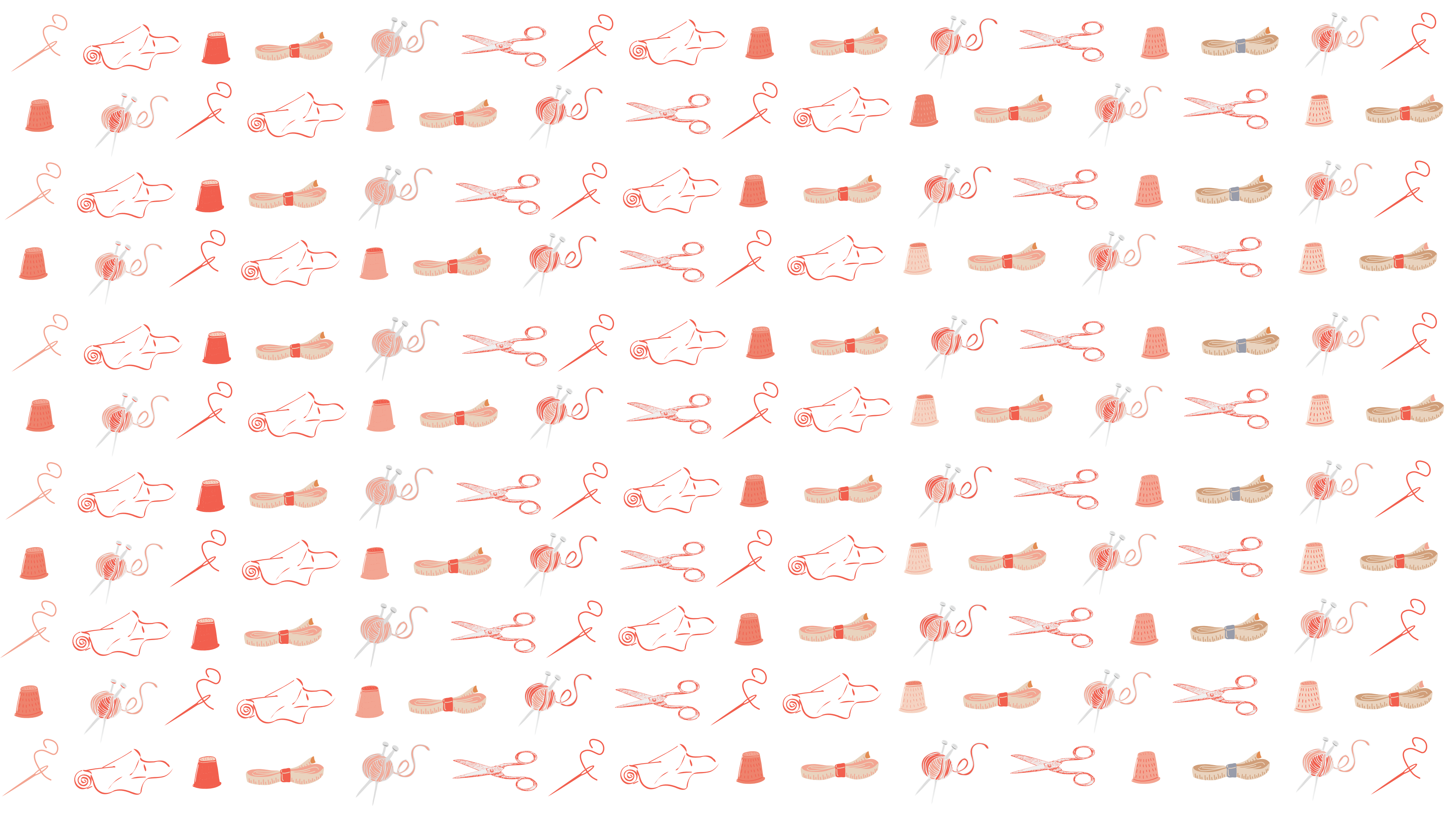


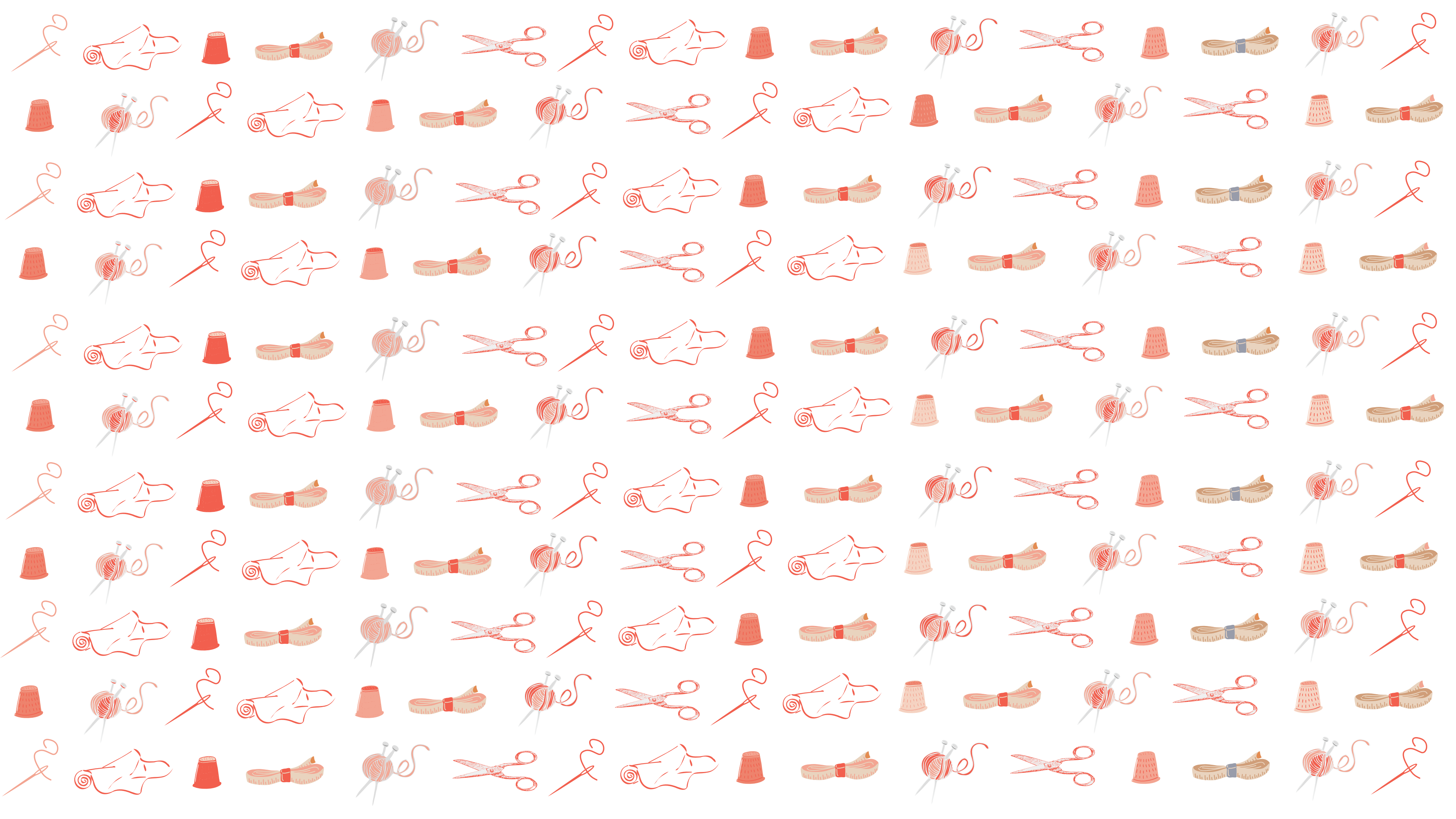
TEJIENDO.  
OPORTUNIDADES.  
VIRTUOSAS.

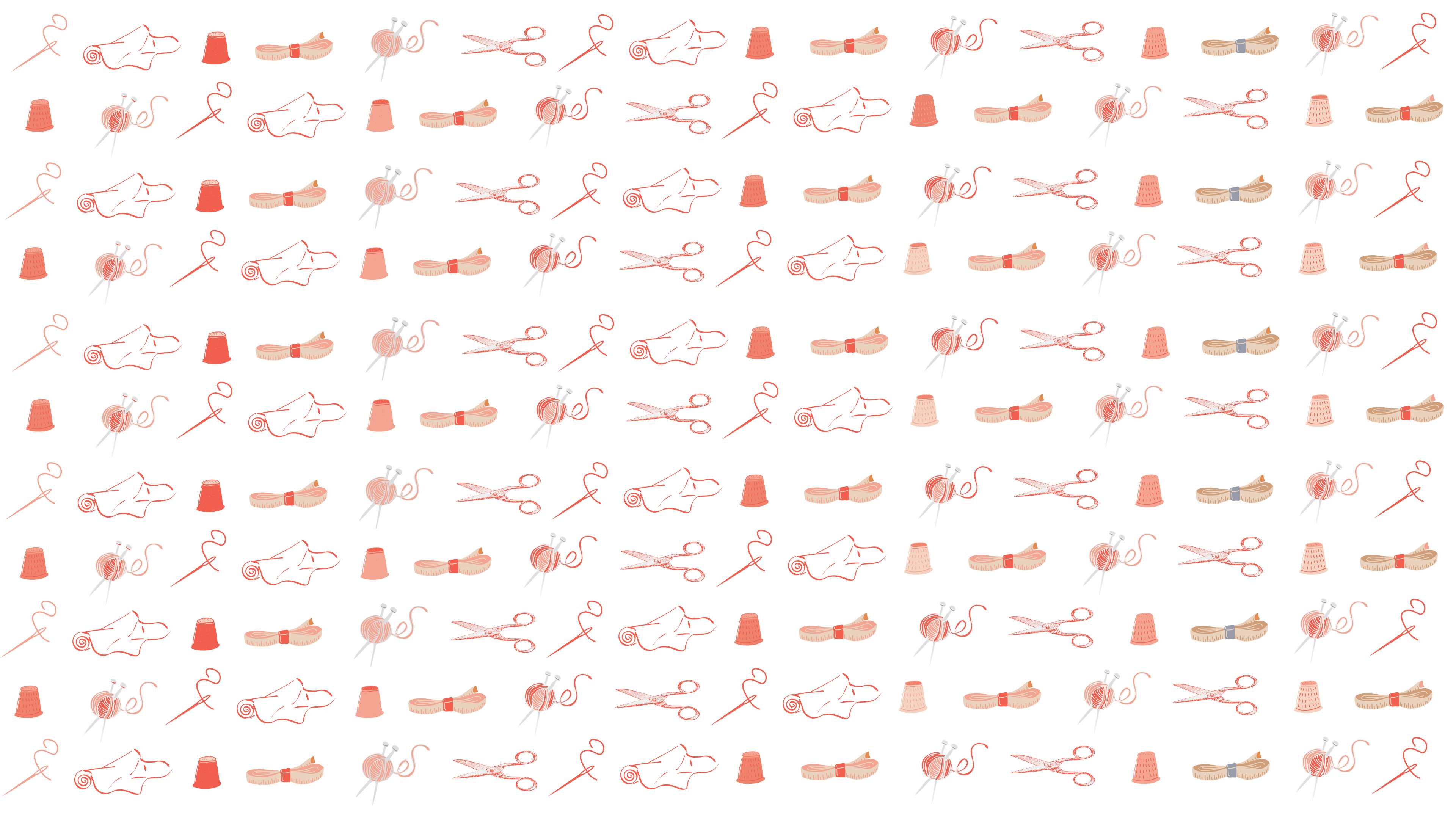
METODOLOGIA



















# TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS

Proveeduría con propósito.

INCLUSIVA – SOSTENIBLE – CIRCULAR.

Sector textil y confecciones.



## **La Cortesana**

Carolina Gaitán Montoya  
**Directora**

Diana Marcela Benavides  
**Asistencia General**

## **Fundación ANDI**

Catalina Martínez  
**Directora Ejecutiva Fundación ANDI**

Liseth Beltrán  
**Subdirectora**

Mariana Maldonado  
**Líder de Competitividad Inclusiva**

Ricardo Bettin  
**Gerente Compras Inclusivas**

Diana Pulido  
**Consultor Junior**

# TABLA DE CONTENIDO

|                                          |        |
|------------------------------------------|--------|
| INTRODUCCIÓN                             | Pág 7  |
| TESTIMONIOS                              | Pág 9  |
| Marcela Arango Bernal                    | Pág 10 |
| Crepes & Waffles S. A.                   |        |
| Beatriz de los Rios                      | Pág 11 |
| Fashion Park y Mom's Closet              |        |
| Carlos Mauricio Hernández                | Pág 14 |
| Línea Directa S. A. S.                   |        |
| Maria Del Mar Jaramillo                  | Pág 15 |
| Fundación soy oportunidad                |        |
| EN TENDENCIA                             |        |
| LA INDUSTRIA TEXTIL Y CONFECCIONES       | Pág 18 |
| DATOS RELEVANTES DE LA INDUSTRIA         |        |
| TEXTIL COLOMBIANA                        | Pág 19 |
| LA INDUSTRIA TEXTIL ALINEADA CON LOS ODS | Pág 21 |



# TABLA DE CONTENIDO

|                                                                 |        |
|-----------------------------------------------------------------|--------|
| EN SINTONÍA CON LAS TENDENCIA GLOBALES<br>EXPLORAR LA INDUSTRIA | Pág 22 |
| IMPACTO                                                         | Pág 31 |
| OTROS BENEFICIOS                                                | Pág 34 |
| EL ROL DE LA FUNDACIÓN ANDI                                     | Pág 37 |
| 0.1 MARCO CONCEPTUAL                                            | Pág 40 |
| 1.2 Modelo conceptual Tejiendo Oportunidades<br>Virtuosas.      | Pág 41 |
| 1.3 Definición de la metodología.                               | Pág 43 |
| 1.4 Objetivos deTejiendo Oportunidades<br>Virtuosas.            | Pág 44 |
| Objetivo principal.                                             | Pág 44 |
| Objetivos específicos.                                          | Pág 45 |
| Resultados esperados.                                           | Pág 46 |
| 1.5 Principios de la metodología.                               | Pág 47 |

# TABLA DE CONTENIDO

|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| 0.2 ACTORES EN TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS          | Pág 49     |
| 2.1 Creador Textil.                                      | Pág 52     |
| 2.2 Fundación ANDI.                                      | Pág 55     |
| 2.3 Dador de Oportunidades.                              | Pág 58     |
| <br>PASO A PASO                                          | <br>Pág 61 |
| <br>TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS                     | <br>Pág 63 |
| <br>ACTIVIDADES DE ENCADENAMIENTO Y SUS ACTORES          | <br>Pág 64 |
| Fundación ANDI.                                          |            |
| Creador textil.                                          |            |
| Dador de oportunidades.                                  |            |
| <br>HERRAMIENTAS DE CAPACITACIÓN PARA CREADORES TEXTILES | <br>Pág 76 |

# TABLA DE CONTENIDO

|                                  |        |
|----------------------------------|--------|
| Áreas de Capacitación            | Pág 77 |
| Identidad                        | Pág 78 |
| Procesos                         | Pág 79 |
| Costos                           | Pág 80 |
| Ventas                           | Pág 81 |
| Persona                          | Pág 82 |
|                                  |        |
| SUGERENCIAS GENERALES            |        |
| TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS | Pág 83 |
| Fundación ANDI                   | Pág 84 |
| Dador de Oportunidad             | Pág 85 |
| Creador Textil                   | Pág 86 |
|                                  |        |
| CONCLUSIONES                     | Pág 87 |
|                                  |        |
| AGRADECIMIENTOS                  | Pág 89 |
|                                  |        |
| BIBLIOGRAFÍA                     | Pág 91 |



# INTRODUCCIÓN

## Tejiendo Oportunidades Virtuosas

Es motivo de alegría poder compartir con ustedes o cualquier persona que lea este material, los diferentes hallazgos y herramientas encontradas durante el diseño de esta metodología en función del progreso económico del sector textil. Es posible que este sea el primer material escrito, dedicado al desarrollo de un paso a paso que tiene como principal objetivo encadenar de forma exitosa talleres de confección de población vulnerable con empresas, brindando soluciones a requerimientos de artículos textiles y despertando el interés de aportar por medio de estas acciones, en la resolución de un problema socioeconómico de una población clave para la sostenibilidad y avance de Colombia.

Esta metodología permite validar una premisa: la industria textil es un puente de desarrollo de economías sostenibles y posibilita la dignificación a nivel social.



**CAROLINA GAITÁN MONTOYA**  
DIRECTORA CONSULTORÍA

Al desarrollar esta metodología hemos encontrado un genuino interés de marcas, empresas y diferentes organizaciones que trabajan para ofrecer posibilidades de progreso a grupos vulnerables, eliminando los prejuicios sobre esta población y ampliando la visión de sus capacidades .

Entendemos que los procesos en la adquisición de productos textiles tiene ya complejidades; que el sector de la confección es informal (a pesar de estar establecido en el país hace cientos de años y ser uno de los sectores más fuertes). En este sentido, la idea de adelantar este tipo de encadenamiento parece arriesgada.

No obstante, una de las conclusiones de esta metodología "Tejiendo Oportunidades Virtuosas", plantea que el encadenamiento textil puede ser uno de los motores más importantes y ágiles del país; por ello la dinamización y conexión de diferentes iniciativas, trabajos o innovaciones en el sector es la clave para multiplicar las posibilidades de crecimiento socioeconómico.

Carolina Gaitán Montoya  
Directora Consultoría



TESTIMONIOS



La proveeduría o contratación que incluyen, es aquella que reconoce que el bienestar sostenible solo es posible en un ambiente colaborativo, compasivo y que resalta el valor de otros. Dicho de otra manera, en el centro de la inclusión veo un reconocimiento: "mi bienestar no será completo y duradero si no está estrechamente vinculado con el bienestar de otros".

En las comunidades afro es frecuente el uso del concepto 'Ubuntu' que traduce más o menos: "yo soy porque nosotros somos", y siento que ese concepto reúne la esencia de las iniciativas de inclusión. Cualquier crisis, incluyendo la pandemia global que enfrentamos, nos recuerda cuán interdependientes e interconectados estamos.

Desde mi perspectiva, las empresas que se adaptan, fortalecen y son pertinentes en los contextos inciertos que enfrentamos, son aquellas que logran dar el salto mental y, hasta espiritual, hacia el reconocimiento de la conexión, de la interdependencia, del Ubuntu.



**MARCELA ARANGO BERNAL**

**JEFE DE SOSTENIBILIDAD  
CREPES Y WAFFLES S.A.**



Empecé desde muy joven a trabajar moda en retail, manejando compras de grandes marcas en las que todos querían estar; esto me hacía sentir orgullosa y, algunas veces, altiva. Tuve a mi lado jefes y personas maravillosas que me educaron y un día, uno de esos jefes me llamo a su oficina y me dijo algunas palabras que nunca olvidaré y que, hoy creo, marcaron mi destino:

"El día que estés del otro lado, como proveedora, te convertirás en una mejor persona" tenía toda la razón, con 25 años de edad no dimensionaba el poder y la capacidad que había en mis manos para construir país, para enseñar a hacerlo mejor, para dar oportunidades a los confeccionistas y mostrar el producto que yo quería y que sabía podíamos vender.

Comprar en Oriente, sin duda, es más fácil porque existen condiciones, hace muchos años, para que así sea. Se compra con planeación (al menos con 6 meses de antelación); hay unos mínimos requeridos (se hacen compras frecuentes y muy grandes); no son las mismas condiciones con las que se nos mide en Colombia.



**BEATRIZ DE LOS RÍOS**

SOCIA Y FUNDADORA  
DE FASHION PARK Y  
@MOMSCLOSETCOLOMBIA

Entonces la pregunta es ¿por qué trabajar con sectores o poblaciones vulnerables?

En realidad, el sector de la confección en Colombia es vulnerable; el 90% mujeres que lo conforman son madres cabezas de familia, 6.000 empresas de confección desaparecieron en el 2020, nuestro sector cayó un 23% y representamos el 8% del PIB.

Cuando compramos nacional hacemos país, tenemos la oportunidad inmensa de reactivar un sector, de moldearlo como lo queremos. No es fácil y debe ser un trabajo de paciencia y educación cuyos frutos son maravillosos. Ver crecer los talleres pequeños con los que inicié, me llena de satisfacción.

No es un camino fácil, se necesita paciencia y esfuerzo, pero si se planea y educa, se puede y se logra. Mis talleres les dirán que soy muy fuerte y ¡lo soy!, porque quiero que compitan sin miedos y hagan productos que ni ellos mismos creían que podrían hacer. Sé que las mujeres que estamos en el sector de la confección somos fuertes, luchadoras y podemos convertir un retazo de tela, en un hogar digno para nuestras familias.

Estoy segura de que si juntos generamos oportunidades veremos pronto los frutos.

Desde Línea Directa entendemos que la persona que trabaja realizando productos textiles, trabaja con las manos y con atención continuada; esos dos aspectos son fundamentales para pasar de un oficio a un arte, pues los oficios por lo regular son trabajos rutinarios y monótonos, mientras que el arte (así se lleve a prendas en serie) permite decir que cada prenda es única, por la manera como se realiza.

Hoy, no hay una sola máquina de confección en el mundo que haga una prenda de vestir por sí misma, requiere de alguien que la maneje; esto no quiere decir que dicha persona se convierta en una operaria para la confección sino en una “creadora de moda”, pues para la elaboración de prendas se requiere atención constante en el diseño, la creación, evaluación y la finalización. Entendiendo estos dos conceptos, podríamos llamarlo “el arte de la confección” que es ejecutado por “creadores de moda”.

La anterior reflexión nos muestra con claridad que las condiciones laborales deben favorecer a las personas que trabajan en la industria, tener con facilidad un trabajo digno y contratos en los que se cumpla con lo establecido en el Código Sustantivo de Trabajo de Colombia. Debe ser respetado el horario de trabajo; nosotros promulgamos que nuestras plantas de confección mantengan un horario de 6:00 de la mañana a 2:00 de la tarde, con el fin de brindar tiempo libre y sí son cabezas de familia o población vulnerable, puedan compartir con sus hijos y familiares; además buscamos que puedan estudiar o realizar otras actividades de descanso y esparcimiento.

Consideramos otros factores importantes para mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan en nuestros talleres como: la cercanía de debe haber entre sus viviendas y lugares de trabajo, evitando que sea en ciudades principales que implique acceder a transporte y tener largos desplazamientos.

El entorno de trabajo debe brindar bienestar a partir de instalaciones en óptimas condiciones como: baños, cocinas, comedores y generar ambientes acogedores por medio de música y momentos de descanso.

Por lo tanto, siento que los valores de la industria se deben recuperar en Colombia, pues representan una gran oportunidad no sólo para un sustento económico, sino para el desarrollo de las personas que trabajan en un arte tan bonito como es la confección; un trabajo que, considero, nunca se va acabar.



**CARLOS MAURICIO HERNÁNDEZ**

DIRECTOR DE SUSTENTABILIDAD  
LÍNEA DIRECTA S. A. S.



## **Trabajar a distancia con madres cabeza de hogar como método infalible de inclusión social en el sector textil.**

Soy abogada, tengo 29 años y hace 11 años quedé embarazada. La historia corta es que, desde mi posición de privilegio, pude continuar mis proyectos con mucho esfuerzo y gran motivación. Sin embargo, esta situación que viví a los 17 años me permitió reconocer la realidad de tantas mujeres en el país que, una vez se enteran de su embarazo, sienten como si la vida les quitara cualquier posibilidad para salir adelante.

Así que empecé a preguntarme ¿Qué es lo que pasa? ¿Dónde surge realmente el problema? ¿Por qué no logran planear su futuro en los mismos 9 meses de gestación de sus hijos?.

Con el tiempo he entendido que no podemos ser ajenos a su realidad. Y es aquí donde empezamos a hablar realmente de equidad.



**MARÍA DEL MAR JARAMILLO**

**DIRECTORA EJECUTIVA-  
FUNDACIÓN SOY OPORTUNIDAD**

Conocemos los índices de desigualdad respecto a las oportunidades laborales que existen para hombres y mujeres; ahora, imaginemos que se pone en una balanza el otorgar una oportunidad de trabajo a una mujer que no tiene hijos, sobre una mujer que sí los tiene ¿quién creen que accederá a esta vacante primero? Porque, aunque la segunda tenga igual o incluso una mayor necesidad para acceder a un ingreso fijo, tiene una obligación adicional que no puede desatender por su trabajo y es el cuidado de su hijo.

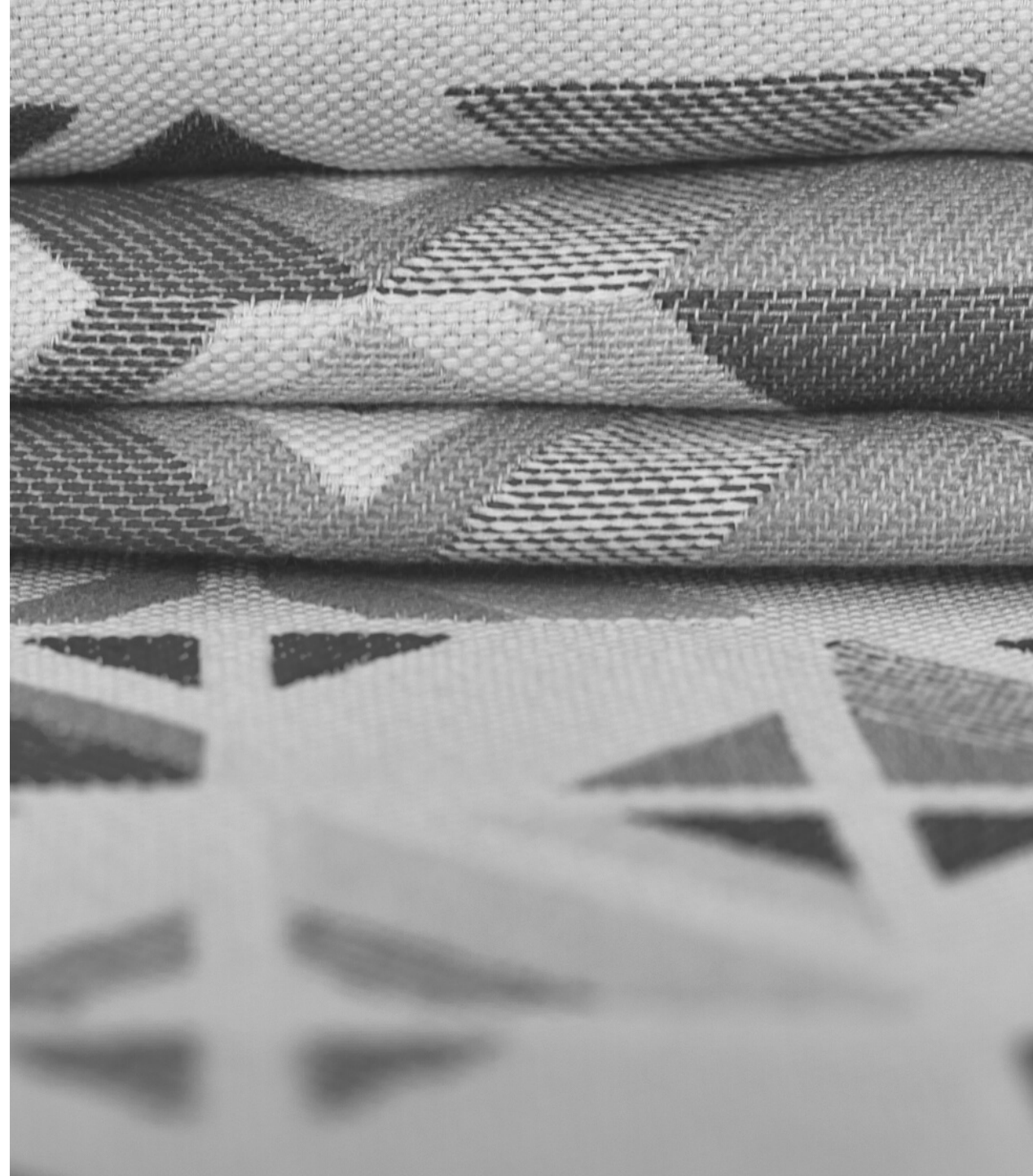
Entonces ¿cuál es nuestra propuesta? la respuesta es: trabajar en equidad. Trabajemos a distancia, porque ahora que conocemos los beneficios del trabajo en casa (no sólo para los trabajadores, sino también para las compañías que reducen de manera increíble costos operativos y administrativos, auxilios de transporte, entre otros gastos) podemos encontrar también la solución a problemas que nos han aquejado durante años: la informalidad, la feminización de la pobreza, la inequidad laboral y el desempleo en todas sus dimensiones.

Hoy existen miles de trabajos que se pueden realizar desde casa, entre ellos la labor en el sector textil. Ahora todo se puede realizar bajo un seguimiento organizado y remoto, cada vez más organizaciones pueden ofrecer una mejor calidad de vida a sus trabajadores y sobre todo, brindar oportunidades a mujeres como nuestras mamás, las cuales de otra manera no podrían acceder a un trabajo estable.

Cuando una mujer asume las riendas de su hogar, no porque se sienta superior o porque “mande” sobre el otro, proyecta lo que quiere ver en él. Nuestra fundación Soy Oportunidad ayuda a proyectar un futuro donde estudiar, acceder a un hogar propio, viajar y hasta comprar carro, no sean sólo un sueño. Ellas ya lo entienden así y saben que solo el trabajo y el compromiso las llevarán donde sea que quieran llegar.

Por esto, hoy invito a aquellos que están creando empresas y a quienes asumen cargos directivos en compañías de nuestro país, incluso a nivel internacional, a creer en el compromiso de estas mujeres. Lo que a tantos trabajadores todavía les cuesta comprender, ellas ya lo tienen en su ADN: saben lo que quieren y lo que deben hacer para cumplirlo. Hoy solo falta la oportunidad que ustedes pueden brindarles, una oportunidad para que más niños puedan crecer en compañía de sus mamás, en ambientes seguros y dignos para su desarrollo.



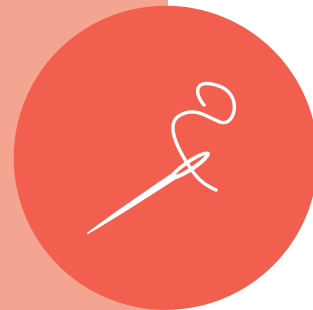


**EN TENDENCIA**

**INDUSTRIA TEXTIL Y CONFECCIONES**



# DATOS RELEVANTES DE LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA



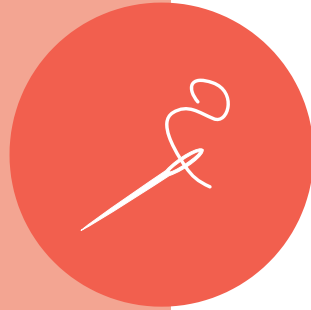
El sector textil colombiano representa el 8,2% del PIB industrial del país, el 21% del empleo industrial colombiano y el 9% de las exportaciones manufactureras. (ANDI \*1)



Es el primer exportador de confecciones de tejido plano en Suramérica en productos como sostenes, jeans, fajas y ropa de control.  
(Procolombia \*2)



Genera más de 1.500.000 empleos entre formales e informales; el 90% son madres cabeza de familia.  
(Revista semana \*3)



El sector facturó al menos 4,8 billones de pesos (unos 1.500 millones de dólares) para el último bimestre del año 2020. (Inexmoda \*4)



Colombia cuenta con más de 16 acuerdos comerciales que le brindan acceso preferencial (con 0 arancel) a importantes centros de consumo y a cerca de 1.500 millones de consumidores de la industria de la moda en el mundo. (Procolombia \*5)



En 2020 las exportaciones colombianas de textiles alcanzaron los USD 129,5 millones y llegaron a 56 países. Ecuador, México, Brasil, Estados Unidos y Perú, representaron el 78.89% de participación. ( Procolombia \*6)

# LA INDUSTRIA TEXTIL ALINEADA A LOS ODS

El sector impacta 13 de los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

La industria textil y de confecciones es una oportunidad viable y rápida para erradicar la pobreza protegiendo el planeta.

(ODS Colombia \*7)



# EN SINTONÍA CON LAS TENDENCIAS GLOBALES



"China se volcará hacia el consumo interno y reducirá las exportaciones, dando lugar a que otros países productores ocupen su lugar siempre que puedan posicionarse, en términos de capacidad e infraestructura, para cumplir con esta oportunidad". (Gabriel Farías Iribarren \*8)

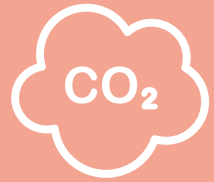


"La industria de la moda y ONU Cambio Climático están buscando la mejor manera de trabajar juntos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en el sector" (Noticias ONU \*9)



"La circularidad es el sistema que ayudará a que la industria de la moda pueda ser de valor para las personas y las comunidades, pero también para que pueda desempeñarse dentro de los límites que tiene el planeta y restaurar la biodiversidad" (Holly Syrett \*10)





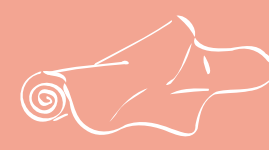
Elisa Tonda, jefa de la Unidad de Consumo y Producción del Programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA), aseguró que la producción mundial de ropa y calzado genera el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. (ONU \*11)



LATAM Airlines Perú presentó su programa de Responsabilidad Social "Segundo Vuelo". Este programa hizo posible que más de 8.000 prendas no sean desechadas sino que se conviertan, en manos de las artesanas, en verdaderas obras de arte. (Corresponsables \*13)



"Cada vez hay más presión sobre la relación que tiene el cliente con el trabajador. Las empresas deben priorizar cada vez más en la visibilidad, empatía e inclusividad" (McKensy and Company \*12)



Los textiles y la ropa son una parte fundamental de la vida cotidiana y un sector clave en la economía global; esta industria emplea más de 300 millones de personas en el mundo. (Conectarte \*14)

# EXPLORAR LA INDUSTRIA

## SIGNIFICADO DE PALABRAS MÁS RELEVANTES



### COSTURERO

Persona que tiene por oficio la costura.



### FILETEADOR

Persona especializada en el manejo de la máquina fileteadora y del tejido específico para este tipo de máquina.



### TEJEDOR

Persona que tiene por oficio tejer.





## HILANDERO

Persona que tiene por oficio hilar la seda u otra fibra textil.



## ARTESANO

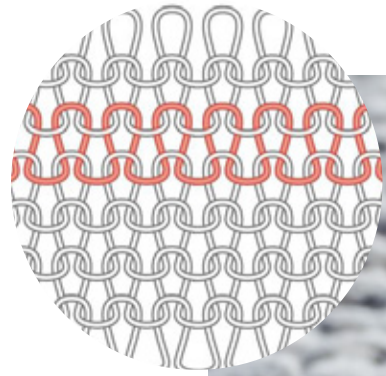
Toda persona que realiza un trabajo manual, genera piezas que son totalmente exclusivas y personaliza sus creaciones de acuerdo al gusto de sus clientes.



## BORDADOR

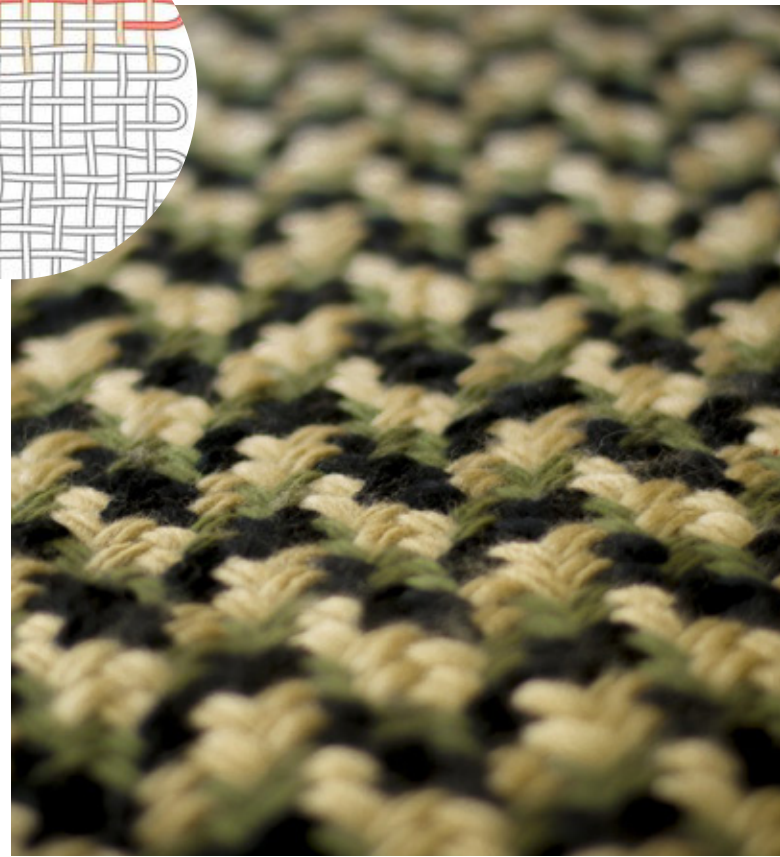
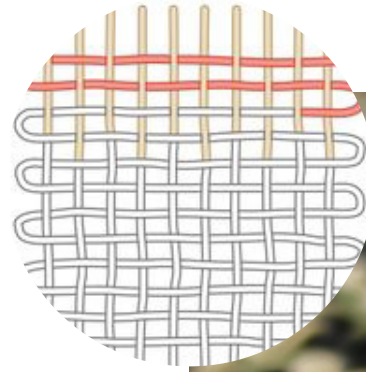
Persona que tiene por oficio bordar a mano o en máquinas familiares o industriales.





## TEJIDO PUNTO

El tejido de punto es aquel en el que los hilos se entrelazan en forma de malla. Es importante comprender que en este tipo de tejido hay únicamente un hilo muy largo. Por lo general, estas telas se estiran fácilmente para adaptarse muy bien al cuerpo.



## TEJIDO PLANO

Este tejido se caracteriza por el entrelazado de sus hilos en ángulos rectos, es decir, los hilos que van a lo largo de la tela (urdimbre), se entrelazan con los hilos que van a lo ancho de la tela (trama), formando entre sí formas perpendiculares.



## FIBRAS ARTIFICIALES

Son manufacturadas por el hombre a partir de materia prima natural como la celulosa (generalmente obtenida de la pulpa de la madera, de proteína animal o vegetal) y son sometidas a procesos físico-químicos; algunas fibras artificiales conocidas son el rayón, la viscosa y el acetato.





## FIBRAS

Filamento de origen natural, artificial o sintético, apto para ser hilado y tejido, que generalmente presenta gran finura y buena flexibilidad.



## FIBRAS NATURALES

Proviene de vegetales o animales que se dejan hilar, tales como el algodón, lino, seda o lana. A diferencia de otras fibras éstas, por su condición natural, exigen una ligera adecuación para poder ser tejidas e implementadas como materia textil.



## FIBRAS SINTÉTICAS

Se obtienen por la síntesis de diversos productos derivados del petróleo como el poliéster, el nylon o spandex; es decir, son fibras enteramente químicas y, tanto la elaboración de la materia prima como la fabricación de la hebra o filamento, son producto del hombre.





## MAQUILA

Proceso que funciona a partir de un contrato de maquila que plantea un compromiso, mediante el cual una empresa, conocida como maquiladora, emplea su capacidad instalada y procesos productivos para la fabricación de productos.



## SERIGRAFÍA

La serigrafía es una técnica artística de reproducción de imágenes. Esta consiste en pasar tinta a través de una malla montada en bastidores con un diseño concreto.



## SUBLIMACIÓN

El proceso de sublimación textil consta de la impresión de una imagen digital con una impresora de sublimación y el posterior tras-paso sobre telas de poliéster, licra, acetato, seda, poliamidas (entre otros) con la ayuda de una prensa de calor con tamaño adecuado.





## MÁQUINA FILETEADORA

Este tipo de máquinas funciona con un mecanismo que permite entrelazar un hilo y dos hilazas, un tipo de costura llamado sobrehilado que consiste en rematar el borde del tejido para evitar que se deshila-che.



## MÁQUINA COLLARÍN

Esta máquina permite cubrir los orillos de las telas sobrepuestas sobre otra con fines decorativos. Es especialmente utilizada en tejidos de punto, aunque también puede usarse en tejidos planos. Puede ser muy útil en la confección de ropa interior y telas elásticas.



## MÁQUINA PLANA

Se encarga de entrelazar dos hilos en una tela, uno superior con uno inferior, creando así una costura recta. Es muy usada dentro del mundo de la confección para hacer costuras básicas.



## MÁQUINA FLAT SEAMER

aguja y 3 garfios que trabajan al mismo tiempo y de forma sincronizada; utiliza a la vez un par de cuchillas que funcionan de forma horizontal refilando la tela antes de unirlos.

Se utiliza principalmente en tejidos de punto.



## MÁQUINA FAMILIAR

Familiares o llamadas también semi-industriales, por poseer un motor de capacidad menor, hace una variada cantidad de puntadas; para coser y bordar facilita la costura.



## MÁQUINA INDUSTRIAL

Las máquinas industriales de costura son aquellas que permiten realizar trabajos con telas o materiales más complicados. Por el contrario, las máquinas de coser domésticas permiten realizar tareas más cotidianas. Por ejemplo: hacer costuras o poner cremalleras.



# IMPACTO

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL ENCADENAMIENTO ENTRE EMPRESAS Y TALLERES DE CONFECCIÓN LIDERADOS POR POBLACIÓN VULNERABLE?

Pocos sectores se hallan tan inmersos en la sociedad como el sector textil y de confecciones. Desde indígenas que aún trabajan sus propias fibras y productos altamente apetecidos, pasando por aquella costurera que ofrece algún servicio de arreglos y confección, un taller familiar que produce miles de prendas por semana o la gran fábrica que emplea a cientos de personas, hasta pequeñas, medianas y grandes marcas, empresas, organizaciones o entidades.

Las confecciones están presentes en la industria de la moda con sus grandes pasarelas y venta de productos masivos o emergentes; están en los uniformes de todas las entidades, hospitales, empresas u organizaciones; se encuentran inmersas en el deporte como prendas características que identifican a un equipo o representan a un país y

sobre todo, cumplen con una función específica. La confección la encontramos en la decoración de la casa, objetos de cocina, sábanas, cortinas, almohadas y todo tipo de artículos textiles que vemos día a día. Nos subimos al auto para ir al trabajo y nos sentamos en una silla que ha sido finamente tapizada por alguien que ha empleado algún tipo de tejido. Así podríamos continuar, hasta reconocer con facilidad que la industria de las confecciones es, después del sector de los alimentos, la más importante para la sociedad que conocemos.

Asimismo, en la actualidad la tasa de desempleo en el sector llega al 15.1 % \*. En los estratos 1, 2 y 3 es donde más existen talleres textiles. El 87% de las personas que trabajan en el sector son mujeres (en su mayoría son madres cabeza de familia).

En Colombia se evidencia muy baja empleabilidad a grupos poblacionales vulnerables y que comúnmente están situación de pobreza. Entre ellos grupos de discapacitados, desplazados, víctimas del conflicto armado, reincorporados, comunidades indígenas y otros que vive en zonas de difícil acceso. A estos grupos sociales, desde el desarrollo de esta metodología, los entendemos como población vulnerables por las grandes dificultades que enfrentan para encontrar fuentes de ingreso o generar trabajo digno, ya sea por diferentes estigmas sociales y/o falta de oportunidades en sus territorios

Surge la siguiente pregunta: ¿por qué no resolver uno de los problemas más grandes del país (asociados a

la pobreza y falta de oportunidades para poblaciones vulnerables) aprovechando la creciente necesidad y demanda de productos textiles por parte de las empresas?

Es importante dejar de ver el trabajo con población vulnerable como un acto de beneficencia y considerarlos grupos productivos con capacidades, voluntad de aprendizaje y desarrollo dentro una sociedad honesta, digna y justa. Empezar a construir empresas más empáticas es fundamental y entender que no solo podemos medir el éxito en proveeduría, por los bajos costos en adquisición de servicios, si no por el mejoramiento social a través del fomento de relaciones económicas virtuosas.



## OTROS BENEFICIOS

- Fortalecimiento de iniciativas en áreas de responsabilidad social y sostenibilidad en las empresas, de tal manera que se generen ideas o programas que impacten positivamente a la comunidad a nivel interno y externo.

- Beneficios tributarios para las empresas que contratan personas con discapacidad y otro tipo de población vulnerable en Colombia.

"La Ley 1429 estableció beneficios tributarios para las nuevas empresas creadas bajo la vigencia de dicha norma. La misma Ley estableció para las empresas constituidas desde antes, beneficios tributarios por contratar mujeres mayores de 40 años y desempleadas, menores de 28, desplazados y discapacitados" (Actualícese \*15)

■ Participación en las iniciativas del Gobierno en pro del crecimiento del país, por medio de la compra de productos nacionales que permiten el crecimiento mutuo de varios entes productores. Ejemplo: Iniciativa "Compra Lo Nuestro". (Compra lo nuestro \*16)

■ Al adquirir productos de proveedores nacionales se cuenta con trazabilidad en los desarrollos solicitados; esto permite mayor personalización, calidad y posibilidad de recompra de productos.

- Reducción de explotación en mano de obra, trabajo infantil y trata de personas en talleres de confección textil.

Al contratar proveeduría inclusiva se contribuye a la reducción de los niveles de pobreza y explotación, pues en Colombia la industria textil se ve obligada, en muchos casos, a ser parte de cadenas de trabajo con salarios muy bajos y horarios extensos.

**Ser una empresa ejemplo como dador de oportunidades de cara a colaboradores internos y a la industria en general es todo un beneficio; ya que al contratar proveeduría inclusiva se aporta social y económicamente a las poblaciones vulnerables evitando, en muchos casos, la reincidencia de personas en actividades delictivas o el aumento de la pobreza.**





# EL ROL DE LA FUNDACIÓN ANDI

La Fundación ANDI es el conector de los sectores involucrados: los talleres de población vulnerable que están en la búsqueda de desarrollo socioeconómico y las compañías que se acercan para aportar en la resolución de requerimientos de aprovisionamiento, empleabilidad, circularidad de productos, entre otros. Es la Fundación ANDI, el ente que genera sensibilización sobre la importancia del trabajo en talleres de confección con población vulnerable, los beneficios económicos y sociales que se pueden lograr. Los encadenamientos fomentan, no solo el desarrollo de la población, sino que permiten ampliar el portafolio de servicios y productos textiles para las empresas; se tienen en cuenta especialidades y se generan oportunidades económicas para todos.

Dentro de estos procesos de encadenamiento la

Fundación ANDI debe buscar fortalecer el aprendizaje, de cara a varios aspectos, esto con el fin de que los procesos de trabajo y comerciales sean beneficiosos para ambas partes, así se aportarán desde diferentes perspectivas, las herramientas suficientes para que se consoliden relaciones comerciales virtuosas.

Un aspecto importante para el cumplimiento de estos objetivos es trazar alianzas con otros entes u organizaciones que permitan la capacitación de los talleres de confección de población vulnerable, incentivando con estas acciones una profesionalización en su oficio y el aprendizaje o al fortalecimiento de habilidades que apoyen sus relaciones comerciales.

En la ruta del cumplimiento de los objetivos trazados con Tejiendo Oportunidades Virtuosas, es importante fomentar espacios de co-creación para que exista un aprendizaje conjunto de relacionamiento entre proveedor y empresa. Estas actividades buscan que dichas relaciones sean duraderas, fructíferas y sostenibles en el tiempo, explorando nuevas líneas de acción, por medio de las cuales, los servicios de confección y contratación se pueden transformar, haciendo uso innovador y creativo para el cumplimiento de los objetivos de las partes.

El rol de la Fundación ANDI permitirá cambiar la percepción que existe actualmente sobre la contratación de talleres de confección con población vulnerable, sensibilizando e impactando de manera positiva y logrando finalmente ofrecer oportunidad de crecimiento a nivel socioeconómico en cada una de las personas que trabajan en este sector.



# 0.1. MARCO CONCEPTUAL



1.2.

**Modelo  
conceptual  
tejiendo  
oportunidades  
virtuosas.**

1.3.

**Definición  
metodología.**

1.4.

**Objetivos de  
Tejiendo  
oportunidades  
virtuosas.**

1.5.

**Principios  
de la  
metodología.**



## 0.1. MARCO CONCEPTUAL

# 1.2.

## MODELO CONCEPTUAL TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS.

El modelo Tejiendo Oportunidades Virtuosas tiene como propósito reconocer la importancia de generar relaciones de trabajo, crecimiento, dignificación y desarrollo socioeconómico en talleres de confección con población vulnerable a través de encadenamientos comerciales con empresas o marcas.

Entendemos que no es suficiente con intercambios económicos vacíos, donde no exista una relación más comprometida, sensata y equitativa.



Creemos firmemente que un relacionamiento transparente y consciente donde "me vinculo con el otro" partiendo de entender su realidad (asumiendo una posición empática) permite que el intercambio de recursos permitan dirimir problemáticas, en lugar de aumentarlas.



Entendemos que somos una sociedad interconectada, que somos vulnerables y que las problemáticas sociales son una realidad global. Esto nos permite reconocer fácilmente que nuestras relaciones económicas pueden ser vehículos de crecimiento y solución; donde el empresario (desde su rol de director) y el costurero (en su rol de emprendedor), se reconocen como iguales y valoran cualquier relación que decidan tener.



Una persona, desde su "ser humano", pasa a ser lo más importante y esto nos permite ser corresponsables y cumplir con las relaciones laborales que cada uno asume.

**"LA PERSONA, DESDE SU "SER HUMANO", PASA A SER LO MÁS IMPORTANTE Y ESTO NOS PERMITE SER CORRESPONSABLES Y CUMPLIR CON LAS RELACIONES LABORALES QUE CADA UNO ASUME".**





## 1.3.

### DEFINICIÓN METODOLOGÍA

Tejiendo Oportunidades Virtuosas es un paso a paso metodológico que busca ofrecer herramientas, conocimientos y criterios de selección para el trabajo con talleres de confección con población vulnerable. Tiene como objetivo principal el encadenamiento exitoso de dichos talleres con las empresas, marcas o entidades que buscan a la Fundación ANDI como puente de conexión para solventar necesidades o problemáticas específicas de productos o servicios textiles.





## 1.4.

### OBJETIVOS DE TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS

#### **Objetivo principal**

Lograr, por medio de la metodología, el cumplimiento del paso a paso permitiendo crear encadenamientos comerciales exitosos, (entre proveedores de servicios de confección pertenecientes a población vulnerable y empresas) de tal manera que se generen oportunidades, alianzas y relaciones económicas sólidas, de confianza, responsables, sostenibles y duraderas.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ④ **Establecer procesos** que permitan identificar las habilidades de cada uno de los proveedores, destacándolos por capacidad, especialidad y calidad.
- ④ **Sensibilizar a las empresas** sobre el tipo de manejo administrativo que deben tener en cuenta para generar relaciones comerciales con proveedores textiles de población vulnerable.
- ④ **Generar una base de datos de talleres de población vulnerable** que cuente con diferentes especialidades en productos de confección. Con el propósito de ampliar el portafolio de productos-servicios y generar mayor oportunidad de encadenamiento a nuevos proveedores.
- ④ **Reforzar el desarrollo de capacitaciones** a proveedores en busca de su profesionalización en procesos productivos, administrativos y comerciales.
- ④ **Construir escenarios de confianza** entre proveedores con población vulnerable y empresas por medio de ambientes de co-creación que permitan una relación comercial exitosa y el crecimientos común entre las dos partes.



## RESULTADOS ESPERADOS

-  Identificar las fortalezas y debilidades de cada una de las partes involucradas en la proveeduría textil inclusiva, generando lineamientos de educación que permitan el mejoramiento de habilidades para prestar mejores servicios.
-  Motivar el crecimiento económico y social de la población vulnerable a través de la generación de oportunidades laborales por parte de las empresas.
-  Ampliar la base de datos de talleres con población vulnerable para obtener mayor oferta de servicios y productos textiles, de cara a los encadenamientos con diferentes empresas.
-  Fortalecer los espacios de escucha sobre las necesidades que requieren hoy las empresas, con el objetivo de generar posibles soluciones por medio de los encadenamientos.
-  Dignificar la labor del confeccionista perteneciente a población vulnerable, reconociendo sus conocimientos y dedicación para lograr mejores procesos productivos.
-  Consolidar relaciones comerciales, entre proveedores textiles de población vulnerable y empresas, como escenarios prósperos, duraderos y sostenibles en el tiempo.

# 1.5.

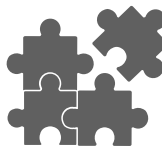
## PRINCIPIOS DE LA METODOLOGÍA



**Autoanálisis:** Reconocimiento de capacidades y habilidades con las que cuenta el proveedor, al comenzar el proceso de acompañamiento por parte de la Fundación ANDI, con el fin de generar oportunidades de mejora a partir de las debilidades que se detecten.



**Relacionamiento:** Fortalecimiento de aquellas conexiones y habilidades comunicativas que permiten, a las diferentes partes, generar nuevas relaciones que aportan al crecimiento de su entorno social y generan nuevos vínculos comerciales.



**Co-creación:** Generar relaciones de aprendizajes mutuas entre los proveedores textiles de población vulnerable y las empresas, permitiendo el crecimiento y desarrollo de las relaciones comerciales virtuosas enfocadas en la comunicación transparente y el entendimiento de las necesidades.



**Dignificación del sector:** Identificar la situación actual de la industria, los amplios conocimientos de los trabajadores, su experiencia y la significativa labor que realizan a diario aportando al crecimiento del sector y la economía del país.



**Incentivar:** Motivar a todos los actores de la metodología a obtener resultados positivos durante el proceso de encadenamiento de proveeduría textil inclusiva; así, se permite el crecimiento y la superación de las personas vinculadas, dando paso para que nuevos proveedores y empresas se integren a este tipo de procesos.



**Empoderamiento:** Fomentar la independencia, la confianza en la toma de decisiones, el valor del trabajo realizado por cada actor, la importancia de los buenos resultados y la capacidad individual y grupal para generar relaciones virtuosas.



## 0.2 ACTORES TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS



2.1.

**Creador  
Textil**

2.2.

**Fundación  
ANDI**

2.3.

**Dador de  
Oportuni-  
dades**

## CREADOR TEXTIL

Los Creadores Textiles son aquellas personas, identificadas previamente por la Fundación ANDI, que trabajan especializados en algún proceso dentro del sector textil y de confecciones y hacen parte de grupos de población vulnerable.

Estos profesionales se comprometen a adquirir los conocimientos que ´ propone la metodología para lograr el desarrollo óptimo que requieren las compañías, cumplir con los tiempos, trabajar en una constante capacitación y aumentar el grupo de trabajo, mejorando y especializándose en productos de la misma tipología o familia.

Es importante tener en cuenta que estos talleres pueden ser unipersonales o de producción.

## FUNDACIÓN ANDI

La Fundación ANDI es la organización-puente en la relación de encadenamiento entre los talleres y las empresas. Las empresas están generalmente asociadas a la ANDI o también tienen un carácter externo.

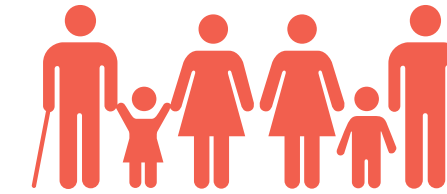
La Fundación ANDI juega un papel importante entre las dos partes, ya que es la encargada de realizar acompañamiento al proceso de los talleres, el control del producto y los diferentes comentarios y sugerencias por parte de las empresas con el fin de afianzar y lograr una relación sostenible e independiente entre ellos.

## DADOR DE OPORTUNIDAD

Un dador de oportunidad es aquella empresa que solicita a la Fundación ANDI un producto, servicio o desarrollo de proyecto a partir de talleres de confección con población vulnerable.

El dador de oportunidad entiende que estos desarrollos son un trabajo de co-creación que busca resultados para el crecimiento de los talleres y al mismo tiempo, pretende la óptima resolución de necesidades o búsquedas.





## RESPONSABILIDADES

## 2.1. CREADOR TEXTIL

- Identificar su especialidad en artículos de confección.
- Establecer la capacidad productiva con la que se cuenta en el momento.
- Cumplir con la calidad y los tiempos de entrega de los productos pactados con el cliente y/o la empresa.
- Cumplir con los programas de capacitación propuestos por la Fundación ANDI o demás organizaciones aliadas.

# CREADOR TEXTIL



## FUNCIONES

- Realizar los procesos de aprendizaje propuestos por la Fundación ANDI con el fin de mejorar las habilidades y tener oportunidades de mejora.
- Cumplir los requerimientos legales pactados con la empresa.
- Entregar muestras o prototipos de los productos para aprobación del cliente o empresas previo al inicio de la producción.
- Generar productos de calidad cumpliendo con las especificaciones técnicas solicitadas por las empresas y cumpliendo con los tiempos de entrega.

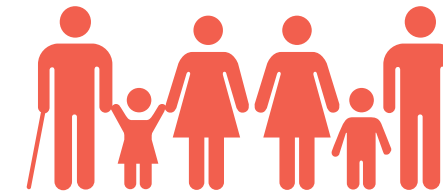
# CREADOR TEXTIL



## PASO A PASO

- Identificar sus capacidades y mejores habilidades.
- Organizar un equipo de trabajo de forma eficiente. Tener apertura para ejecutar mejoras en los requerimientos.
- Cumplir con cronogramas y tiempos establecidos para la exitosa ejecución de los proyectos.
- Compartir rápidamente los inconveniente que surjan en los desarrollos.
- Trabajar aplicando las metodologías aprendidas.

## 2.2. FUNDACIÓN ANDI



### RESPONSABILIDADES

- Generar el empoderamiento hacia los Creadores Textiles, de tal manera que después de adquirir conocimiento generen independencia comercial.
- Apoyar a los nuevos Creadores Textiles promoviendo la inclusión de más personas en los procesos productivos.
- Cumplir con los parámetros definidos en la metodología, que llevarán al éxito los encadenamientos comerciales virtuosos.
- Impulsar el encadenamiento y crecimiento de nuevos Creadores textiles.
- Fortalecer la base de datos de con nuevos Creadores Textiles.
- Realizar seguimiento a los procesos de encadenamiento entre Creadores Textiles y Dadores de Oportunidad.





## FUNCIONES

- Apoyar la ejecución de la metodología por medio del acompañamiento a los Creadores Textiles y empresas.
- Identificar aquellos factores que definen a los Creadores Textiles como población vulnerable.
- Impactar a más Creadores Textiles dando la oportunidad de convertirse en proveedores para las empresas.
- Brindar apoyos educativos y de capacitación para los Creadores Textiles, con el fin de fomentar oportunidades de mejora.
- Propiciar espacios de co- creación entre Creadores Textiles y empresas.

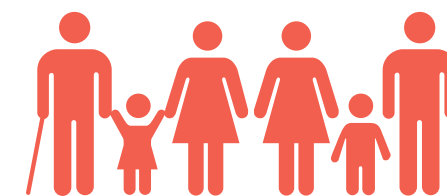


## PASO A PASO

- Establecer una base de datos de Creadores Textiles robusta, previamente identificados en capacidad y especialidad.
- Alinear a los posibles Creadores Textiles que puedan completar el requerimiento (según la necesidad de la empresa).
- Gestionar el paso a paso que deben seguir cada uno de los entes que realizan el proceso de encadenamiento.
- Encaminar el desarrollo de espacios de co-creación entre Creadores Textiles y empresas.
- Realizar la documentación pertinente donde se registren los procesos y avances generados en la metodología.
- Realizar la evaluación del proceso de encadenamiento.
- Hacer seguimiento a los procesos de encadenamiento logrados.

## 2.3.

# DADOR DE OPORTUNIDAD



## RESPONSABILIDADES

- Lograr crecimiento económico por medio de nuevas oportunidades sociales.
- Sensibilizar acerca de las condiciones de los Creadores Textiles pertenecientes a población vulnerable.
- Establecer procesos claros de comunicación con los Creadores Textiles.
- Construir relaciones basadas en los estándares mundiales de comercio justo.
- Tener tratos donde se fortalezca la confianza hacia los Creadores Textiles.

## 2.3.

# DADOR DE OPORTUNIDAD



## FUNCIONES

- Analizar las oportunidades existentes para enlazar, comercialmente, Creadores Textiles que cumplan sus requerimientos.
- Seguir los pasos propuestos para el desarrollo de la metodología.
- Establecer parámetros administrativos de contratación, de acuerdo a las situaciones que presente el Creador Textil, para establecer negociaciones.
- Realizar proyectos de co- creación que refuercen las relaciones comerciales con los Creadores Textiles.



## 2.3.

# DADOR DE OPORTUNIDAD



## PASO A PASO

- Identificar la necesidad textil.
- Construir ficha técnica del producto requerido.
- Solicitar apoyo a la fundación ANDI.
- Generar requerimiento.
- Analizar y evaluar las diferentes propuestas que presenta la Fundación ANDI.
- Escoger al Creador Textil.
- Comenzar proceso de co-creación con el Creador Textil elegido.
- Seguir de cerca el proceso de elaboración del producto solicitado.
- Dar retroalimentación del producto recibido.

# PASO A PASO METODOLOGÍA TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS

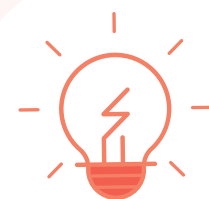


Esta Metodología Tejiendo Oportunidades Virtuosas esta dirigida a la Fundación ANDI con el objetivo de lograr alianzas comerciales inclusivas, sostenibles y circulares entre los requerimientos textiles de las empresas y los talleres de confección de población vulnerable.



PASO A PASO

# TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS



Este paso a paso se ha diseñado para que sea implementado con talleres de confección con población vulnerable. Los talleres deben contar con espacio, maquinaria, conocimientos y deben generar procesos de confección de prendas o artículos textiles.

En caso de que el taller requiera capacitaciones específicas, por falta de experiencia o conocimientos, se sugiere acudir a otro tipo de metodología o capacitaciones.

Es importante considerar que la metodología ha sido elaborada para que cualquier profesional de áreas del conocimiento como la administración, ingeniería, comercio, entre otras, la pueda implementar. Sin embargo, lo más recomendable es que el líder de proyecto cuente con apoyo de un especialista del sector textil, diseño o confección. Ejemplo: dirección de taller, control de producción, confeccionista especializado, diseñador textil, ingeniero textil o administrador de empresas textiles o de confección, entre otros.



# ACTIVIDADES DEL ENCADENAMIENTO Y SUS ACTORES

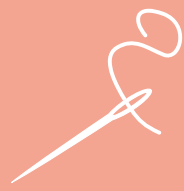
TURN OLD JEANS INTO GOOD VIBES



DO WELL INTO GOOD VIBES



## FUNDACIÓN ANDI



## CREADOR TEXTIL



## DADOR DE OPORTUNIDADES

### 1.

#### Selección de talleres.

Esta es la primera actividad a realizar y debe ser ejecutada por la Fundación ANDI.

Se debe evaluar cada uno de los talleres bajo los siguientes criterios:

Responder cada pregunta con el material anexo.

Apoyarse en el material anexo para consolidación de resultados.



## ESPACIO

- ¿El espacio es propio?
- Dentro del espacio ¿se realizan otras actividades?
- ¿La maquinaria del taller es propia?
- ¿Qué cantidad de máquinas tiene?
- ¿Las máquinas se encuentran en buen estado?
- ¿Cuenta con mesa de corte?
- El taller maneja normas de bioseguridad?
- ¿El taller cuenta con áreas comunes como baño, cocina y comedor, etc?
- ¿Está ubicado cerca a las viviendas de los creadores textiles?
- La maquinaria ¿es acorde al servicio que se ofrece?
- La capacidad instalada ¿es acorde a las cantidades de producción?

## ORGANIZACIÓN

- Identificar si es un taller unipersonal \*17 o de producción\*18.
- ¿El taller trabaja horario laboral legal?
- ¿Tiene organizadas las funciones de cada colaborador?
- ¿Terceriza mano de obra si tienen grandes producciones?
- ¿Tiene una organización del espacio acorde a sus funciones?
- El grupo ¿está organizado y alineado a sus edades y experiencia?
- ¿Cuenta con tablero guía en realización de producciones?
- ¿Tiene un semanario grupal establecido?
- Solo ofrece servicio o ¿cuenta con marca propia?
- El taller ¿está legalmente constituido?

## PRODUCTO

- ¿El taller esta especializado en algún producto o servicio?
- ¿Se ha especializado en un tejido específico? (Plano, punto o no tejido, ).
- ¿Adelanta todos los procesos de confección en el mismo lugar?
- ¿Tiene catálogo o muestras de los productos que realiza?
- ¿Cuenta con referencias de otros clientes?
- ¿Genera una muestra del producto previo a la producción?
- ¿Maneja metodologías para realizar producciones?
- ¿El taller maneja procesos en la producción (lineal, grupal o individual).
- ¿Se hace control de calidad sobre la producción?
- ¿Maneja diseños de acuerdo a los requerimientos del cliente?

## ECONOMÍA

- El taller ¿lleva contabilidad?
- ¿Tiene deudas en este momento?
- ¿Genera recursos para mantenerse por sí mismo?
- ¿Cotiza teniendo en cuenta el proceso contable?
- ¿Genera, al día de hoy, ganancias?
- ¿Maneja algún sistema de facturación?
  - ¿Paga impuestos?
- Las compras de insumos ¿se realiza en fabricas o puntos de venta?
  - ¿Maneja cuenta bancaria?
  - ¿Tiene planes de crecimiento económico a corto, mediano y largo plazo?

## CREADORES

- ¿Los colaboradores cuenta con educación básica secundaria?
- Cada colaborador está alineado con su rol en la organización del taller?
  - ¿Los colaboradores pertenecen población vulnerable?
- ¿Cuántos colaboradores integran el taller?
- ¿Cuentan con algún tipo de beneficio laboral?
- ¿Manejan los retos y obstáculos de forma grupal?
- ¿Los colaboradores se sienten a gusto trabajando?
  - ¿Los colaboradores tienen expectativas a corto, mediano y largo plazo tienen?

## SUGERENCIAS

- La calificación final del taller debe ser mayor a un 70% en la sumatoria de todos los puntos. Si el taller cumple con este requisito, será apto para iniciar algún proceso de encadenamiento.
  - Una puntuación mayor, le acerca la probabilidad de generar encadenamientos exitosos.
- Es recomendable realizar este análisis con cada taller; esto con el objetivo de conocer a profundidad el tipo de creador textil con el que se iniciará el proceso.
- Los resultados se deben analizar con criterio, con el fin de prever los posibles resultados a obtener en el proceso de encadenamiento.
- Identificar talleres que adelanten el ejercicio de la confección, con experiencia comprobada de al menos 2 años, especializados en un tejido específico.



FUNDACIÓN ANDI



CREADOR TEXTIL



DADOR DE  
OPORTUNIDADES

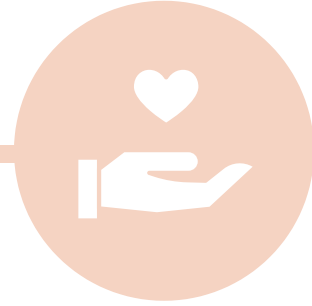
2.

### Selección Dador de Oportunidad.

La Fundación ANDI deberá hacer un análisis de las empresas con las que desee generar encadenamientos comerciales. Los aspectos a tener en cuenta son:

- Las empresas deben tener la flexibilidad, si es necesario, de implementar cambios en los procesos de contratación para este tipo de proveedores, ya que en la mayoría de las situaciones los creadores textiles no cumplen con los requisitos establecidos a nivel administrativo.
- Las empresas deben estar dispuestas a generar ambientes de co-creación y crecimiento mutuo con los creadores textiles.
- Las empresas deben encontrar valor social y crecimiento en el ejercicio de este tipo de encadenamientos y trabajo con población vulnerable.
- Las empresas deben tener interés de fomentar la independencia, autonomía y el crecimiento de cada taller de confección.





FUNDACIÓN ANDI



CREADOR TEXTIL



DADOR DE  
OPORTUNIDADES

3.

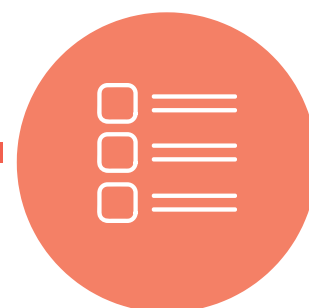
- Requerimiento identificado por la Fundación ANDI.
- Elección del creador textil.
- Elección de dador de oportunidad.

Una vez identificado algún requerimiento que esté alineado con el propósito que tiene Tejiendo Oportunidades Virtuosas, **la Fundación ANDI da inicio al trabajo de encadenamiento con los Creadores Textiles (talleres) y Dadores de Oportunidad (empresas).**



4.

La Fundación ANDI realiza el pedido del requerimiento al Dador de Oportunidad con todas las especificaciones técnicas.



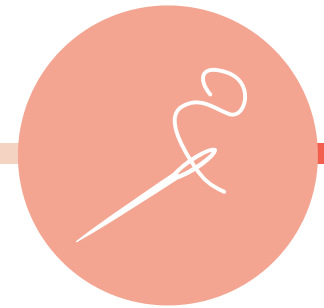
5.

Se realiza el pedido de muestra al o los Creadores Textiles, teniendo en cuentas las especificaciones del producto entregadas por el Dador de Oportunidades.

## 5.1

La Fundación ANDI debe coordinar con el/o los creadores textiles la realización de la primera muestra teniendo en cuenta que:

- Debe hacer entrega al creador textil la ficha técnica del dador de oportunidad.
- Debe solicitar al Creador Textil muestras en retazos de la tela específica que se usará (con pruebas de las puntadas de máquinas calibradas para la realización de la muestra).
- Si el producto tiene otros agregados como: bordado, estampado u otro detalle de diseño, también debe presentar esto en retazos (previo a la realización de la muestra).



## CREADOR TEXTIL

### 6.

El Creador Textil debe entregar la muestra, ruta de trabajo y cotización, teniendo en cuenta que:

Realizará una primera muestra con las especificaciones compartidas en la ficha técnica suministrada por el Dador de Oportunidad. La muestra se de entregar limpia, planchada, etiquetada y embolsada.

Adjuntará una ficha de tiempos de confección cronometrados y la sumatoria de los mismos.

Entregará una ruta de trabajo grupal con los procesos que puede realizar en el taller y la participación de los colaboradores.

Presentará una cotización acorde a la propuesta suministrada por el Dador de Oportunidad.

## DADOR DE OPORTUNIDADES



7.

La Fundación ANDI recopila las muestras, el material anexo y las cotizaciones de los Creadores Textiles y lo entrega a los Dadores de Oportunidad.

El Dador de Oportunidad evalúa las propuestas entregadas por la Fundación ANDI.

Realiza la elección del Creador Textil con el cual iniciará el trabajo.

Previo al inicio de producción, comparte con el Creador Textil todas las observaciones que tenga sobre la muestra (si es necesario solicita una segunda muestra).

Analiza la situación actual del Creador Textil elegido.

Genera un cronograma de actividades estableciendo los compromisos, fechas y parámetros a cumplir por parte del Creador Textil y el Dador de Oportunidades.

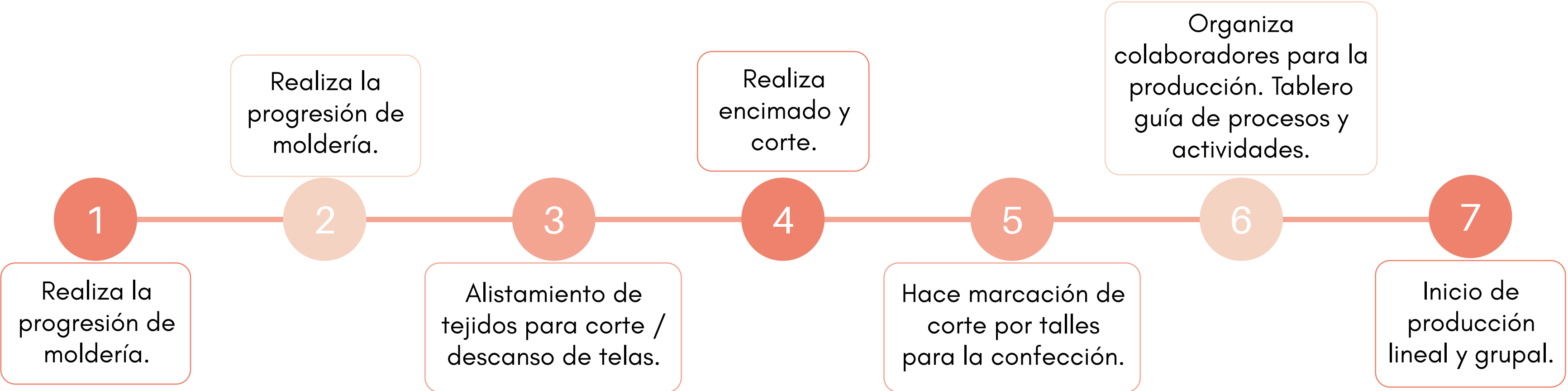
Una vez aceptada la muestra final, se genera la orden de compra y se pactan tiempos de entrega.





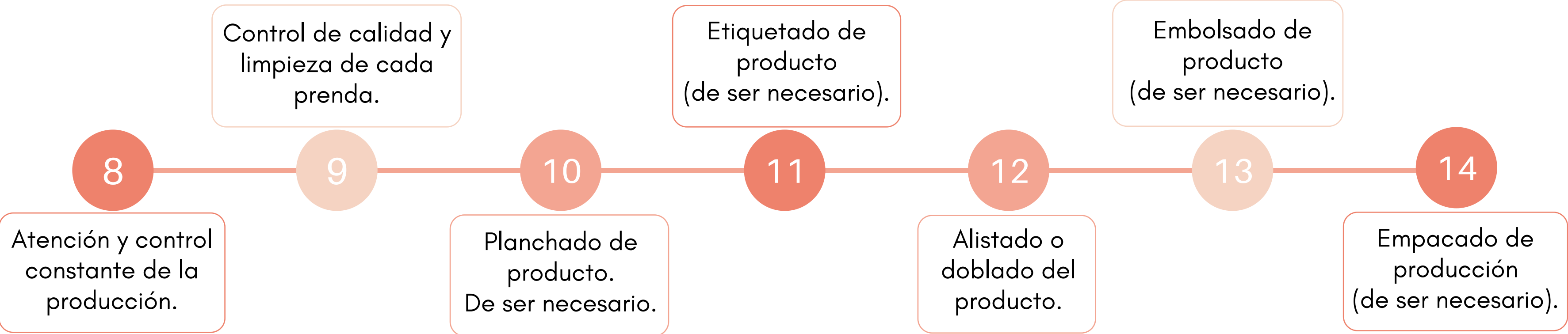
La Fundación ANDI acompañará constantemente al Creador Textil durante el proceso de confección de los artículos.

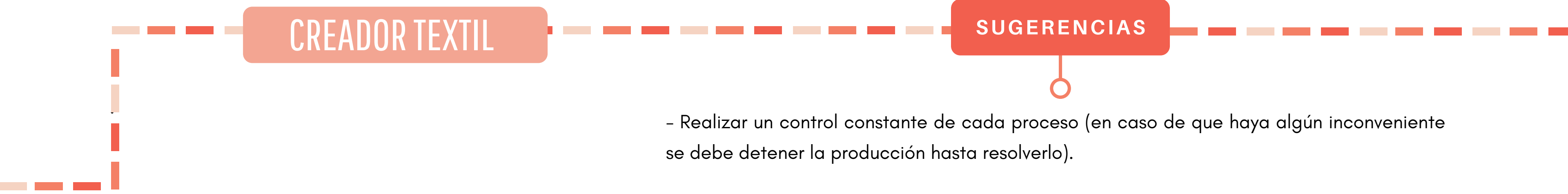
## 8. CREADOR TEXTIL





## CREADOR TEXTIL





## CREADOR TEXTIL

## SUGERENCIAS

- Realizar un control constante de cada proceso (en caso de que haya algún inconveniente se debe detener la producción hasta resolverlo).
- Seguir el tablero guía de procesos y el semanario de actividades grupales.
- Llevar un control diario de los objetivos de producción. Si hay alteraciones, se deben adoptar medidas al respecto para cumplir con el objetivo.
- No tomar ninguna producción aparte, hasta que no se culmine la que se está realizando.
- Idealmente, el espacio debe ser utilizado única y exclusivamente para la realización de la producción. Con el objetivo de cuidar el producto que se está fabricando.
- El espacio debe mantenerse limpio mientras se realiza la producción.
- Propiciar espacios agradables de trabajo, donde los colaboradores se sientan motivados a realizar las producciones con gusto, respetando momentos de descanso y alimentación.





9.

### ESPACIO DE CO-CREACION ACTORES TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS

El Dador de Oportunidad evaluará los productos recibidos por parte del Creador Textil.

El Dador de Oportunidad realizará una retroalimentación de los productos entregados con el propósito de identificar las oportunidades de mejora por parte del Creador Textil.

Trabajar en un ambiente de co-creación con el fin de mejorar las debilidades identificadas y fortalecer las relaciones comerciales para futuros requerimientos.

Reconocer que la industria textil y de confecciones es un sector con oportunidades de mejora. El ejercicio de construir puentes entre todos, es vital para su crecimiento y profesionalización.





# HERRAMIENTAS DE CAPACITACIÓN PARA CREADORES TEXTILES

Estas herramientas se deben suministrar con el fin de generar mejoras en los espacios y en las habilidades de los Creadores Textiles en temas como organización, procesos, costos, comunicación, ventas y aspectos personales. El objetivo es lograr la aplicación en los ejercicios de trabajo para obtener, en cada uno, la posibilidad de avanzar hacia la profesionalización de sus desarrollos y habilidades como prestadores de servicios.

# ÁREAS DE CAPACITACIÓN

## GUÍA DE ASPECTOS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CREADOR TEXTIL

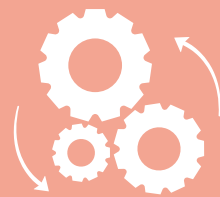
### IDENTIDAD

Afianzar los aspectos diferenciales que debe tener el producto y servicio que ofrece el Creador Textil frente a su competencia.



### PROCESOS

Evaluar la capacidad de espacio, maquinaria y personal para la toma de decisiones.



### COSTOS

Organizar esquemas de costos enfocados al sector textil y de confecciones.



### VENTAS

Desarrollar habilidades de ventas y enfocar las herramientas al nicho de mercado y producto.



### PERSONA

Comprender que el desarrollo personal de cada integrante del equipo es fundamental para el crecimiento colectivo.



- Esta guía se debe trabajar con apoyo anexo en capacitación especializada para profundizar en cada aspecto.

# IDENTIDAD

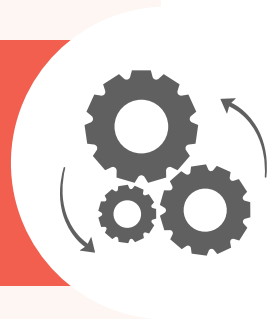


Una de las características más importantes que debe desarrollar el Creador Textil, es su factor diferencial frente a la gran oferta que hay en el mercado del mismo producto o servicio.

A través de la identidad se comparten con los clientes algunas características como: qué tipo de producto desarrolla, cuál tejido se maneja , cómo es el espacio de trabajo, qué lenguaje se usa frente a ellos, cuál es la metodología que se utiliza y, finalmente, cómo se realizará el trabajo.

Establecer una identidad ayuda a segmentar los trabajos, focaliza y lleva hacia la construcción de un camino claro, convirtiendo el espacio del Creador Textil en un lugar que ofrece servicios de manera exitosa.

# PROCESOS



Los procesos se entienden como cada una de las acciones físicas que se deben realizar dentro o fuera del espacio de trabajo; aquellas acciones que afectan directamente las actividades y todo el rendimiento.

Cuando se identifican cada una de las actividades a realizar, se debe contrastar y evaluar si el servicio que se ofrece está alineado con la capacidad de tiempo y conocimiento de cada Creador Textil; se deben analizar también la capacidad del espacio, maquinaria, y franjas horarias de trabajo establecidas.

Es fundamental entender que el éxito de los trabajos depende directamente de balancear cada uno de los procesos con las capacidades; esto es un indicador de eficiencia para cada taller.



# COSTOS



Uno de los retos más grandes que presentan los Creadores Textiles es aprender a costear el trabajo que realizan. Es vital desarrollar las habilidades necesarias para aprender a valorar su labor y los costos que genera la actividad dentro del espacio de trabajo. Así, posteriormente, se puede iniciar un trabajo de asignación de precios a cada servicio o producto que ofrece el taller.

Es importante comprender que los costos dentro del sector textil dependen directamente del tiempo que lleva el desarrollo de cada producto (sus procesos e insumos más los costos fijos que maneja el taller para su producción textil).

Reconocer el valor del trabajo, su experticia y conocimientos, ayudará a resolver la necesidad de asignar precios justos a los productos o servicios.

# VENTAS



Uno de los pilares para el sostenimiento de estos emprendimientos es la capacidad de desarrollar habilidades comerciales para buscar, de manera independiente, clientes nuevos. Al tener mayor cobertura en el mercado y teniendo en cuenta su capacidad productiva, será posible un crecimiento económico en estos espacios.

Se debe crear de la mano del taller, un mapa con los diferentes canales de ventas acordes a su producto y mercado objetivo; esto con la intención de explorar y desarrollar las herramientas que deben usar para llegar a nuevos clientes.

Así el taller podrá seguir aprendiendo del mercado objetivo y orientar el cumplimiento de los presupuestos trazados para su crecimiento.

# PERSONA



El inicio de un proyecto de emprendimiento hace parte del crecimiento personal, por esta razón es importante aprender sobre el manejo de habilidades blandas, emociones y relacionamiento con el fin de desarrollar fortalezas que aporten al crecimiento de los proyectos.

Estas herramientas ayudarán a generar identidad como personas, a manejar sus miedos y a fijar objetivos que estén sintonizados con las metas del proyecto.

Aprender a manejar las emociones y trabajar en el desarrollo personal, permitirá construir proyectos sólidos.





SUGERENCIAS GENERALES  
TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS



- Se debe priorizar en los recursos más importantes, aquellos que permiten que los encadenamientos sean más exitosos.
- Se deben generar alianzas para realizar capacitaciones y acompañamientos que incluyan a los creadores textiles que hoy en día, no cumplen con los requisitos solicitados. De forma tal, que en el mediano plazo más talleres puedan iniciar este tipo de trabajos.
- Establecer escenarios de dialogo, empatía y respeto que aporten en las relaciones sanas entre todos los actores.
- Se debe construir un dialogo respetuoso para con el Dador de Oportunidad sensibilizándolo hacia la realidad actual del Creador Textil.
- Una vez fortalecidos los Creadores Textiles, fomentar su trabajo independiente ya que se entendería como una unidad productiva sostenible y por fuera del marco de población vulnerable.
- Darle oportunidad a nuevos grupos de Creadores Textiles para fomentar un mayor crecimiento de sus unidades productivas y la consecución de oportunidades en el sector.

## DADOR DE OPORTUNIDAD

- Se deben facilitar los procesos administrativos para fomentar este tipo de contrataciones.
  - Se debe adquirir conciencia ante la posibilidad de imperfecciones en este tipo de encadenamientos, pues se trabaja inicialmente bajo el principio de co-creación generando nuevos aprendizajes. Por lo tanto, las oportunidades de mejora que surjan en el marco de los encadenamientos no deben estigmatizar la construcción de estos procesos.
  - Establecer escenarios de dialogo, empatía y respeto que aporten en las relaciones sanas entre todos los actores.
- Se deben generar rupturas de los paradigmas establecidos a nivel social alrededor de la población vulnerable y sus problemáticas.
  - Identificar las cualidades, virtudes y capacidades laborales de los grupos de población vulnerable.
  - Reconocer como profesional al Creador Textil en los proceso de confección o elaboración de productos que realiza dentro del sector.

- Ser resilientes en los procesos productivos que demanda el sector y los Dadores de Oportunidad.
- Implementar procesos de formalización laboral que facilite relaciones con empresas y marcas.
- Establecer escenarios de dialogo, empatía y respeto que aporten en las relaciones sanas entre todos los actores.
- Estar dispuestos a las capacitaciones propuestas

por la Fundación ANDI y demás organizaciones para el crecimiento y organización de su unidad productiva.

- Identificar las oportunidades de mejora que no le permiten al Creador Textil ser competitivo en el sector.
- Trabajar en el fortalecimiento de sus habilidades, con el fin de especializarse y profesionalizarse en la calidad del producto ó servicio que desea ofrecer.

# CONCLUSIONES

- Al analizar las palabras bajo las que diseñamos esta metodología, descubrimos grandes significados que hay tras ellas:  
Tejiendo: entrelazar hilos. Oportunidades: momento o circunstancia oportuno o convenientes para algo. Virtuosas: que tiene virtudes. Virtud: capacidad que tiene una cosa de producir un determinado efecto positivo.
- Durante nuestra búsqueda para hallar herramientas que soportaran el encadenamiento encontramos que, fuera de nuestros contextos rutinarios, hay un océano de personas, necesidades, requerimientos y habilidades que unidas entre sí, podrían lograr grandes impactos con resultados excepcionales. Nuestra sociedad está llena de factores de inequidad que prevalecen y no permiten el crecimiento económico de muchas personas; en este sentido, existen empresas que pueden aportar su "granito de arena" dotando de oportunidades a las poblaciones para ser visibilizadas, valoradas y dignificadas por medio de su trabajo.
- Los creadores textiles aún confían en la industria textil, en sus habilidades y capacidades, en la oportunidad para realizar un mejor trabajo. Pero hay incredulidad por parte del mercado y dicha circunstancia imposibilita desarrollar emprendimientos de maneras más sostenibles.
- Es momento de comenzar a visibilizar mejoras en nuestra sociedad, aportando a la economía de nuestro país, brindando por medio de los Dadores de Oportunidad nuevas opciones laborales con beneficios mutuos, rompiendo con paradigmas y prejuicios existentes sobre este tipo de sociedades estropeadas por el sistema.
- "Tejiendo Oportunidades Virtuosas" No es más que ese fuerte lazo que junta circunstancias precisas para producir efectos positivos en todo aquel que decide aplicar la metodología.



■ Hoy en día se habla de la sostenibilidad como un componente clave en nuestras actividades. Efectos como el cambio climático nos hablan de la necesidad de sostener el ecosistema y el medioambiente; las oportunidades del capitalismo nos invitan a crear modelos económicos sostenibles, y entendemos la sostenibilidad social como una columna vertebral de nuestro bienestar. A nivel global todos somos más conscientes de la sostenibilidad y nos abrimos a ejecutar diferentes acciones que tengan un impacto positivo en el planeta y la sociedad.

Colombia es un país que trabaja en diferentes sectores para incluir este componente en las áreas pertinentes; pero a diferencia de la gran mayoría de los países, nosotros tenemos que incluir la sostenibilidad dentro de un factor clave y es el factor, de la paz. La sostenibilidad de la paz es vital para el avance de Colombia.

Es deber de todos trabajar para garantizar, a nuestra sociedad y a las poblaciones más vulnerables, que el camino de la paz y el trabajo legal es la posibilidad de salir adelante, construir sueños, mantener una familia y sentirse parte fundamental de Colombia. En este trabajo demostrar que las armas no son su único camino.

Por esta razón entender que la sostenibilidad de la paz finalmente sostiene la economía, el desarrollo, la educación, la seguridad y una sociedad prospera, con oportunidades y tranquilidad para todos.

# AGRADECIMIENTOS

Las adversidades que afrontamos en momentos de la vida, nos muestran posibilidades para hacer cosas desde otras perspectivas; asumir acciones para lograr un cambio es un proceso difícil y complejo (quizá imposible). Con frecuencia evitamos ver la sombra de lo que somos a la luz de los factores sociales.

La industria textil es uno de los sectores más golpeados a nivel social, un hecho que complejiza más toda la interacción entre los diferentes actores que intervienen en la obtención exitosa de productos textiles. Hablar sobre un encadenamiento de talleres entre la población vulnerable y las empresas más importantes del país, se convierte a simple vista en un gran reto que ya tiene el sector. Cada ejercicio que realiza alguna organización o empresa, implica emprender este camino como una gran oportunidad para empezar a normalizar los conceptos de inclusividad, circularidad y relaciones económicas virtuosas.

Por esta razón, quiero agradecer primero a Catalina Martínez quien, como líder de la Fundación ANDI, se animó, creyó y reconoció esta gran oportunidad de trabajo para que existiera una herramienta que les permita vincular a más empresas y talleres de confección con población vulnerable. Pese a las adversidades y los retos expuestos, ella confió en un proyecto totalmente disruptivo e innovador como "La Cortesana" para iniciar esta consultoría. Esto nos ha permitido concluir una metodología que da inicio a un universo de oportunidades para la Fundación ANDI, las empresas colombianas y, lo más importante, la población vulnerable que está ávida de posibilidades para generar recursos, salir adelante y encontrar opciones en medio de la escasez.

Agradezco especialmente al equipo de la Fundación ANDI, Liseth Beltrán, Mariana Maldonado, Ricardo Andrés Bettin y Diana Pulido por esa entrega que tienen para convertir en realidad el propósito principal de la Fundación ANDI y ver los obstáculos como oportunidades; todos encuentran siempre la forma, el modo y los recursos profesionales para que existan menos barreras y más puentes que generen recursos virtuosos y resuelvan problemáticas latentes en nuestra sociedad.

Agradezco a todas y cada una de las personas, marcas, empresas y organizaciones que sumaron a esta metodología con los aportes, el trabajo, el tiempo, los conocimientos y la voluntad para que se convierta en una herramienta de co-creación que permita generar más oportunidades y encadenamientos exitosos.

Por último, quiero agradecer a mi co-equipera y, también creadora de esta metodología Diana Marcela Benavides, sin ella nada de esto habría sido posible. Su apoyo, voluntad y sus ganas tan fuertes como las mías, para hilar momentos conocimientos y circunstancias, han permitido lograr con cada descubrimiento un tejido de oportunidades listas para usar o coser.

Gracias a todos aquellos que creen en que una sociedad como la nuestra puede ser más equitativa, aquellos que sienten que el tejido social se construye desde el respeto, la solidaridad y el trabajo en equipo. Gracias por que desde ahora empezaremos a Tejer Oportunidades Virtuosas.

CAROLINA GAITÁN MONTOYA  
DIRECTORA METODOLOGÍA TEJIENDO OPORTUNIDADES VIRTUOSAS

# BIBLIOGRAFÍA



## ANDI \*1

Sección noticias página ANDI, artículo "Pronunciamiento: ANDI ve inconveniente propuesta de arancel a las confecciones" publicado el 20 de marzo 2019.

## PROCOLOMBIA \*2

[investincomombia.com.co](http://investincomombia.com.co)  
sectoreres/manufacturas/industria de la moda

## REVISTA SEMANA \*3

Revista Semana-Economía , artículo "La industria textil sigue en el "calvario"., publicado el 14 de marzo del 2021.



## INEXMODA \*4

Fashion Netword, artículo "La industria del textil y la moda colombiana prevé una facturación de 1500 millones de dólares a fin de año" publicado 15 de diciembre del 2020.

## PROCOLOMBIA \*5

investincomombia.com.co  
sectoreres/manufacturas/industria de la moda

## PROCOLOMBIA \*6

Procolombia, artículo : Colombia llega a MAGIC 2021 con una tendencia clara: moda sostenible y socialmente responsable. publicado el 23 de febrero del 2021.

## ODS COLOMBIA \*7

ODS Colombia <https://www.ods.gov.co>

## GABRIEL FARIAS IRIBARREN \*8

Gabriel Faria Iribarren, artículo "Tendencias globales del sector textil. Tercera a quinta tendencia" publicado el 26 de febrero del 2016.

## NOTICIAS ONU \*9

Noticias ONU Cambio Climático p, publicado , 23 de enero del 2018.

## HOLLY SYRETT \*10

France 24. artículo "Moda se debería escribir con 'R' de reducir, reutilizar, reparar y reciclar" publicado 15 de abril del 2021.

## ONU \*11

Noticias ONU, artículo : "El costo ambiental de estás a la moda". publicado 12 de abril del 2019.

## MC KINSEY & COMPANY \*12

Artículo "The fashion industry in 2020: Ten top themes from The State of Fashion"  
" publicado 27 de febrero de 2020.

## CORRESPONSABLES \*13

Artículo "Reutilizar los uniformes para proteger el medio ambiente" publicado 13 de junio del 2018

## CONECTARTE \*14

Artículo "La Importancia de una nueva economía textil" publicado 26 de mayo del 2018.

## ACTUALÍCESE \*15

Artículo "Contratación de trabajadores de grupos vulnerables: beneficio tributario que no están usando las empresas" publicado 13 de diciembre del 2011.

## COMPRA LO NUESTRO \*16

<https://compralonuestro.co>

## TALLER UNIPERSONAL \*17

Lugar donde, no más de dos personas, realizan alguno de los procesos vinculados al sector textil.

## TALLER DE PRODUCCIÓN \*18

Lugar donde más de 3 personas se dedican a la elaboración de productos textiles vinculando la mayoría de los procesos de una forma organizada.





