COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
2026/



RUTA DE LA SOSTENIBILIDAD INEXMODA

LA SOSTENIBILIDAD COMO PALANCA ESTRATÉGICA:

Madurez ESG del Sistema Moda colombiano en la era de la regulación emergente

Un producto:

ufi The Global Association of the Exhibition Industry | inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

ARTÍCULO TÉCNICO · MODA SOSTENIBLE · SISTEMA MODA COLOMBIANO

La sostenibilidad como palanca estratégica:

madurez ESG del Sistema Moda colombiano en la era de la regulación emergente

Hallazgos de la Ruta de la Sostenibilidad Inexmoda en Colombiatex 2026

RESUMEN

Este artículo presenta los principales hallazgos de la primera lectura ESG (Environmental, Social and Governance) sistemática del Sistema Moda colombiano, realizada a partir de 42 empresas y marcas participantes en la Ruta de la Sostenibilidad Inexmoda de Colombiatex 2026. Mediante un enfoque mixto cualitativo-cuantitativo, el análisis identifica un nivel de madurez ESG predominantemente intermedio, con avances desiguales entre dimensiones y brechas estructurales persistentes. La gobernanza emerge como la dimensión habilitadora del avance; la dimensión ambiental evidencia tecnificación sin estandarización; y la dimensión social revela una gestión fuerte hacia adentro pero débil en la cadena de suministro. Se identifican cinco brechas críticas, cinco tendencias estructurales y un conjunto de recomendaciones accionables diferenciadas por tamaño y eslabón. El artículo argumenta que la sostenibilidad en el sistema moda colombiano ha dejado de ser una agenda periférica para convertirse en palanca estructural de competitividad, acceso a mercado y resiliencia.

Palabras clave: *sostenibilidad, sistema moda, ESG, Colombia, circularidad, competitividad, cadena de valor*

ABSTRACT

This article presents the key findings of the first systematic ESG (Environmental, Social and Governance) assessment of the Colombian fashion system, conducted with 42 companies and brands participating in the Inexmoda Sustainability Route of Colombiatex 2026. Using a mixed qualitative-quantitative approach, the analysis identifies a predominantly intermediate ESG maturity level, with uneven progress across dimensions and persistent structural gaps. Governance emerges as the enabling dimension; environmental shows technification without standardization; and social reveals strong internal management but weak supply chain due diligence. Five critical gaps, five structural trends and a set of differentiated actionable recommendations are identified. The article argues that sustainability in the Colombian fashion system has ceased to be a peripheral agenda and has become a structural lever for competitiveness, market access and resilience.

Keywords: *sustainability, fashion system, ESG, Colombia, circularity, competitiveness, value chain*

1. Introducción

La industria de la moda ocupa un lugar paradójico en la economía global: es fuente de empleo, expresión cultural e identidad, pero también una de las cadenas productivas con mayor impacto ambiental y social del planeta. Genera entre el 2 % y el 8 % de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (Ellen MacArthur Foundation, 2021), es el segundo mayor consumidor industrial de agua dulce y uno de los sectores con cadenas de suministro más opacas y fragmentadas, este contexto no es ajeno al sistema moda colombiano.

Colombia cuenta con un ecosistema textil-confección que concentra más de 900.000 empleos directos e indirectos, con una cadena que va desde la producción de fibras y tejidos hasta la comercialización de marcas de diseño, moda artesanal y modelos circulares. Medellín, como epicentro de Colombiatex ,una de las ferias de la industria textil más importantes de América Latina, actúa como laboratorio de innovación y transformación del sector. En este contexto, la sostenibilidad pasa de ser un discurso aspiracional a convertirse en un requisito operativo urgente.

La presión regulatoria a nivel internacional se intensifica: la Directiva Europea de Información Corporativa sobre Sostenibilidad (CSRD), el Reglamento de Ecodiseño de la UE, la Ley de Debida Diligencia en cadenas de suministro (Alemania, 2023) y los crecientes requisitos de trazabilidad en mercados de destino ya están impactando a las empresas exportadoras colombianas, para las que operan en mercados locales, las exigencias de consumidores, inversionistas y compradores corporativos siguen la misma tendencia por lo tanto, no estar preparado no es una opción neutral: tiene costos concretos de mercado, reputación y financiamiento. Frente a este panorama, la Ruta de la Sostenibilidad Inexmoda de Colombiatex 2026 representa el primer ejercicio sistemático de diagnóstico ESG (Environmental, Social, Governance) del sistema moda colombiano, con alcance multi-eslabón y lectura estratégica. Este artículo presenta sus principales hallazgos, brechas identificadas y recomendaciones accionables, con el objetivo de generar evidencia útil tanto para la toma de decisiones empresariales como para la agenda de investigación e incidencia en política sectorial.

> *Este artículo no es un ranking de empresas ni una certificación, es un diagnóstico colectivo cuyo propósito es acelerar la transformación sostenible del sistema moda colombiano, desde la evidencia y la acción diferenciada.*

2. Marco conceptual: ESG, circularidad y madurez en moda

El marco ESG ,inicialmente desarrollado para la evaluación de riesgos en inversión responsable (PRI, 2006), ha sido progresivamente adoptado como lenguaje común de gestión de impacto en la industria manufacturera, incluida la moda. Su aplicación implica reconocer la especificidad sectorial: largas cadenas de suministro, alta intensidad en uso de recursos naturales, trabajo intensivo en economías en desarrollo y una comunicación de marca que puede ser vehículo tanto de transparencia como de greenwashing (Henninger et al., 2021).

- Desde la dimensión ambiental (E), los ejes de análisis en moda incluyen la huella hídrica y de carbono, la gestión química de insumos, la transición hacia materiales de menor impacto y la integración de principios de economía circular (Ellen MacArthur Foundation, 2021). Es aquí donde la circularidad en moda se entiende como la capacidad de mantener los materiales en ciclos de uso productivo el mayor tiempo posible, mediante rediseño, reciclaje, reutilización o alquiler, reduciendo la generación de residuos y la extracción de recursos vírgenes.

- En la dimensión social (S), la moda enfrenta retos estructurales de largo alcance: trabajo informal en talleres de confección, brechas de género en todos los eslabones, ausencia de debida diligencia en cadenas opacas y escasa medición del impacto en comunidades productoras. Los marcos internacionales como los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos (UNGP) y los estándares de la OIT establecen el piso mínimo, pero la aplicación efectiva requiere capacidades que muchas pymes aún no poseen.

- La gobernanza (G) opera como dimensión habilitadora: sin estructuras de decisión, responsabilidades asignadas y sistemas de información, las iniciativas ambientales y sociales tienden a ser reactivas, dispersas e irreproducibles. En el contexto latinoamericano, la gobernanza ESG enfrenta el reto adicional de coexistir con lógicas empresariales centradas en la supervivencia de corto plazo, especialmente en microempresas y empresas familiares.

Los modelos de madurez ESG permiten ubicar a las organizaciones en trayectorias de avance ,desde etapas iniciales de cumplimiento reactivo hasta estadios avanzados de integración estratégica, sin juzgar desde un estándar único

(Eccles & Klimenko, 2019). Esta lógica de trayectoria, y no de calificación binaria, es la que orienta el análisis presentado en este artículo.

3. Metodología

3.1 Diseño del estudio y muestra analizada

El estudio adopta un enfoque mixto cualitativo-cuantitativo, basado en un sistema de scoring ESG que integra información autodeclarada, evidencia documental voluntaria y lectura experta. La muestra está conformada por 42 empresas y marcas del sistema moda ampliado, seleccionadas a través de su participación activa en la Ruta de la Sostenibilidad Inexmoda de Colombiatex 2026.

Tabla 1. Caracterización de la muestra analizada (n = 42 empresas)

Variable	Categoría	Distribución aproximada
Origen geográfico	Colombia (Medellín, Bogotá, San Gil, Pereira, Palmira)	80–85 %
	Internacional (Brasil, Perú, España)	15–20 %
Tamaño empresarial	Grande (> 200 empleados)	30–35 %
	Mediana (51–200 empleados)	25–30 %
	Pequeña/micro (≤ 50 empleados)	35–40 %
Eslabón de la cadena	Industria textil y transformación	35–40 %
	Insumos, materiales y soluciones	15–20 %
	Comercialización y distribución	10–15 %

La muestra no es estadísticamente representativa del universo total del sector, pero sí estratégicamente representativa de los actores que participan activamente en agendas de sostenibilidad, innovación y circularidad. Esta distinción es metodológicamente relevante: los resultados describen un segmento avanzado del sector, lo que implica que las brechas identificadas serán probablemente más profundas en el conjunto total de la industria.

3.2 Recolección de información y sistema de scoring

La información fue recolectada mediante formularios estructurados de la Ruta de la Sostenibilidad Inexmoda y anexos documentales voluntarios (informes de sostenibilidad, políticas internas, certificaciones, presentaciones institucionales). La profundidad del dato varía entre empresas: más del 70 % reporta sitio web y redes sociales activas; aproximadamente un tercio adjunta documentos técnicos estructurados. Cada empresa fue evaluada mediante un sistema de scoring predefinido, con preguntas cerradas y semiabiertas, ponderadas por bloque temático en las tres dimensiones ESG, el resultado se expresa como nivel de madurez relativo (inicial, en desarrollo, avanzado), no como puntaje absoluto comparable entre empresas.

3.3 Límites del análisis

El estudio reconoce tres límites fundamentales:

(i) toda la información es autodeclarada, sin auditoría externa;

(ii) existe asimetría en la capacidad de reporte entre empresas grandes y pequeñas, que no refleja necesariamente diferencias en impacto real; y

(iii) la muestra presenta sesgo de participación hacia empresas con sensibilidad ESG preexistente.

Estos límites condicionan el alcance interpretativo, pero no invalidan la utilidad analítica y estratégica de los hallazgos.

4. Resultados: madurez ESG del Sistema Moda colombiano

4.1 Lectura general

La muestra analizada presenta un nivel de madurez ESG predominantemente intermedio, con una distribución multiescalar que refleja la heterogeneidad estructural del Sistema Moda. El patrón dominante es la coexistencia de prácticas técnicas bien desarrolladas con vacíos en medición estandarizada, integración estratégica y cadena de suministro.

Hallazgo central:

> *La Gobernanza (G) actúa como dimensión habilitadora y presenta el mayor nivel de desarrollo en empresas medianas y grandes, la dimensión Ambiental (E) evidencia avances técnicos sin estandarización, la dimensión Social (S) es la más fragmentada: fortaleza interna, debilidad en cadena.*

4.2 Dimensión Ambiental (E)

Las empresas de la industria textil presentan los mayores avances en eficiencia hídrica y energética, gestión de residuos y sustitución parcial de materiales. Las brechas recurrentes son:

(1) medición parcial o inexistente de la huella de carbono;

(2) ausencia de indicadores de huella hídrica de producto de forma sistemática; y

(3) gestión química mayormente declarativa en empresas pequeñas, frente a sistemas más robustos en grandes empresas.

4.3 Dimensión Social (S)

El cumplimiento en salud y seguridad ocupacional es la fortaleza más consistente de la dimensión social, especialmente en empresas industriales medianas y grandes, elemento que es propio de la normativa local. Las prácticas de equidad, inclusión y salario digno muestran mayor reporte en estos segmentos. Sin embargo, la debida diligencia en la cadena de suministro es incipiente o inexistente en la mayoría de la muestra, la relación formalizada con comunidades es prácticamente ausente fuera del segmento artesanal, por lo tanto, la medición del impacto social más allá del cumplimiento normativo, con indicadores comparables y verificables, sigue siendo la brecha más profunda de esta dimensión.

4.4 Dimensión de Gobernanza (G)

La gobernanza ESG es la dimensión relativamente más desarrollada: alta presencia de políticas ambientales, códigos de conducta y estructuras de decisión en empresas medianas y grandes. Las empresas con operación internacional muestran mayor nivel de divulgación y preparación regulatoria, sin embargo, en empresas pequeñas y microempresas prevalece la dependencia de personas clave, sin institucionalización de procesos, lo que compromete la escalabilidad.

Tabla 2. Brechas estructurales del Sistema Moda colombiano e implicaciones estratégicas

#	Brecha estructural	Segmentos más afectados	Implicación estratégica
1	Medición y reporte comparable de impactos	Todos los eslabones	Limita acceso a mercados exigentes y financiamiento
2	Debida diligencia en cadena de suministro	Industria textil y marcas con cadenas largas	Riesgo regulatorio y reputacional creciente
3	Integración del impacto social más allá del cumplimiento	Medianas y grandes empresas no artesanales	Exposición a crítica de impacto extendido
4	Escalabilidad y formalización en empresas pequeñas	Pymes, marcas artesanales y circulares	Pérdida de valor y acceso a alianzas estratégicas
5	Uso estratégico del dato ESG para toma de decisiones	Todos los segmentos	Baja eficiencia en inversiones de sostenibilidad

5. Discusión: tendencias, riesgos y oportunidades

5.1 Cinco tendencias estructurales emergentes

Los resultados permiten identificar cinco tendencias que están reconfigurando la competitividad del Sistema Moda colombiano, con implicaciones de corto y mediano plazo:

- **De la acción aislada a la integración estratégica.** Las empresas con mejor desempeño ESG no son las que "operan más sostenibilidad", sino las que integran el concepto y sus implicaciones en las decisiones de inversión, portafolio y selección de proveedores, es aquí donde la gobernanza aparece como factor acelerador clave.
- **Tecnificación ambiental con brecha de estandarización.** Hay avances claros en eficiencia hídrica, energética y gestión de residuos, pero persiste una brecha en medición comparable (huellas, alcances, trazabilidad) que limita el acceso a mercados exigentes.
- **Valor circular y artesanal sin formalización.** Marcas artesanales y de upcycling aportan valor ambiental y social intrínseco, pero enfrentan barreras para documentar, escalar y comunicar ese valor en clave ESG verificable.
- **Social intraempresa fuerte, social en cadena débil.** La gestión social se concentra en el perímetro interno pero la debida diligencia en proveedores y comunidades es incipiente en la mayoría de los segmentos.
- **Transparencia como diferencial competitivo emergente.** Las empresas con divulgación clara ,aunque parcial, logran mejor posicionamiento, confianza y preparación regulatoria, es aquí donde se evidencia que deja de ser reputacional y pasa a ser habilitadora de mercado.

5.2 Riesgos críticos para la agenda empresarial

El análisis identifica cuatro clases de riesgo que operan de forma transversal, con intensidad variable según el tamaño y el eslabón en el que se encuentre ubicada la empresa:

- Los riesgos regulatorios son los de mayor urgencia temporal: la adopción progresiva por parte de compradores internacionales de exigencias de trazabilidad y reporte ESG puede traducirse en exclusión de mercado para empresas sin medición básica, es aquí donde las pymes exportadoras son el segmento más vulnerable en el corto plazo.

- Los riesgos operativos se concentran en empresas pequeñas con alta dependencia de personas clave y baja institucionalización: la vulnerabilidad ante aumentos de costos de insumos, energía y agua sin planes de eficiencia integrados constituye una segunda capa de fragilidad para el sistema.

- Los riesgos reputacionales derivan de la brecha entre discurso y práctica: narrativas de sostenibilidad no respaldadas por evidencia mínima exponen a las marcas a críticas de greenwashing con consecuencias concretas en confianza de consumidores.

- Los riesgos de mercado se materializan en pérdida de oportunidades comerciales frente a competidores con ofertas trazables y verificables: esta dificultad se amplifica en la pérdida para capturar valor sin datos ESG comparables que respalden el posicionamiento de marca.

5.3 Oportunidades estratégicas y diferenciadas

En paralelo a los riesgos, la muestra revela oportunidades concretas y alcanzables para fortalecer la competitividad del sistema moda, las oportunidades de corto plazo incluyen la estandarización de indicadores mínimos comunes (agua, energía, residuos) y la formalización de políticas y prácticas ya existentes con bajo costo adicional, por otro lado, la mejora en calidad de dato no requiere grandes inversiones tecnológicas, requiere disciplina y continuidad.

A mediano plazo, las oportunidades más transformadoras apuntan a construir trazabilidad por eslabón, comenzando por proveedores de mayor impacto, integrando su desempeño ESG en el diseño de producto y desarrollando capacidades internas de gestión del dato ESG para la toma de decisiones estratégicas. A nivel sistémico, la Ruta de la Sostenibilidad Colombiatex tiene el potencial de convertirse en un benchmark sectorial vivo, un instrumento de preparación regulatoria colectiva y una plataforma de posicionamiento del sistema moda colombiano y regional como referente de sofisticación sostenible en América Latina.

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

El Sistema Moda colombiano se encuentra en una transición real pero asimétrica hacia la sostenibilidad integrada, tiene capacidades técnicas instaladas; hay propósito y valores sólidos, especialmente en marcas artesanales y circulares; y hay voluntad de avance, visible en la participación activa de las 42 empresas analizadas. Sin embargo, la transición está incompleta y condicionada por dos factores estructurales: la heterogeneidad de escala y la ausencia de estandarización en medición y reporte.

La gobernanza ESG emerge como el factor diferenciador más robusto: donde existe una estructura de decisión, responsabilidades claras y políticas formalizadas, los avances ambientales y sociales se consolidan y escalan; pero alli donde la gobernanza es débil o personalista, las buenas prácticas permanecen aisladas y frágiles.

La sostenibilidad en el Sistema Moda colombiano ha dejado de ser una agenda opcional o periférica, se evidencia claramente que hoy es una condición para la competitividad, el acceso a mercados internacionales, el acceso a financiamiento sostenible y la resiliencia operativa. El reto no es hacer más sostenibilidad, sino hacerla mejor: integrada, comparable, verificable y estratégicamente orientada.

6.2 Recomendaciones accionables por segmento

Tabla 3. Recomendaciones prioritarias diferenciadas por tamaño y eslabón

Segmento	Recomendación prioritaria	Oportunidad clave
Empresas grandes	Profundizar en alcance y debida diligencia de cadena de suministro. Integrar ESG en planeación estratégica y gestión de riesgos.	Liderazgo sectorial; preparación anticipada para regulación internacional.
Empresas medianas	Consolidar gobernanza ESG y sistemas de medición. Traducir prácticas técnicas en lenguaje de mercado y reporte.	Diferenciación por velocidad de adaptación; acceso a mercados sofisticados.
Pymes, marcas artesanales y circulares	Formalizar prácticas clave con herramientas simples. Documentar y comunicar el valor ambiental y cultural intrínseco.	Captura de valor premium, alianzas estratégicas y acceso a nichos de alto valor.

6.3 Agenda para la investigación y la política sectorial

El análisis presentado abre líneas de investigación relevantes para la comunidad académica y para los actores de política sectorial. Entre las más urgentes se identifican:

(i) el desarrollo, validación y observatorio actualizado de un sistema de indicadores ESG mínimos para el sistema moda colombiano, adaptados a la heterogeneidad de escala y eslabón;

(ii) el análisis de la relación entre madurez ESG y acceso a mercados internacionales, para cuantificar el impacto económico de las brechas identificadas y las correspondientes simulaciones de escenarios de participación e inversión; y

(iii) el diseño de modelos de acompañamiento diferenciado, que permitan escalar prácticas sostenibles sin sobrecarga operativa.

Para los gremios e instituciones del sistema moda, los hallazgos sugieren priorizar la Ruta de la Sostenibilidad como plataforma de benchmarking sectorial vivo, con medición longitudinal, retroalimentación directa a las empresas participantes y articulación con las agendas regulatorias nacionales e internacionales. La sostenibilidad no se construye empresa por empresa, sino a través de ecosistemas con reglas comunes, capacidades compartidas y narrativas colectivas creíbles.

> *El Sistema Moda colombiano tiene las capacidades para liderar la transformación sostenible en América Latina. Lo que requiere es acelerar la integración, estandarizar la medición y construir un relato colectivo que combine propósito, práctica y evidencia.*

Referencias

Eccles, R. G., & Klimenko, S. (2019). The investor revolution. Harvard Business Review, 97(3), 106–116.

Ellen MacArthur Foundation. (2021). Fashion and the circular economy deep dive. Ellen MacArthur Foundation.

Henninger, C. E., Alevizou, P. J., Goworek, H., & Ryding, D. (Eds.). (2021). Sustainability in fashion: A cradle to upcycle approach. Palgrave Macmillan.

Inexmoda. (2023). Informe del sector textil-confección colombiano 2022–2023. Instituto para la Exportación y la Moda.

Principles for Responsible Investment (PRI). (2006). The principles for responsible investment. United Nations.

Unión Europea. (2022). Directiva 2022/2464 sobre informes de sostenibilidad corporativa (CSRD). Diario Oficial de la Unión Europea.

UN Environment Programme (UNEP). (2023). Sustainability and circularity in the textile value chain: Global stocktaking. UNEP.

World Economic Forum. (2024). Net-zero challenge: The supply chain opportunity in fashion. WEF White Paper.

Un artículo por:

Margarita Baena



Ingeniera textil, CEO de Woma S.A.S. Mi trayectoria ha sido una búsqueda constante por entender la intersección entre el rigor científico, la estrategia de los negocios y la disrupción de la tecnología. Como Ingeniera Textil con un PhD en Ciencia de Materiales y un MBA, no solo analizo los materiales desde su ADN, sino desde su capacidad para generar valor en el mercado global.

Hoy, mi labor se despliega en tres frentes críticos para el 2026: estrategia, gestión de innovación y diseño de futuros, evolución y antropología de la educación y las formas de trabajo.


CONOCE MÁS
www.inexmoda.org.co
@inexmoda
Un producto:
ufi The Global Association of the Exhibition Industry
inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA