Cruz Roja, Humedales Bogotá, CAAB, Canto al agua, La voz de la madre tierra, Naturaleza y Patrimonio, Universidad Distrital, PRABYC.

La red trabaja en la recuperación de técnicas artesanales; además produce dotaciones industriales ecoamigables y artículos promocionales elaborados con residuos recuperados. También sensibiliza, capacita y asesora el montaje de unidades productivas, incluyendo a las comunidades vulnerables. Las empresas públicas y privadas devuelven el producto después del término de su vida útil para ser reutilizado.

Los principales impactos:

- Fidelización y alianza de crecimiento y mejoramiento continuo.
- Creación de proyectos de vida integrales, que se basen en sostenibilidad, progreso y felicidad por medio de la inclusión social.
- Valor compartido.
- Generación de fuentes de ingresos dignos e innovadores.



dotamos diseñamos unificamos

DDU es una Red de empresarios que trabaja en Nanotecnología, Ecología y Sostenibilidad para el sector Textil mediante dotaciones de comunicación, publicitarias y promocionales. DDU elabora prendas en fibras naturales especializadas.



Cerca de 450 personas en situación de vulnerabilidad han sido beneficiadas con la iniciativa y se ha disminuido la contaminación ambiental gracias a la reutilización y el reciclaje.

INCLUSIÓN LABORAL

Hay oportunidades para brindar empleo a grupos en situación de desventaja por medio de contratación directa o la tercerización de servicios. Es el caso de las iniciativas para trabajar con madres cabeza de familia, desplazados, desmovilizados y con personas recluidas en cárceles. Por medio de la vinculación se los ayuda a generar ingresos y se les brinda formación técnica y empresarial.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De las empresas que participaron en la Línea Base de Sostenibilidad 2012, dos del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería adelantan iniciativas de inclusión laboral por medio de la contratación laboral directa de personas con discapacidad auditiva y/o verbal y población desplazada.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

La Línea Base en Sostenibilidad 2012 muestra que a pesar de las dificultades económicas, las empresas se esfuerzan por desarrollar políticas de apoyo en deporte, préstamos, vivienda, salud, entre otros.

Textiles y Confecciones (↑)

El 85% de las empresas que destinó recursos a beneficios de bienestar extralegales (promedio 2012):

1.490.021 pesos por empleado directo
(9 de 11 empresas reportaron)

Cuero, Calzado y Marroquinería (↘)

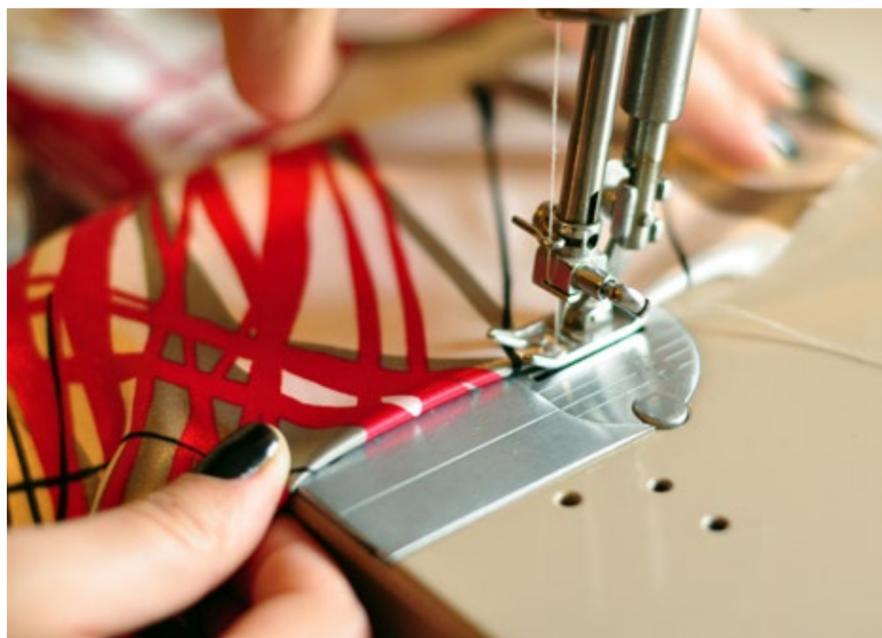
El 40% de las empresas que destinó recursos a beneficios de bienestar extralegales (promedio 2012):

276.095 pesos por empleado directo
(9 de 11 empresas reportaron)

BIENESTAR Y DESARROLLO PERSONAL DE LOS EMPLEADOS

Hay una preocupación por otorgar a los empleados condiciones de bienestar que van más allá de las exigencias legales.

Adicionalmente, hay un compromiso por implementar estrategias de bienestar enfocadas en el desarrollo integral de las personas: físico, mental, social y espiritual.



CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

La formación del talento humano es una de las principales herramientas con las que cuenta el sector para promover la innovación, productividad y competitividad en el contexto internacional. El sector tiene el reto de fortalecer los procesos de capacitación de los empleados, especialmente en las micro y pequeñas empresas y las empresas familiares, y de mejorar la pertinencia, calidad y oferta de programas de formación para el sector.

El sector está trabajando con el SENA para revisar los currículos de los cursos específicos para el sector, para así satisfacer las necesidades de las empresas y las tendencias y exigencias del mercado mundial. Para el sector de Textiles y Confecciones hay una oferta de programas educativos específicos para su actividad industrial. En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería no sucede lo mismo. Se está trabajando para que las escuelas de moda incorporen cursos de formación en calzado.

El conocimiento técnico de muchos de los empleados del sector es empírico. Certificar las competencias de estas personas potencia su conocimiento, permite asegurar la calidad del trabajo a externos y clientes y ayuda a identificar las áreas en las que hace falta más capacitación.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De acuerdo con los resultados de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, en promedio cada empresa del sector de Textiles y Confecciones brinda 457 horas formador de capacitación al año a sus empleados por contrato directo (1,08 horas por empleado); las del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería, 14 horas formador de capacitación al año (2,54 horas por empleado). Estas últimas dedican gran parte de la formación a temas de diseño.

(12 de 13 empresas reportaron este indicador en Textiles y Confecciones).

Proyecto bandera del sector: Programa Nacional para la Gestión de la Productividad y el Desarrollo del Talento Humano



La Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil, Confecciones – ANDI, ACICAM, el Programa de Transformación Productiva (PTP) y el SENA trabajan de la mano en este proyecto que procura desarrollar un equipo humano altamente calificado, motivado e integrado en la dinámica de los mercados internacionales, para así mejorar la productividad y competitividad de las empresas del sector.

Enfoques y avances del programa:

- 1. Creación y adecuación de aulas para formación y producción.** Se realizó un diagnóstico de los Centros de Formación – Red Sistema Moda para la adquisición y actualización tecnológica en maquinaria, equipos y software. Con una inversión de 1.700 millones de pesos por parte del SENA se construyó un laboratorio de pruebas y nanotecnología en Bogotá. En 2013 se tiene prevista la construcción de un Laboratorio Textil y un Laboratorio de Biomecánica, Calzado y Marroquinería para la investigación, intervención y análisis de los materiales.
- 2. La revisión, actualización y desarrollo de programas de formación pertinentes de acuerdo a las necesidades de los diferentes niveles ocupacionales: operativo, técnico, tecnológico y especializaciones.** Se pasó de 2.816 cursos a 120 en 2012. Además, se revisaron y validaron los programas con los empresarios. Ahora se trabaja en la actualización y revisión de normas de competencia laboral.
- 3. Actualización, cualificación y certificación de instructores del SENA y docentes con expertos en las diferentes áreas de formación.** Además, se firmaron convenios con entidades internacionales.

Además, con apoyo del SENA se realizó una convocatoria permanente de bilingüismo en la que se beneficiaron 727 personas del sector. A través de una alianza con ICETEX se otorgaron créditos condonables para programas técnicos, tecnológicos, maestría y especializaciones pertinentes al sector. El PTP facilitó el acceso a programas de maestría y especialización de profesionales de la industria. Entre las empresas beneficiarias están Termimoda, Vestimundo S.A., Danilo Becerra Shoes and Bags, Matteo Dalla Ltda., Fatelares S.A.S. y Fabricato, entre otras.

En 2012, 2.019 personas de seis empresas y dos gremios se beneficiaron del nuevo Programa de Formación Continua Especializada lanzado por el SENA, esto gracias al acompañamiento del PTP y los gremios. Los cursos, que se dictaron en cinco ciudades del país, cofinanciaban el 80% del costo con una inversión de 779 millones de pesos.

- CAPÍTULO -
once

Gestión sostenible de la cadena

El Sistema Moda está compuesto por una cadena de alta integración en la que los logros y retos son compartidos. La competitividad del sector en Colombia depende de las decisiones de todos los eslabones para asegurar así la calidad, el valor agregado y el impacto social y ambiental de los productos y servicios.

Hay organizaciones que subcontratan parte de los procesos de producción a empresas más pequeñas. Esto genera oportunidades para desarrollar esquemas de fortalecimiento empresarial por medio de acciones de apoyo basadas en criterios sociales y ambientales.



INSUMOS NACIONALES Y ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

Las empresas tienen dificultades para conseguir ciertos insumos de producción local. En el sector de Cuero, Calzado y Marroquinería es difícil obtener cuero en la cantidad y calidad que se requiere; esto se debe principalmente al aumento de la exportación de este producto en crudo y a la temporalidad de la demanda. Gran parte de los productos químicos para la producción de pieles se deben importar, principalmente de Europa,

o comprar a distribuidores internacionales; esto aumenta los costos de la materia prima y disminuye la competitividad de la industria de pieles en el país.

Las empresas productoras de calzado y marroquinería necesitan una gran cantidad de insumos y componentes para fabricar los productos. Para algunos tipos de calzado se necesitan hasta 50 tipos de insumos. La existencia de productores nacionales que provean estos insumos

determina la calidad, rapidez e innovación en el desarrollo de nuevos productos. En algunos casos, la producción nacional no es suficiente, en otros no cumple con la calidad y variedad que requieren las empresas. Las empresas de calzado y marroquinería se ven obligadas a importar ciertos insumos, como adornos, suelas, tacones, plantillas, hormas, laminados sintéticos, tejidos, punteras y contrafuertes de México, Brasil, España, Italia y China, entre otros.

La innovación en la producción de insumos puede apoyar a diferenciar el producto final nacional. Como en el país la oferta es limitada, en muchos casos los productores utilizan insumos iguales a su competencia. En este sentido existe una oportunidad de colaboración entre los proveedores y los fabricantes del producto final.

La producción local de insumos naturales y ecológicos también es limitada. Teniendo en cuenta la creciente demanda de productos fabricados con este tipo de insumos, existe la oportunidad de desarrollar proyectos con la colaboración de organizaciones públicas, privadas, empresarios de sector y agricultores. Consciente de la importancia de este tipo de iniciativas, la Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI está trabajando en un proyecto piloto con el PTP para evaluar la viabilidad de cultivar algodón orgánico en el país.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Proporción de compras nacionales e internacionales

De acuerdo con los resultados de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, las empresas del sector compran gran parte de sus insumos a proveedores o distribuidores nacionales.

Textiles y Confecciones



- 8% de las compras nacionales fue de maquinaria
- 11,9% de las compras internacionales fue de maquinaria

Cuero, Calzado y Marroquinería



- 2,4% de las compras nacionales fue de maquinaria
- 6,8% de las compras internacionales fue de maquinaria

Algodón orgánico nacional para la producción de textiles

La Cámara Textil de la ANDI, en convenio con el Programa de Transformación Productiva (PTP), está impulsando un proyecto para evaluar la viabilidad de cultivar algodón orgánico y ecológico en Colombia para la producción de textiles y prendas de vestir. Esto le permitiría al sector competir en el mercado internacional con productos diferenciados, fortalecer la cadena productiva local y mejorar el acceso a materia prima de calidad.

La iniciativa consiste en el desarrollo de un piloto de producción de algodón mediante sistemas de bajo impacto ambiental. Los cultivos, de aproximadamente una hectárea cada uno, están ubicados en los municipios de Aipe en Huila y Alvarado en el Tolima, dos zonas de vocación aldonera. Se hará un análisis de costo, se determinará la viabilidad técnica y económica del cultivo ecológico con respecto al cultivo convencional y se desarrollará un paquete tecnológico para el manejo de los cultivos que pueda llegar a ser replicable en cada zona de estudio.

El proyecto se ha desarrollado con la asesoría técnica de la empresa consultora Portafolio Verde y su implementación tiene una duración aproximada de siete meses (febrero – septiembre 2013). Lo respaldan empresas afiliadas a la Cámara Textil, pues los cultivos locales representan para ellos una reducción de costos y la expansión de la producción de prendas hacia nuevos mercados. También este proyecto se articula con el Ministerio de Agricultura y Corpoica con el fin de crear una cultura de producción más limpia en el sector. Asimismo, la producción local de algodón ecológico busca generar valor económico y social para los agricultores, con los que también se trabaja en el proyecto. Uno de los retos es competir contra el bajo costo de los productos orgánicos importados. El otro reto es certificar los diferentes actores que participan en la cadena de producción (hilanderías y tejedurías) para lograr que Colombia produzca prendas a partir de algodón orgánico. Los resultados serán compartidos con todos los integrantes de la cadena productiva a finales de 2013.



CUMPLIMIENTO LEGAL, DE DDHH Y CRITERIOS SOCIALES Y AMBIENTALES EN LA CADENA

Cada día es más importante que se generen mecanismos de verificación y exigencia de requisitos de los estándares sociales y ambientales a lo largo de la cadena de valor. En Colombia hay un compromiso para promover y asegurar estos principios. Por ejemplo, hay empresas en el sector que exigen a sus proveedores certificaciones ambientales, de calidad y de buenas prácticas en RSE como condición para trabajar con ellas.

Se destaca el caso de la empresa CI Hermeco S.A., que desarrolló un manifiesto de proveedores en el que se comprometen a prohibir todo tipo de discriminación a empleados, no permitir ninguna manera de trabajo forzoso e infantil, cumplir con la legislación laboral, actuar en consonancia con la legislación ambiental, no implementar procesos que afecten el medio ambiente y no vulnerar los Derechos Humanos y libertades. En total 144 proveedores en todos los puntos de la cadena productiva (de insumos, telas, confección, bordado, estampado, lavanderías) han firmado este manifiesto.

La contratación informal, los horarios de trabajo que superan lo permitido por la ley y los pagos por debajo del salario mínimo legal son algunas de las características que se presentan en las empresas informales de la cadena de los sectores Textil y Cueros. Por esta razón, uno de los primeros compromisos de las compañías formales debe ser no contratar a una empresa informal. Existen oportunidades para apoyar a las empresas satélites y proveedores a formalizarse por medio de acuerdos comerciales y asesoría de las empresas contratantes.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

De acuerdo con los resultados de la Línea Base en Sostenibilidad 2012, el 38% de las empresas del sector de Textiles y Confecciones exige certificaciones a sus proveedores como una forma de controlar los impactos a lo largo de la cadena de valor. Se exigen certificaciones principalmente a los proveedores de cuero (como que esté libre de plomo), algodón (como Cotton USA) y tinturas (como OEKO-TEXT-REACH, ISO 14000). Ninguna empresa del sector Cuero, Calzado y Marroquinería reportó este tipo de exigencias.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Las empresas del sector buscan trabajar con proveedores que cumplan con los Derechos Humanos, pero la mayoría no incluyen cláusulas específicas de prohibición de trabajo infantil y forzado en los contratos de los proveedores. Solo el 8% de las empresas del sector Textiles lo hace y ninguna del sector Cuero.

(12 de 15 empresas en el sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador).

Plan Padrino Empresarial para el sector Sistema Moda

El Programa de Transformación Productiva (PTP) implementó el Plan Padrino Empresarial para Sistema Moda como un mecanismo para promover la formalización y el encadenamiento productivo en el sector Textil. El objetivo es que las grandes empresas apoyen a las pequeñas empresas durante el proceso de formalización empresarial y laboral, por medio de apoyo técnico, acompañamiento y asesoría comercial.

Por su parte, las empresas padrino que contratan empresas satélites se pueden beneficiar al garantizar el cumplimiento legal a lo largo de la cadena y porque la formalidad mejora las posibilidades de renovación tecnológica, la calidad y la eficiencia. El Plan está focalizado en Medellín y comienza con la promoción de acuerdos de entendimiento empresarial entre tres empresas padrino y 23 empresas satélite o talleres de confección. La duración inicial es de un año, e inició en noviembre de 2012.

Empresas padrino:

Confección y Distribuciones Firlan S.A.S. (2) Ramasu S.A.S. (14) e Inversiones Lazus Ltda. (7).

Luego de la firma del acuerdo, se genera una intención de compra a largo plazo, en caso de que la empresa satélite cumpla gradualmente con los requisitos de formalización que fueron definidos en el proyecto. Estos acuerdos buscan generar relaciones a largo plazo entre las empresas con objetivos en común: fabricación, distribución y comercialización de productos textiles bajo condiciones de comercialización y remuneración favorables.

Las empresas padrino se comprometen también a ser garantes de acceso a líneas de crédito especial destinadas a la reconversión tecnológica, y a la capacitación apoyada en el Programa de Transformación Productiva (PTP), el SENA o cualquier otra entidad competente. También se busca la transferencia de conocimiento técnico y administrativo desde la empresa padrino a la empresa satélite. Las 23 empresas satélite vinculadas a este proyecto son micro y pequeñas empresas y cerca de 289 trabajadores son beneficiados.

Durante los primeros meses de los acuerdos, en lo que dura el acompañamiento de los asesores contratados por el PTP, se vieron mejoras en la formalización: el 50% de las empresas cuenta con un registro mercantil como consecuencia de la implementación del Plan Padrino y el 50% cuenta con un RUT (el 32% lo obtuvo como consecuencia del Plan). Se espera que a lo largo del siguiente año se vean avances significativos en cuanto a la formalización. Esto depende de que haya estabilidad en las relaciones comerciales y un acompañamiento adecuado a los talleres de confección.

Este proyecto es una muestra de la gran oportunidad y responsabilidad que tienen las empresas formales del sector Textil para apoyar el fortalecimiento y la competitividad del sector por medio de un encadenamiento que genere beneficios sociales y económicos para los empresarios, sus empleados y el país. La idea es que este modelo se pueda implementar a gran escala en el futuro.

Para los proveedores pequeños es difícil cumplir con los estándares de sostenibilidad, por eso el reto es que las organizaciones más grandes y avanzadas en la materia las ayuden a alcanzar estos estándares con sensibilización, formación y acompañamiento.

Muchas de las organizaciones de Sistema Moda contratan parte de su proceso productivo mediante la figura de maquilas o satélites. El uso de maquilas que cuenten con las garantías adecuadas es una oportunidad de generación de empleo e ingresos para poblaciones vulnerables. Sin embargo, en este esquema existe un riesgo de incumplimiento de estándares sociales y ambientales porque no siempre se cuentan con mecanismos formales de contratación o esquemas de verificación.

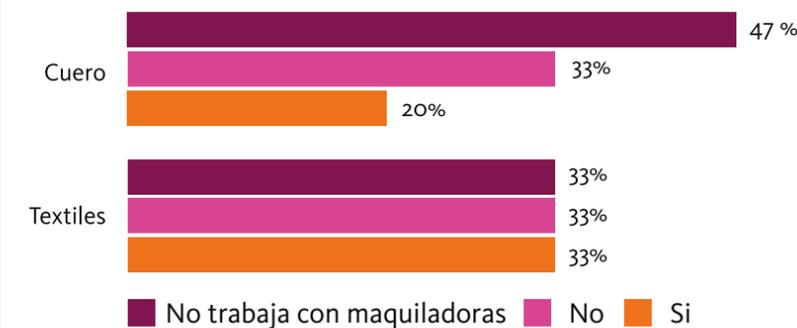
Línea Base en Sostenibilidad 2012

Muchas de las empresas no adelantan directamente acciones para el desarrollo de sus proveedores. Solo lo hacen 13% del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería y 8% del de Textiles y Confecciones.

(12 de 15 empresas en el sector Textiles y Confecciones reportaron este indicador).

Línea Base en Sostenibilidad 2012

Las empresas del sector que trabajan con maquiladoras han empezado a formalizar los contratos de servicios.



Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

(12 de 15 empresas en el sector Textiles y Confecciones reportaron este indicador)

De acuerdo con la Línea Base en Sostenibilidad 2012, las empresas que trabajan con maquiladoras están realizando visitas de inspección en prácticas de responsabilidad social y ambiental, especialmente empresas del sector de Textiles y Confecciones (63%) y en menor medida empresas del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería (25%). En promedio, estas empresas visitaron al 67% de sus maquiladoras en 2012 (8 de 15 empresas reportaron este indicador en cada sector).

- CAPÍTULO -
doce

Relaciones responsables con la comunidad e inversión social

La mayoría de empresas del sector no tienen una relación directa con ni impactan negativamente a poblaciones vulnerables y vecinas, esto debido a que se asientan en zonas industriales, realizan principalmente trabajos manuales o son pequeñas empresas. Los principales impactos que se gestionan en la relación con la comunidad son la generación de ruido y las emisiones.

El eslabón de las curtiembres es una excepción a esta tendencia. La gestión de los impactos en la comunidad es un asunto prioritario para este tipo de establecimientos, puesto que generan olores y pueden llegar a contaminar el suelo y los cuerpos de agua. Las quejas de las comunidades han sido importantes para impulsar las acciones de apoyo y control de la gestión ambiental de este eslabón.

Los impactos ambientales negativos en las comunidades aumentan si se analiza el comportamiento de las empresas informales, pues no cumplen con la legislación ambiental con respecto al manejo de los vertimientos, las emisiones, el ruido, etc.

Adicionalmente a la gestión de impactos, las empresas tienen una oportunidad de generar valor social a través de la creación de negocios inclusivos y la contratación de población vulnerable en su cadena de valor. Esta es una tendencia creciente entre las empresas del sector.





CORPORACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER COLOMBIA

Generación de ingresos para poblaciones vulnerables a partir de la elaboración y venta de productos de material recuperado

La Corporación trabaja con poblaciones vulnerables de Ciudad Bolívar, Suba, Potosí, el Codito y Usme, quienes por medio de un trabajo solidario utilizan los desechos y retales de las empresas y convierten este material recuperado (lona y carpas, banner o pendones, tetrapack, costales plásticos) en productos innovadores con variados usos.

La iniciativa surge de la necesidad de ofrecer nuevas oportunidades a cientos de mujeres, en su mayoría madres cabeza de familia, que han decidido tener como negocio productivo un taller de confección.

Bavaria, Caracol televisión, Givaudan, la Asociación Colombiana de Neurología, la Carrera de la Mujer son algunos de los aliados más importantes de la corporación. No solo donan el material sino que compran los productos elaborados por estas comunidades vulnerables.

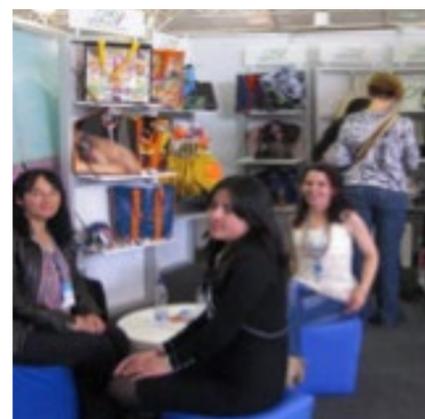
El sector de Textiles y Confecciones en Colombia produce diariamente miles de desechos. Hace cuatro años la CMM comenzó a facilitar y promover negocios inclusivos para personas en situación de vulnerabilidad, como un compromiso con el desarrollo empresarial, la sostenibilidad ambiental y social, y la conversión de remanentes de las industrias en productos útiles y novedosos. Aproximadamente 38 mujeres se han beneficiado de esta iniciativa desde el 2011.

Principales impactos:

- Generación de ingresos para comunidades vulnerables.
- Fomento del trabajo asociativo.
- Recuperación y transformación de desechos.
- Fortalecimiento productivo y empresarial de *mipymes* mediante la asistencia técnica y la articulación a mercados.



La Corporación Mundial de la Mujer (CMM) es una organización privada sin ánimo de lucro creada en 1989 que hace parte de la red del WWB, Women's World Banking, y se dedica a otorgar microcréditos a emprendedores, en su mayoría mujeres cabeza de familia.



Productos con materiales recuperados
Corporación Mundial de la Mujer

La mayoría de empresas adelantan acciones de apoyo social externo, en muchos casos en forma de donaciones, con el fin de ayudar al desarrollo y apoyar a poblaciones que se encuentran en situación de desventaja.

El reto frente a las relaciones con las comunidades es poder pasar de acciones filantrópicas puntuales, a lograr inversiones sociales de gran escala, alineadas al negocio, que logren un impacto social y económico en las comunidades y contribuyan al desarrollo económico local.

Línea Base en Sostenibilidad 2012

% de empresas que en el 2012 destinaron recursos a inversión social y a donaciones a la comunidad



(12 de 15 empresas del sector de Textiles y Confecciones reportaron este indicador)

Fuente: Línea Base en Sostenibilidad 2012 – Sistema Moda

Textiles y Confecciones:

En promedio 0,14% de los ingresos operacionales – 97,63 millones por empresa (7 empresas reportaron este indicador)

Cuero, Calzado y Marroquinería:

En promedio 0,68% de los ingresos operacionales – 73,57 millones por empresa

Dos empresas del sector de Textiles y Confecciones y una empresa del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería cuentan con fundaciones que realizan acciones externas de apoyo social y ambiental.



COATS

Con Sentido Social

En Colombia, Coats Cadena Andina apoya activamente desde el 2009 una serie de cursos de capacitación en todo el país para desarrollar las habilidades propias del sector, los cuales se pueden beneficiar de los materiales que produce la empresa. En 2012, 8.000 personas fueron capacitadas en todo el país y 318 personas aprendieron un oficio. Algunas iniciativas permanentes son:

- La empresa trabaja con la Fundación Capullos de Pereira, una organización benéfica que apoya a los pacientes renales en espera de trasplantes de órganos y a sus familias. Esta fundación ofrece cursos de artesanía y Coats dona todo el material. Hasta el momento se han beneficiado 1.168 pacientes y sus familiares.
- Coats dona los materiales y ofrece capacitadores de tejido al Colegio Puerto Caldas cuyos alumnos tienen problemas cognitivos. Estas actividades manuales generan un impacto positivo en el desarrollo terapéutico y generan ingresos para los estudiantes que en muchos casos se encuentran en una difícil situación económica.



Coats Cadena Andina S.A. es una empresa creada en 2011, antes Coats Cadena S.A. (1992) e inicialmente Hilos Cadena (1958). La empresa produce y comercializa hilos para coser, bordar y tejer.

- CAPÍTULO -
trece

Mejora continua de la sostenibilidad

Hay evidencia que respalda el compromiso creciente de los empresarios con la gestión de la sostenibilidad social, ambiental y económica. En este sentido, hay muchos avances individuales y colaborativos que han permitido reducir costos, diferenciarse en el mercado y mejorar el impacto que se genera en los empleados, proveedores, la comunidad, los clientes, y en la sociedad colombiana en general. El siguiente paso es trabajar por integrar el compromiso y la mejora continua de la sostenibilidad a la estrategia empresarial de todas las empresas, con una visión que incluya a toda la cadena de producción y que vaya más allá de los requisitos legales.

Los avances son todavía muy dispares entre las empresas de la cadena productiva del Sistema Moda. Mientras algunas empresas responden a las últimas tendencias de la moda, del desarrollo tecnológico y de los lineamientos en sostenibilidad, otras luchan para formalizarse y cumplir con la legislación ambiental y laboral. Este será uno de los retos más importantes del sector.



Línea Base en Sostenibilidad 2012

REPORTE Y GESTIÓN INTEGRAL DE LA SOSTENIBILIDAD

La Línea Base en Sostenibilidad 2012 mostró que la mayoría de las empresas del sector no cuenta con políticas de sostenibilidad y RSE con estrategias, compromisos, planes de acción y seguimiento. Solo el 33% de las empresas del sector de Textiles y Confecciones y el 20% de las del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería cumplen con estos estándares. En ambos casos, solamente el 27% de las empresas han desarrollado una declaración explícita y pública de no contratación de mano de obra infantil.

Las grandes empresas del sector tienen informes con metodología GRI y balances sociales como una herramienta de transparencia y gestión en sostenibilidad. Sin embargo, según la Línea Base en Sostenibilidad 2012, la mayoría no cuenta con informes de sostenibilidad.

93% de las empresas del sector de Cuero, Calzado y Marroquinería y 67% del sector de Textiles y Confecciones no elabora ningún tipo de informe de sostenibilidad.

Según esta Línea Base, cuatro empresas del sector son signatarias del Pacto Global, muestra de su compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento de principios básicos de actuación en Derechos Humanos, laboral, anticorrupción y ambiental.

El impulso gremial y el trabajo colaborativo en la cadena productiva con entidades públicas y privadas de apoyo será de vital importancia para que el sector aproveche su potencial y se consolide como un competidor responsable para así generar una ventaja competitiva por diferenciación no solo debido a la calidad de los diseños y productos y la eficiencia en la producción, sino también por su compromiso con la generación de valor compartido.



Tabla de referencia Global Reporting Initiative (GRI)

En la siguiente tabla encontrará dos íconos que resumen rápidamente el sector que representan. Identifíquelos así:



Textiles y Confecciones



Cuero, Calzado y Marroquinería

- CAPÍTULO -
catorce

PERFIL	
Contenidos	Página y comentarios

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

<p>1.1 Declaración de la dirección</p> <p>.....</p> <p>1.2 Principales impactos, riesgos y oportunidades</p>	<p>Programa de Transformación Productiva (PTP) - <i>Pág. 5</i></p> <p>Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI - <i>Pág. 7</i></p> <p>.....</p> <p>Descripción de impactos, riesgos y oportunidades en la relación con los grupos de interés - <i>Pág. 25 y 26</i></p> <p>Descripción de asuntos de sostenibilidad - <i>Pág. 29 y 30</i></p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación a la competitividad y el desempeño económico - <i>Pág. 43, 56 y 57, 59 y 60</i></p>
--	--

	<p>Impactos, riesgos y oportunidades en las Relaciones con los consumidores – Pág. 65</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación a la Innovación, investigación y desarrollo – Pág. 73</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación a la gestión de los impactos ambientales – Pág. 81 y 82</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación al compromiso con el recurso humano – Pág. 111</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación a la gestión sostenible de la cadena – Pág. 121-123</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en las relaciones responsables con la comunidad e inversión social – Pág. 129</p> <p>Impactos, riesgos y oportunidades en relación a la mejora continua integral de la sostenibilidad – Pág. 135 y 136</p>
--	---

2. PERFIL

<p>2.1 Nombre</p> <hr/> <p>2.2 Principales productos y servicios</p>	<p>Introducción - Pág. 11</p> <hr/> <p>Productos y servicios:</p> <p> Pág. 17-19  Pág. 19</p>
--	---

<p>2.3 Estructura operativa</p> <hr/> <p>2.4 Localización</p> <hr/> <p>2.5 Países en los que opera</p> <hr/> <p>2.7 Mercados servidos</p> <hr/> <p>2.8 Dimensiones</p>	<p>Empresas que componen el sector:</p> <p> Pág. 18 y 19  Pág. 20</p> <hr/> <p>Empresas que componen el sector:</p> <p> Pág. 18 y 19  Pág. 20</p> <p>Presencia gremios:</p> <p>Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI – Pág. 36</p> <p>Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) – Pág. 38</p> <hr/> <p>Empresas que componen el sector:</p> <p> Pág. 18 y 19  Pág. 22</p> <hr/> <p>Productos y servicios:</p> <p> Pág. 17-19  Pág. 19</p> <p>Exportaciones:</p> <p> Pág. 48 y 49  Pág. 52 y 53</p> <hr/> <p>Empresas que componen el sector:</p> <p> Pág. 18 y 19  Pág. 20 y 21</p> <p>Ventas y producción</p> <p> Pág. 44 y 45  Pág. 45</p>
---	--

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA

3.1

Periodo de reporte

Introducción – *Pág. 11*

3.2

Fecha del informe anterior

Introducción – *Pág. 11*

3.4

Información de contacto para cuestiones relativas al informe

Punto de contacto – *Pág. 152*

3.5

Proceso de definición de contenidos

Construcción del informe – *Pág. 12 y 13*

3.6

Cobertura del informe

Introducción – *Pág. 11*

Realización del informe – *Pág. 12 y 13*

3.7

Limitaciones en la cobertura del informe

Realización del informe – *Pág. 12 y 13*

3.9

Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos

Realización del informe – *Pág. 12 y 13*

3.12

Tabla de contenidos básicos del informe

Tabla de referencia Global Reporting Initiative (GRI) – *Pág. 139*

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.1

Estructura de gobierno

Descripción de gremios que representan al sector:

Generales – *Pág. 22 y 23*

Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI – *Pág. 36 y 37*

Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) – *Pág. 38 y 39*

4.8

Declaraciones de misión, visión, valores y principios desarrollados, relevantes para el desempeño económico, ambiental y social.

Visión de futuro del sector – *Pág. 33*

Código de Ética Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI – *Pág. 37*

4.12

Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente e iniciativas que suscriba o aprueba

Enfoque del trabajo gremial:

Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI – *Pág. 36 y 37*

Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) – *Pág. 38-41*

Sector de Clase Mundial – Programa de Transformación Productiva – *Pág. 58*

Programas de los gremios:

Innovación para tus pies – *Pág. 78*

Gestión ambiental de las curtiembres – *Pág. 93*

Proyecto Bandera del sector – *Pág. 119*

Piloto Algodón orgánico nacional – *Pág. 123*

Plan Padrino Empresarial – *Pág. 126*

4.13
Principales asociaciones a las que pertenece

Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones – ANDI – *Pág. 37*

Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) – *Pág. 40*

4.14
Grupos de interés

Pág. 25 y 26

4.15
Base para la identificación y selección de grupos de interés

Pág. 25

4.16
Diálogo con grupos de interés

Pág. 26

4.17
Asuntos de sostenibilidad en la relación con los grupos de interés

Pág. 29 y 30

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

Indicador GRI	Página y comentarios
Información sobre el enfoque de gestión	<i>Pág. 43 y 63</i>

ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1

Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos

Ventas y producción

 *Pág. 44 y 45*  *Pág. 45*

Monto invertido en inversión social y donaciones a la comunidad – *Pág. 131*

ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO

EC5

Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local, por género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas

Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local - *Pág. 113*

EC6

Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas

Proporción de compras nacionales e internacionales – *Pág. 122*

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

Indicador GRI	Página y comentarios
---------------	----------------------

Información sobre el enfoque de gestión	Pág. 81 y 82
---	--------------

ASPECTO: ENERGÍA

EN3 Consumo directo de energía por fuentes	Consumo de energía eléctrica – Pág. 98
--	--

ASPECTO: AGUA

EN8 Captación total de agua por fuentes	Consumo de agua – Pág. 94
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada o reutilizada	Proporción de compras nacionales e internacionales – Pág. 94

ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS

EN18 Iniciativas para la reducción de gases efecto invernadero y reducciones alcanzadas	Consumo de agua – Pág. 97
EN21 Vertimiento total de aguas residuales según su naturaleza y destino	Generación de agua residual – Pág. 96

EN22

Peso total de residuos gestionados según tipo y método de tratamiento

% de residuos recuperados o valorizados – Pág. 99

Generación de residuos (reciclables, ordinarios y peligrosos) – Pág. 99

ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS

EN26

Iniciativas para mitigar los impactos medio ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto

Iniciativas relacionadas con el diseño de los productos para la disminución de los impactos ambientales – Pág. 84

ASPECTO: GENERAL

EN30

Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales

Inversiones en protección y mejora del medio ambiente – Pág. 83

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

Indicador GRI	Página y comentarios
---------------	----------------------

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

Información sobre el enfoque de gestión	Pág. 111
---	----------

ASPECTO: EMPLEO

LA1

Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región, desglosado por género.

Cantidad de empleo generado:



Pág. 44



Pág. 45

Empleo por tipo de contratación – *Pág. 112*

Empleo por género y tipo de contratación – *Pág. 112*

LA2

Número total de empleados, nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.

Índice de rotación - *Pág. 114*

LA3

Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicación de operaciones significativas.

Destinación de recursos a beneficios de bienestar extralegales – *Pág. 117*

ASPECTO: RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES

LA4

Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.

Pág. 114

ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA7

Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, desglosadas por región y género

Tasa de Accidentalidad y Tasa de Enfermedad Profesional – *Pág. 115*

ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

LA10

Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y categoría de empleo.

Horas de formación – *Pág. 118*

DERECHOS HUMANOS

Indicador GRI

Página y comentarios

ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL

HR6

Actividades y proveedores significativos que representan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su abolición efectiva.

Existencia de cláusulas de prohibición de trabajo infantil con proveedores – *Pág. 125*

ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS

HR7

Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de originar episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para su eliminación

Existencia de cláusulas de prohibición de trabajo forzado con proveedores – *Pág. 125*

SOCIEDAD

Indicador GRI

Página y comentarios

ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES

SO9

Operaciones con impactos negativos potenciales o actuales en comunidades locales

Impactos con comunidad circundante – *Pág. 129*

RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO

Indicador GRI

Página y comentarios

ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

PR2

Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.

Pág. 69

PR3

Tipo de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.

Pág. 69 y 70



PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A ESTE INFORME:

Lorena Salgado Pinzón

Asistente Económica
Cámara de la Cadena Algodón, Fibras,
Textil y Confecciones
Asociación Nacional de Empresarios de
Colombia - ANDI

Teléfonos: (571) 3267650 / 326 8500
Ext. 2232
Correo: lsalgado@andi.com.co

Karen Andrea Herrera

Coordinadora Programa de
Transformación Productiva ACICAM
Asociación Colombiana de Industriales
del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas
(ACICAM)

Teléfono: (571) 2816400 Ext. 131
Correo: karen.herrera@acicam.org

Juliana Del Castillo Plata

Ejecutiva Infraestructura y Sostenibilidad
Programa de Transformación Productiva

Teléfono: (571) 749 1000 Ext. 1027
Correo: juliana.delcastillo@ptp.com.co

**Consultoría e investigación**

Enlaza Responsabilidades Ltda.
con la consultoría de apoyo de Jimena Samper Muñoz

**Coordinación del proyecto**

Programa de Transformación Productiva (PTP)

**Revisión, información y apoyo**

Cámara de la Cadena Algodón, Fibras, Textil y Confecciones - ANDI
Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas
(ACICAM)

**Diseño y Diagramación**

Mirona estudio de diseño (mirona.com.co)

Corrección de estilo

Maria Angélica Ríos y Norman Mora



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



Programa de
Transformación
Productiva
Sectores de clase mundial



ANDI
*Cámara Sectorial de Algodón
- Fibras - Textil - Confecciones*



ACICAM
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES
DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS