



FUNDACIÓN
ENTRE SOLES Y LUNAS
patrimonio en movimiento

UNIVERSO MOLA

Reconociendo la moda en Colombia:

Memorias de
MOLA FASHION TALKS
Colombia



Prólogo

Por **Valentina Suárez,**
Directora de Universo MOLA

Colombia, un país que se ha destacado en la historia latinoamericana por su industria de moda y confección, ¿está preparado para ser líder en sostenibilidad? Nos preguntamos, junto a un grupo interdisciplinario de nacionales y pertenecientes al sector, si la nación está o no preparada en términos de políticas públicas y prácticas comunicacionales para la actualidad que nos presiona hacia un cambio certero en hábitos.

Nos escuchamos. Opinamos. Contamos desde nuestras experiencias propias como agentes de cambio, diseñadores, asociaciones, comunidades, organizaciones y académicos, todo lo que vemos hoy que está sucediendo en Colombia, desde nuestras perspectivas.

Un espacio rico en co-creación, aprendizaje y gestión de cambio. Concluimos que estamos construyendo un país. Un grupo de mujeres que quiere ver una Colombia más colaborativa, más humana, más unida, llegó a la conclusión que aún nos falta, pero que entre todas podemos presionar para que suceda.

El rol del Estado, el rol de cada actor de la industria, el rol de cada ciudadano colombiano, será clave y esencial para que podamos proteger lo nuestro, abrazar nuestras raíces y entender que este planeta es prestado.

Introducción	6	Problemáticas sobre la Comunicación	20
Participantes + preguntas aterrizadoras	7	Soluciones para la Comunicación	24
Problemáticas sobre las Políticas Públicas	12	Conclusiones	28
Soluciones para las Políticas Públicas	16	Créditos	32

Índice

Introducción

En la continua preparación para Universo MOLA Fashion Week 2024, luego de una jornada de capacitaciones en MFD, Universo MOLA programa de la Fundación Entre Soles y Lunas, realizó el pasado miércoles 16 de agosto de 2023 MOLA Fashion Talks Colombia en Bogotá.



La Escuela Arturo Tejada Cano, abrió sus puertas a diferentes actores de la industria textil para generar una jornada de taller buscando el intercambio y debate para reconocer las problemáticas y posibles soluciones de la industria de la moda y la sostenibilidad en Colombia.

La agenda del evento se dividió en dos partes. En primera instancia se llevó a cabo un taller de co-creación junto a Pacto Global Colombia, en donde los diferentes actores de la moda colombiana fueron divididos en dos grupos para discutir sobre dos temáticas como eje: las políticas públicas y la comunicación.



Participantes + preguntas aterrizadoras



Políticas Públicas

¿Qué tan avanzado está el país en políticas públicas para el sistema moda?

¿En qué áreas del sistema moda faltan regulaciones? ¿Producción? ¿Diseño? ¿Inclusión? ¿Ambiente?

¿Se está tomando en cuenta el sistema moda en Colombia?

¿Necesitamos personas dentro del Estado que le pongan más atención al sistema moda para lograr una sostenibilidad más real?

¿La sostenibilidad debería estar más regulada? ¿Cómo? ¿Qué es lo más importante?

¿Las políticas públicas pueden amparar a la economía local y los emprendedores de moda sostenible?

Comunicación

¿Qué está comunicando hoy la moda en Colombia?

¿Cómo hacemos que la moda en Colombia sea más transparente en su comunicación?

¿Qué áreas de la comunicación debemos tener en cuenta para ser más sostenibles y transparentes?

¿Cómo la comunicación puede aportar a una fidelización de clientes en Colombia?

¿El sistema moda está educado para comunicar correctamente la sostenibilidad en la moda colombiana?

¿La comunicación sí está conectando y educando al consumidor con respecto a la sostenibilidad empresarial de moda?



Grupos



1

Miriam Cardona - Pacto Global Colombia

Paula Delgadillo - Tu Ropero

Reguina Parra - Museo del Traje

Priscila Chuquizan - Tejedoras del Sol

Maria Clemencia Urazan



2

Doris Helena Rojas - Fundación Entre Soles y Lunas

Ledys Maestre - Lady's Confecciones

Andrea Saieh - Andrea Saieh

Leslie Valoyes - Asociación Arte y Joyas

Laura Añez - Laura Añez Textiles



Problemáticas sobre las Políticas Públicas

Como resultado se observaron las siguientes problemáticas de acuerdo a lo económico, ambiental y social, respecto a las políticas públicas.

Económico

- Se consumen textiles procedentes de China y otros países por su menor costo, resultando en una disminución en las exportaciones e importaciones de prendas nacionales debido a la falta de valor agregado para Colombia.
- Las entidades gubernamentales asignan los fondos destinados al apoyo empresarial a consultores y asesores, dejando a las propias empresas con un apoyo insuficiente.
- Se observa una carencia de respaldo para las microempresas en sus esfuerzos de exportación.

Ambiental

- Un elemento crítico es la utilización del agua en los procesos de fabricación textil y confección, dado su extenso consumo. Aunque se imponen impuestos basados en la producción, el consumo de agua no recibe la misma consideración.
- Si bien existe una conciencia general sobre la separación y reciclaje de residuos, la reutilización y reciclaje de textiles aún es un área que no está lo suficientemente concientizada. Aunque muchas personas podrían estar al tanto, la falta de un sistema puede ser un obstáculo. Se necesita un sistema que garantice la donación, reutilización y otros destinos sostenibles para los textiles desechados tanto de personas como fábricas y proveedores.

Social

- La conexión entre la moda y las políticas públicas se garantiza en la línea cultural y patrimonial sin abordar específicamente la moda en sí misma, sino centrándose en la producción textil. Por ejemplo, para crear prendas que fusionan elementos contemporáneos y tradicionales, es necesario gestionar un proyecto a través del sector cultural.
- El proceso para las artesanías en Colombia muchas veces se ve trabado, limitando las oportunidades para los pequeños emprendimientos o empresas en comparación con otros campos. Los requisitos de registro y clasificación excluyen a muchos artesanos de participar en ferias y otros eventos, resultando en limitaciones más que en apoyo.
- Se cuestiona la falta de respaldo a ideas nacionales y esencias de la identidad colombiana. ¿Dónde está la salvaguardia de lo nuestro?
- En relación al patrimonio material, el sistema en Colombia no funciona de manera efectiva. Existe un desconocimiento de cómo reconocer un patrimonio lo que lleva a la necesidad de luchar para lograr resultados.





Soluciones para las Políticas Públicas

Con el fin de solucionar dichas cuestiones se llegaron a discutir varias opciones en las diferentes áreas.

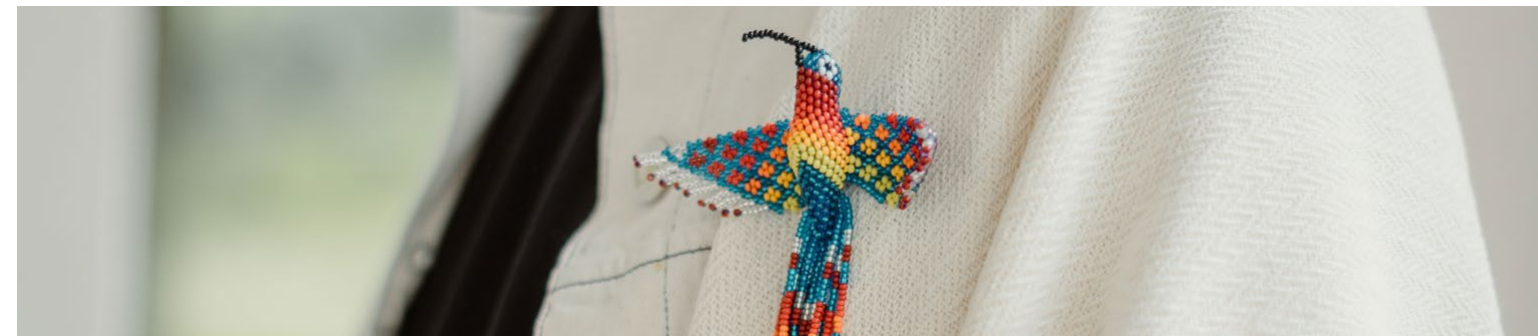
Económico

- Se propone aplicar aranceles o impuestos a las telas importadas, incentivando así el uso de textiles de producción nacional y fomentando su consumo.
- Regulación de importaciones y la industria textil. Valor agregado a través de toda la cadena, más allá de la importación. Garantizar a todos los eslabones de la cadena de producción.
- Implementación de un contexto que promueva el crecimiento de emprendimientos. Por ejemplo: inversión económica por parte de los bancos para crear y aprender. Invertir en algo que sea potencialmente rentable y capitalizable.
- Establecer un comercio equitativo para los productores, libre de impuestos para las fibras naturales y las no perjudiciales para el medio ambiente. Definir un valor justo en toda la cadena y asegurar este proceso a través de las diferentes instituciones gubernamentales.
- Generar ingresos públicos mediante proyectos en colaboración con empresarios asistiendo, por ejemplo, a los emprendedores en los procesos de exportación demostrando un apoyo hacia las microempresas.



Ambiental

- Crear normativas que exijan una trazabilidad para cada prenda, implementando etiquetas sostenibles respaldadas y certificadas por el Ministerio de Ambiente.
- Establecer cooperativas y alianzas estratégicas con el objetivo de impulsar iniciativas legislativas de manera conjunta. Asociarse en un marco legal sólido.
- Garantizar el uso del territorio. A pesar de las posibles innovaciones y modernizaciones, las prácticas ancestrales perduran generando fibras naturales en los territorios. Este enfoque permite la preservación del uso sostenible de ellos.
- Establecer un sistema que te garantice que tu textil va ser donado, reciclado o reutilizado mediante un proceso de recolección diferente. Por ejemplo: los textiles desechados de fábricas, casas de costura o incluso de ciudadanos serán recolectados en bolsas de colores para textiles que se diferencien de los desechos de la basura común, especialmente en áreas con una gran cantidad de textiles descartados. Es fundamental llevar hacia el gobierno el interés de la industria textil ya que la ropa es algo que todos utilizamos 24/7.



Social

- Realizar planes de desarrollo por medio de las instituciones gubernamentales relacionadas con la moda.
- Alinear los sistemas gubernamentales en todos sus niveles para garantizar la sostenibilidad en los diversos sistemas de moda, abarcando no solo lo local, sino también lo departamental, municipal, nacional e internacional.
- Integrar los diferentes ministerios tanto de Industria y Comercio, Turismo, Educación y Medio Ambiente. Una vez que se establezca esta unión, se busca formular políticas específicas que preserven las prácticas, técnicas y los conocimientos de la identidad colombiana.



Problemáticas sobre la Comunicación

Como resultado del debate sobre la comunicación en Colombia se observaron las siguientes cuestiones.



Estética fantasiosa

Según las ventas de Colombiamoda, el denim "levantacolas" fue el producto con mayor demanda para países como Perú y Ecuador.

Fast Fashion internacional

La tendencia del Fast Fashion y las modas extranjeras han llevado a la adopción de estilos que no son necesariamente locales. Hay un consumo muy grande de moda internacional.

Tendencias con poca ropa

Actualmente, la moda que comunica con mayor fuerza es aquella que se muestra de manera más desnuda. En las redes sociales, es común ver a los *influencers* promocionando prendas casi al desnudo porque es cuando atraen más atención. Esta tendencia es también la que registra mayores ventas.

Consumo inconsciente

Predomina el consumo instantáneo. Las personas compran de manera impulsiva, basándose en la marca o en el hecho de que alguien más lo haya usado. Son muy pocos los consumidores que tienen conocimiento sobre la trazabilidad de la producción.

Falta de conocimiento

Empresas y marcas que dicen ser sostenibles, a la hora de comunicar sobre sus productos, describen la composición de las prendas de manera deficiente. No son concretos y carecen de conocimiento en la información que intentan dar.



Apropiación cultural

Muchas marcas y emprendimientos al intentar vender un producto hacen una apropiación cultural indebida, desdibujando conceptos.

Idioma

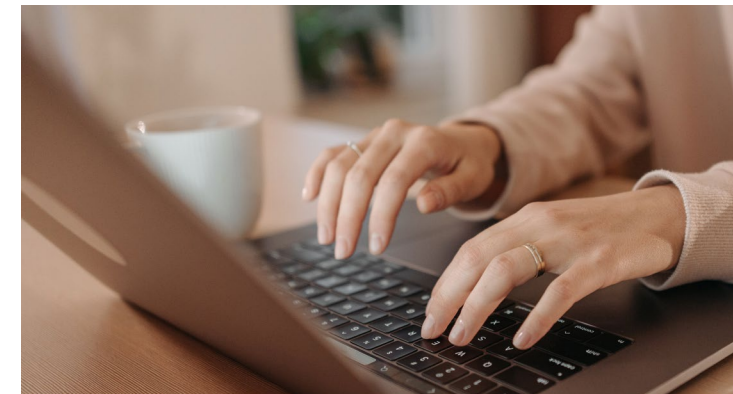
Varias empresas utilizan etiquetas en inglés para productos nacionales. Un hecho que carece de coherencia si se está hablando de un producto nacional.





Soluciones para la Comunicación

Para mejorar dichas temáticas, se evaluaron las posibles soluciones para la fidelización de clientes.



Accesibilidad en términos PQR del consumidor

En varias ocasiones las empresas pequeñas no tienen establecido el sistema de quejas o reclamos. Entonces, se debería focalizar la atención no tanto en el proceso de venta sino en la post venta.



Leyes de trazabilidad

Al igual que los comestibles llevan etiquetas certificadas por el Ministerio de Salud, establecer sellos en los textiles certificando composición, origen, contaminación, etc.



Personificar empresas y emprendimientos

Demostrar que detrás de un proyecto hay una o varias personas. Ponerle rostro a las piezas genera un sentimiento de pertenencia y transparencia. Comunicar desde las emociones para que los consumidores sientan empatía y hablen de manera positiva sobre la marca.



Explotar el Universo Mola Hub

Darle más visibilidad a los proyectos de esta red. Realizar entrevistas que cuenten los procesos e historias de dichas marcas. De esta manera, se busca humanizar a los emprendimientos.



Mejorar la educación

Hacer énfasis en la educación escolar. Que a los niños se les enseñe la importancia crucial de la sostenibilidad, sus principios y prácticas en diversos ámbitos, promoviendo una responsabilidad con el medio ambiente desde pequeños.

En segunda instancia, se realizó el panel de diseñadores, donde los invitados tuvieron un intercambio de opiniones sobre las diferentes problemáticas abordadas, identificando posibles soluciones. Los speakers en esta oportunidad fueron: Lina Bermeo, diseñadora TARPUI y cátedra de moda sostenible en Escuela Aturo tejada. Laura Añez, directora, diseñadora y artesana de Laura Añez Textiles. Paula Forero, directora en Velasco de Gayo y Ricardo Castro, diseñador y director creativo en Ricardo Castro.



Conclusiones



En conclusión, las problemáticas en relación a las políticas públicas y la comunicación en el ámbito de la moda colombiana, se reconocen como desafíos significativos en los aspectos económicos, ambientales y sociales.



En cuanto a lo económico, se identifica una influencia negativa de las importaciones de textiles de bajo costo disminuyendo las exportaciones de industria nacional, evidenciando la falta de valor agregado para Colombia. Además, no son eficaces las asignaciones de fondos gubernamentales para apoyar a las empresas pequeñas.

Desde una perspectiva ambiental, el consumo de agua en la industria textil es un aspecto crítico, donde la falta de regulación de su uso contrasta con los impuestos basados en la producción. La conciencia de reutilización y reciclaje de prendas es aún limitada. Urge la necesidad

de un sistema que garantice el destino sostenible de los textiles desechados.

En el ámbito social, la falta de respaldo a la identidad cultural y las barreras para los emprendimientos resaltan la necesidad de políticas más inclusivas y coherentes.

Para resolver estas cuestiones, surgen soluciones como aplicar aranceles a importaciones, impulsar la educación e inversión en emprendimientos, implementar normativas de trazabilidad en textiles y fortalecer la cooperación entre los ministerios gubernamentales, entre otros.



La comunicación en general se enfrenta a estéticas fantasiosas, la adopción del Fast Fashion, la tendencia a la exhibición de prendas casi al desnudo en redes sociales y el consumo inconsciente. Asimismo, existe una apropiación cultural indebida, falta de conocimiento sobre productos y el uso de etiquetas inapropiadas.

Las soluciones para estas problemáticas incluyen mejorar la accesibilidad de quejas y reclamos de los consumidores, implementar leyes de trazabilidad en textiles, personificar a las empresas y emprendimientos para fomentar una empatía y sensibilidad. Utilizar la red Mola Hub para contar las historias y procesos de las marcas pertenecientes y mejorar la educación escolar haciendo hincapié en la sostenibilidad en todos los ámbitos.

“Fue un espacio donde compartimos historias de diferentes personas, cada una con su visión de la moda sostenible. Es muy enriquecedor escuchar diferentes puntos y unirlos para hablar sobre lo que hacemos, avivando el porqué de la cuestión. Realmente instancias como esta lo animan a uno a seguir creando y fomentando estos encuentros para que la comunicación y el mensaje de la moda sostenible se expanda”, expresa Laura Añez, diseñadora de Laura Añez Textiles.



Créditos

Organización:
Fundación Entre Soles y Lunas - Universo MOLA
Pacto Global Colombia

Apoyos:
Escuela Arturo Tejada Cano

Edición:
Valentina Suárez

Escrito por:
Natalie Cederbaum

Diagramación y diseño:
Marla Mejía



UNIVERSO MOLA

info@universomola.com
www.universomola.com
[@universomola](https://www.instagram.com/universomola)



FUNDACIÓN
ENTRE SOLES Y LUNAS
patrimonio en movimiento

UNIVERSO MOLA

Reconociendo la moda en Colombia:

Memorias de
MOLA FASHION TALKS
Colombia